DESIGN EM EXPOSIÇÃO

O design no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (1968-1978), na Federação das Indústrias de São Paulo (1978-1984) e no Museu da Casa Brasileira (1986-2002).

Aprovada em:

Banca Examinadora:

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.
E-mail: ethel.leon@uol.com.br

Leon, Ethel

L579d

Design em exposição: o design no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (1968–1978), na Federação das Indústrias de São Paulo (1978–1984) e no Museu da Casa Brasileira (1986–2002) / Ethel Leon. – São Paulo, 2012.
195 p. : il.

Tese (Doutorado – Área de Concentração: História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo) – FAU/USP.

Orientadora: Maria Cecília França Lourenço

1. Design (Exposições) – Brasil 2. Museus de arte (Exposições)

I. Título

CDU 72

Projeto gráfico: Marcello Montore

Imagem da capa: *Morbid Curiosity Shop Cabinet Shelf 2* de Katarina Navane
(katarinanavane.deviantart.com/art/Morbid-Curiosity-Shop-Cabinet-Shelf-2-323218481)

DESIGN EM EXPOSIÇÃO

O design no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (1968–1978), na Federação das Indústrias de São Paulo (1978–1984) e no Museu da Casa Brasileira (1986–2002).

ETHEL LEON

Orientadora: Profa. Dra. Maria Cecília França Lourenço

Tese apresentada à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo para obtenção do título de doutora em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo.

Área de Concentração: Museus e Patrimônio.

São Paulo . 2012

Para M.E., paixão e radicalidade.

AGRADECIMENTOS

São tantas as pessoas a agradecer que temo esquecer algumas delas. Se for o caso, peço desculpas desde já e credito o lapso ao que meu filho chama de ‘problemas de umidade’ (um’ idade avançada).

Começo pela professora Maria Cecília França Lourenço, a querida Ciça dos inúmeros orientandos, atuais e antigos, que continuam à sua volta. Sem seu estímulo sequer teria dado início ao mestrado, pois ela me acolheu como aluna, quando eu vacilava em retomar meus estudos, insegura depois de mais de 25 anos fora da Universidade. Ciça faz questão de manter grupo de trabalho com seus orientandos e tem sempre tempo para eles, mérito indiscutível no período da fast-Universidade.

O professor Julio Katinsky que, depois de ter me orientado no mestrado, teve a paciência de ler textos meus, me emprestou livros e sempre me estimulou na pesquisa.

As professoras Ana Maria Belluzzo e Yvonne Mautner, que fizeram minha banca de qualificação tornar-se diálogo inteligente e profícuo.

Meus queridos colegas de estudos, Ana Claudia Berwanger e Marcello Montore, companheiros de um ano e tanto de jornadas bourdesianas, com quem tive discussões da melhor qualidade sobre o design brasileiro. Marcello me presenteou com o belo projeto gráfico, presente também para os olhos de quem lê esse trabalho.

Meus caríssimos colegas de Facamp, especialmente os sociólogos Enio Passiani e Edmar Tetsuo Ono, que leram textos, conversaram, indicaram bibliografia, emprestaram livros e aguentaram minhas dúvidas com a maior atenção. Suas eloquentes observações críticas foram fundamentais para a pesquisa e a redação. Luz Gustavo Serpa teve a paciência de converter cruzeiros novos em reais, fazendo todos aqueles complicados cálculos de inflação.

A meu amigo ceramista e intelectual Gilberto Paim, ótimo leitor de meus textos, agradeço pelo estímulo e pelas observações.

Cecília Rodrigues dos Santos, Ruth Verde Zein, Lêda Brandão pertencem a um grupo de amigas arquitetas a quem chamo de very busy women. As três foram de ajuda valiosíssima. Ruth me colocou em contato com a pesquisadora Izabel Amaral, do Canadá, estudiosa da obra de Gottfried Semper. Cecília discutiu comigo e me passou textos sobre patrimônio imaterial, além de ter lido partes de meu trabalho. Lêda foi solidária em muitas horas e ouviu minhas hipóteses e descobertas, até mesmo no santuário de Guaecá, quando o silêncio deveria ser honrado.

O sempre gentil professor Luz Munari me salvou ao localizar o texto de Gottfried Semper em inglês.

Raquel da Costa Nery me ajudou na pesquisa das Cartas Patrimoniais.

Freddy van Camp me repassou contatos importantes, sugerindo entrevistas e intercedendo para me conseguir telefones e endereços, respondeu a vários de meus e-mails e me enviou textos de sua autoria.

Tulio Mariante me abriu as portas do MAM—RJ, por meio do diretor, igualmente gentil, Luiz Camilo Osório. O arquivo estava em reforma e, mesmo assim, consegui ser atendida com a maior simpatia e eficiência.

João de Souza Leite fotocopiou exemplar de documento do IDI MAM e me sugeriu contatos para a pesquisa.

Gui Bonsiepe procurou em seus arquivos informações relevantes sobre a oferta do MOMA à UIA e também recuperou histórias de seu contato com o NDI FIESP.

Silvia Fernández se prontificou a localizar pesquisadora de La Plata.

A pesquisadora argentina Marita Garcia me enviou recorte de artigo de Pietro Bardi sobre o IAC, publicado em Buenos Aires.

Eliana Lenz Cesar foi de ajuda inestimável, ao procurar em seus arquivos, junto a amigos e conhecidos as publicações do NDI FIESP, que a própria Federação não encontrou e que também não estão nas bibliotecas da USP e em várias outras. Sem sua generosidade, esse trabalho incidiria em erros lamentáveis de interpretação, por falta de base empírica.

Oswaldo Mellone desenhou o projeto da exposição da FIESP/MOMA especialmente para esse volume.

Marcia Pacito foi quem me abriu as portas da pesquisa sobre a reserva de informática.

Valdir Santos fez a fundamental revisão bibliográfica, além de observações críticas da maior pertinência.

A professora Maria Lúcia Bueno me indicou a bibliografia de artificação.

As pessoas entrevistadas para esse trabalho me receberam com prontidão e paciência: Cyntia Malaguti, Eliana Lenz Cesar, Enzo Mari, Freddy van Camp, Gui Bonsiepe, Henrique Colasanti, João de Souza Leite, Joice Leal, Karl Heinz Bergmiller, Luiz Diederichsen Villares, Maria Tereza Pontual Colasanti, Marlene Acayaba, Oswaldo Mellone, Roberto Verschleisser, Washington Dias Lessa e Wilton Guerra.

Agradeço muito às equipes de arquivo do MAM—RJ: Aline Siqueira Cordeiro e Elizabeth Catoia Varela; e do Museu da Casa Brasileira: Wilton Guerra e Juliana Batista

E também à equipe da biblioteca da Escola Superior de Desenho Industrial: Norma Peclat, Ana Beatriz Levy, Rosa Peclat, Rita Scovino, Claudio Caldas, Robson Martins e Isis Maria.

Um agradecimento especialíssimo vai para João Figueira de Mello e Silvia Serber que me emprestaram catálogos de produtos norte-americanos com textos importantes sobre o MoMA e me ajudaram a comprar a cadeira de trabalho, na qual consigo sentar durante horas sem dor na coluna. Um viva a seu design!

RESUMO

DESIGN EM EXPOSIÇÃO. O design no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (1968–1978), na Federação das Indústrias de São Paulo (1978–1984) e no Museu da Casa Brasileira (1986–2002).

O trabalho configura uma contribuição para os estudos do campo do design brasileiro. Avalia iniciativas institucionais brasileiras de expor publicamente design, particularmente no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, com as Bienais de Design e o Instituto de Desenho Industrial; na Federação das Indústrias de São Paulo e no Museu da Casa Brasileira, reconhecendo-as como momentos de construção do campo. As concepções de design em jogo, sua aproximação com a esfera doméstica e sua heteronomia estão em questão, apontando para mudanças do próprio conceito de design no Brasil de 1970 a 2002. Revela como os projetos de design industrial e público dos anos 1970 têm sido ignorados em nossa historiografia.

Palavras chave:

design brasileiro, campo, heteronomia, museus, exposições, historiografia.

ABSTRACT

EXHIBITING DESIGN. Design in Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (1968–1978), in Federação das Indústrias de São Paulo (1978–1984) and in Museu da Casa Brasileira (1986–2002).

This work is a contribution to the Brazilian design field studies. It evaluates Brazilian institutional actions of exhibiting design, particularly in Rio de Janeiro’s Modern Art Museum (MAM–RJ), its Design Biennales and Industrial Design Institute. It also studies design exhibitions in the São Paulo’s Industries Federation (FIESP) and in Museu da Casa Brasileira (Brazilian House Museum). All of them representing the construction of the field moments. Different concepts of design, its proximity with the domestic sphere and its heteronomy are put in debate, pointing to changes of design concept in Brazil between 1970 and 2002. This study reveals how public and industrial design of the 1970s has been ignored in Brazilian historiography.

Keywords:

Brazilian design, field, heteronomy, museums, exhibitions, historiography

SUMÁRIO

15	Introdução
23	Capítulo 1 Design e campo do design
53	Capítulo 2 Design como doméstico
83	Capítulo 3 Escolas e museus: IAC/MASP, ESDI/MAM/IDI
107	Capítulo 4 A coleção de design MOMA/FIESP: mistérios e segredos
139	Capítulo 5 Museu da Casa Brasileira, o design no processo de artifcação
173	Conclusões
183	Bibliografia

INTRODUÇÃO

Doubt & Certainty (foto de Robert Couse-Baker)

fonte: www.flickr.com/photos/729233640@N07/911434281/sizes/o/in/photostream/

Por que estudar coleções de design?

Ao citar meu¹ tema, quase sempre vejo semblantes de desprezo nos interlocutores. Design já é assunto de segunda categoria e coleções de design em museus, no Brasil, mais ainda!

Claro está que não penso assim com relação a design. Acredito que há muito a fazer, nessa área, especialmente entre nós, latino-americanos. De sinalização e nomenclatura de ruas a projeto de formulários de aposentadoria do INSS; de abrigos de ônibus; postos públicos de acesso à Internet e sua interface, equipamentos para postos de saúde, hospitais, laboratórios e escolas; além de participar de complexos projetos estratégicos de grande porte que sempre precisam de design, mesmo que seus coordenadores disso não saibam. O design pode ter papel decisivo para repensar o consumo individual/familiar, que seria importante hoje com o avanço de consumo de massas no Brasil. Mas, de fato, os museus que se dedicam

¹ Adoto a primeira pessoa, em relato mais informal, pois trato de minha trajetória, indissociável das hipóteses de trabalho.

ao tema ou mesmo coleções nacionais são bem precários, tanto na quantidade de itens como na qualidade das discussões propostas. Por que, então, estudá-los?

Pouco antes de entrar no programa de doutorado, eu me propusera o desafio de criar um museu virtual de design brasileiro, a partir da Faculdade de Campinas (Facamp), onde leciono. Estimulada por João Manuel Cardoso de Mello e por Liana Aureliano, seus diretores, tratei de pensar o que seria musealizado na web. Qual o recorte para tratar de design brasileiro? Como seria exposto? Que relações a coleção manteria com o mundo real?

Iniciei meu doutorado pensando nesta sensacional tarefa que me cabia. Tinha uma convicção negativa: não gostaria de repetir o que via sendo feito no Museu da Casa Brasileira (MCB), que me parecia desgobernado, sem apresentar noção clara de design e exagerando nas tintas da promoção pessoal. Também não parecia acertado ter modelo externo, que não situasse nossos problemas específicos – nossa industrialização tardia; nosso modelo de cópias; nossas tentativas de autonomia projetual. De toda forma, precisava entender o que fora realizado por aqui. Como já estudara no mestrado a formação do Instituto de Arte Contemporânea (IAC) do Museu de Arte de São Paulo e, conseqüentemente, a relação da escola de desenho industrial com o Museu, decidi fazer apanhado de coleções sistematizadas e de iniciativas de design nas “casas das musas”.

Ao iniciar os estudos do programa, imaginei circunscrever este conjunto às realizações de São Paulo, da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e do Museu da Casa Brasileira.

Minhas hipóteses eram:

1. As coleções são parte importante de formação de campo autônomo, dentro dos limites para sua autonomização. O design brasileiro musealizado forma uma grande narrativa que privilegia o doméstico como foco de intervenção do design. Sua atuação se dá em torno de questões de educação do gosto.
2. As coleções de design constituídas no final dos anos 1970 serviram para a construção de significados ou sentidos. No caso particular da coleção MCB, a articulação com o Prêmio de Design anual teria operado como promotor do design enquanto consumo de distinção.

Estas hipóteses e a discussão que me obrigariam a fazer estavam a serviço de minha perspectiva de redimensionar os objetivos e o conteúdo do museu virtual, dirigindo-o para tarefas de alcance público, de maior envergadura e ambição. Meu doutorado, pensava, seria indissociável do projeto do museu que desenvolvia. Nesse ponto, passei a me sentir designer, alguém para quem a pesquisa teórico-empírica está a serviço de um projeto.

Em algum momento desses últimos quatro anos de estudos, a Facamp suspendeu o museu. Imersa na pesquisa, não quis me afastar do tema. Mesmo porque ele me trouxe grandes e boas surpresas. Deparei com “furos” no jargão do jornalismo. Como jornalista sempre detestei estas notícias, muitas vezes situações forçadas, na coleta de informações ou em sua edição. Na pesquisa acadêmica, elas têm outro sabor. Episódios e nomes submetidos a um processo de *desmemorialização* são grafados e documentados. Não se trata de matéria “nova” como no jornalismo, mas sim de recalques e sombras, que a pesquisa traz de volta, como em processo psicanalítico, ressimbolizados e analisados a partir do presente. Também o fato de ninguém ter estudado antes estas questões me aproximou da prática jornalística e sua constante busca pelo ineditismo, ao lidar com fontes primárias, entre elas muitas entrevistas.

Tenho noção de que minha pesquisa, assim como muitos de meus posicionamentos dentro do campo do design brasileiro são contra-hegemônicos. “É uma condição solitária, sim, mas é sempre

melhor do que uma tolerância gregária para com o estado das coisas”, é o que penso, apropriando-me das palavras de Edward Said.² Por isso, decidi dedicar meu primeiro capítulo a explicitar minhas tomadas de posição teórico-políticas sobre design, creditando os autores importantes para minha formação.

É difícil separar as tarefas da coordenadora de museu virtual e da pesquisadora de história do design. Como pesquisadora, entendo que o design é aquilo que seus agentes (designers autodenominados, designers egressos de cursos universitários, historiadores, curadores, museólogos, críticos, jornalistas, professores) definem como design. Como autora de proposições, abraço algumas destas vertentes. Nesse trabalho, embora em alguns momentos reconheça a sobreposição das duas personas, acredito que vença a pesquisadora, preocupada em investigar momentos específicos da formação do campo do design brasileiro.

Pesquisei a expressão e a consolidação da esfera doméstica e seu lugar central nas economias capitalistas, tratando dessa discussão no capítulo 2 em função do grande ponto comum das mostras de design: o caráter doméstico dos objetos expostos.³

A partir do exame de qualificação, segui a sugestão da profa. Ana Maria Belluzo para investigar a relação escola/museu, com o processo que envolveu o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ) e a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), também no Rio. A grande surpresa dessa pesquisa foi ter descoberto que a pré-história da coleção do Museum of Modern Art (MOMA)/FIESP começara com a tentativa de doação do MOMA para o MAM-RJ, estabelecida nos moldes atávicos das políticas da Guerra Fria. Revelação inesperada da pesquisa foi ter verificado que instâncias coletivas já valorizaram o design que eu própria admiro e pelo qual me bato. Ter descoberto que o Núcleo de Desenho Industrial (NDI) da FIESP, em seus primórdios, organizou exposição sobre ‘design para a comunidade’, quando comunidade não era eufemismo para favela. Que as Bienais do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, o Instituto de Desenho Industrial (IDI) do mesmo museu e a mostra *Tradição e ruptura*, realizada pelo Núcleo de Desenho Industrial da FIESP na Fundação Bienal, em 1984, também realçaram aspectos públicos do design me fizeram perceber o quanto a história é feita de tessituras mutantes e como pode se reconfigurar em pouquíssimo tempo, o período de uma geração apenas.

Nos últimos anos, nossos estudos em história do design se multiplicaram, abrangendo iniciativas pontuais, frequentemente centradas em designers/autores. Ao escrever sobre o design no Brasil do pós-guerra até os anos 2000, Marcello Montore e eu penamos para coletar quadro razoável de evidências do que chamamos de design estratégico, ausente de nossa historiografia, comprometido com iniciativas da mesma estirpe, por parte do estado.⁴

2 SAID, Edward W. *Representações do intelectual*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005, p 17.

3 É no mínimo curioso observar que a casa, tida como reduto do tradicional feminino burguês, tenha sido motivo de tantas controvérsias intelectuais masculinas, como na Bauhaus, na prática de Le Corbusier, no Museum of Modern Art (MOMA) desde seu início, na Escola de Design de Chicago, quando o masculino parece se apoderar desse reduto. No Museu da Casa Brasileira (MCB), na Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ) também a voz dominante foi masculina. Essa voz vai se feminizando ao longo dos anos e vemos diretoras se sucedendo no MCB, assim como mulheres à frente do projeto já decaído da coleção MOMA na FIESP. Talvez essa dominância masculina tenha a ver com o que constatou Penny Sparke ao estudar o design moderno e a questão do gênero. Para essa autora, o moderno foi construído contra o feminino. E o pós-moderno foi uma feminização da cultura, atribuída, no entanto aos jovens. SPARKE, Penny. *As long as it's pink. the sexual politics of taste*. London-San Francisco: Pandora, 1995, pp. 193 e 226.

4 No capítulo “Brasil” que escrevemos para *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo: Blücher, 2008.

Era como descobrir o que sempre estivera lá – novamente faço analogia com o conceito de recalque na psicanálise. Nesta pesquisa do doutorado, no entanto, o que aprendi é que esses projetos estratégicos já haviam sido objeto de olhar e de análise por parte do próprio meio do design. Em outras palavras, já houve reconhecimento desta atuação por parte de museus, o MAM carioca, e de instâncias empresariais, no caso a FIESP e seu Núcleo de Desenho Industrial.

A partir dessa constatação, redefini completamente minhas hipóteses. Em primeiro lugar, há enormes diferenças entre MAM–RJ, NDI–FIESP e MCB. Não é possível tratar em bloco as três experiências. O MAM e a FIESP foram desenvolvidos tendo o design industrial em seu centro nervoso e com pretensões de dotar a indústria brasileira de relativa autonomia projetual, assumindo os modelos do *good design* europeu e norte-americano. O MCB se voltou para o design em estratégia midiática e se somou às iniciativas de mercado restrito, apontando as proximidades do design com as atividades artísticas, além de se reconciliar com visões pré-design industrial, de artes decorativas. Em segundo lugar, a questão do consumo de distinção nem sempre esteve presente na mira dos promotores de exposições e de atuação institucional. O que se pode ver de comum nas três experiências, além da predominância de itens domésticos nas coleções, é a tentativa de formar mercado de trabalho para os designers. No MAM e na FIESP, esse mercado seria do design industrial. No MCB, o designer industrial cede terreno para o design assinado e restrito de pequenas séries.

A hipótese que tento demonstrar não está mais ligada à questão do consumo de distinção, como havia formulado no início da pesquisa, mas à esfera de formação de circuito de reconhecimento institucional do design por aqueles que detiveram o poder de estabelecer seus marcos de atuação. Ao estudar as coleções públicas de design, pretendo contribuir para o estudo da formação do campo do design brasileiro, a partir da noção de campo de Pierre Bourdieu, verificando as intensas modificações em seu interior, com o fortalecimento de novos agentes e a consolidação dessas novas instâncias de legitimação.

Procuró também demonstrar que, nos casos que analisei, predomina a heteronomia. Ora são políticas governamentais, ora é a atuação do campo econômico que atua diretamente sobre as escolhas dos agentes. A heteronomia é corroborada pelo discurso dos profissionais de projeto que louvam sua própria sujeição ao campo econômico ou de poder, a esfera do cliente do design e não apenas seu usuário final. A heteronomia é uma das virtudes da qual o campo se vangloria.

Para Pierre Bourdieu, o campo é um “universo que obedece às suas próprias leis de funcionamento e de transformação, isto é, a estrutura das relações objetivas entre as posições que aí ocupam indivíduos ou grupos colocados em situação de concorrência pela legitimidade”.⁵ Segundo o autor, “o campo de forças é também um campo de lutas destinadas a conservar ou a transformar o campo de forças, um campo de ação socialmente construído onde se afrontam agentes dotados de recursos diferentes”.⁶ É contraditório, então, apoiar-se na noção de campo, que pressupõe autonomia, e tentar provar a heteronomia que digo prevalecer no meio do design? Julgo que não.

Em primeiro lugar, porque os campos têm diferentes graus de autonomia, que se transformam constantemente em função de seus conflitos internos e externos. Em segundo, defendendo que uma das ‘raridades específica’ de que trata Pierre Bourdieu, é, no design, a defesa da heteronomia. Isso se dá no

meio dos profissionais do mercado justamente para validar a separação entre artistas e designers. Nas instâncias universitárias, a busca pela autonomização do campo se realiza em torno do estabelecimento acadêmico das raridades específicas que hoje, talvez, encontrem pouso na ergonomia e na tipografia⁷, além das inúmeras ‘especialidades’ que vêm sendo trabalhadas nos últimos anos. O meio universitário tampouco ignora as ‘virtudes’ da heteronomia.

No capítulo 3 tento mostrar a heteronomia na rápida passagem das Bienais de Design do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro para o Instituto de Design Industrial no mesmo museu. De tarefas de exposição, divulgação e atuação na esfera do gosto, o design no Museu fica a serviço de políticas econômicas e sociais do governo da União.

No capítulo 4 busco demonstrar a transposição de instâncias quando a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo adquire uma exposição do Museu de Arte Moderna de Nova York. Ao realizar esta compra, a FIESP pretende aliar o design industrial ao desenvolvimento tecnológico das empresas, e o faz por meio de empresários cultos e ligados aos circuitos culturais nacionais e norte-americanos. Novamente, da divulgação do bom gosto passa-se a ambições de políticas industriais.

Deixei o capítulo do Museu da Casa Brasileira por último, respeitando, de certa forma, a ordem cronológica que, no caso, tem procedência histórica. O Prêmio Design do MCB foi criado em 1986 e, em sua trajetória, vemos a passagem do “desenho industrial” para o design; dos produtos *hard* para *soft*, como descreve Gui Bonsiepe. Procuró ainda apresentar a heteronomia do design na mudança de concepção do design industrial para o design de pequenas séries e objetos únicos, que tentam aproximar-se das esferas artísticas, em virtude de transformações do mercado.

Minha tese é de que o design brasileiro não alcançou grau de autonomia como se pode verificar em campos como o da arquitetura ou das artes plásticas. O design brasileiro realizou projetos estratégicos que as primeiras manifestações museais tentaram apreender. Com a reconfiguração do mercado, o design em museu (MCB) adaptou-se, contribuindo para apagar os rastros de seu lugar central no desenho das cidades e de equipamentos sociais.

São instâncias e agentes diversos que detêm o poder de mudar o próprio objeto do design, o que acarreta infindáveis discussões normativas no meio de designers industriais; designers de pequenas séries; designers-artistas; e também curadores, jornalistas e pesquisadores. Esses debates, a meu ver, são lutas pela legitimação, estabelecidas dentro do campo.

Desse núcleo de questões emergem outras, como a do design na Universidade. Parece, como tanto já foi dito, que cada geração brasileira tem de começar do zero. Formar e reconhecer tradição é tarefa tenaz. De alguns anos para cá, em vez de se apropriar da tradição já criada, o que vemos é a luta por hegemonia do campo muito frágil do design brasileiro. A disputa faz que o grupo pretendente, que aspira a posições dominantes na Universidade e no meio editorial, tenda a jogar fora tudo que a precedeu, prática costumeira nas disputas de campo, como ensina Pierre Bourdieu.⁸ Assim como nossos modernistas negaram o academicismo, o ecletismo etc. e voltaram-se para o período colonial, os professores pós-modernos⁹ do design brasileiro, refutam o que chamam da escola alemã e partem para descobrir

7 Devo esta reflexão aos estudos com meus colegas designers Ana Claudia Berwanger e Marcello Montore.

8 BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2005. BOURDIEU, Pierre. “O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia” [1971]. In: *A produção da crença*. Porto Alegre, Zouk, 2001.

9 No sentido estrito de depois dos modernos, pós escola de Ulm/ESDI.

5 BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. Companhia das Letras, 2010, p. 243.

6 _____. “O campo econômico.” In: *Política & Sociedade: Revista de Sociologia Política* / Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. –n. 6, abril de 2005.

os designers do século XIX ou da década de 1920. O presente trabalho tenta recuperar certa tradição mais recente, sem atribuir-lhe dotes divinos. Não se trata aqui de escolha formal. A caixa preta ou o cubo branco não são soluções universais, assim como penas de aves e lacinhos não endossam projetos. Tenta mostrar que a esfera pública e a redefinição do foco dos projetos pode ser objeto da prática dos agentes do design.

Para o presente estudo, foram fundamentais os estudos de Pierre Bourdieu¹⁰, que empreendi com os colegas Ana Claudia Berwanger e Marcello Montore, além dos estudos aparentados da história cultural, em torno de Roger Chartier¹¹, feitos com o grupo de estudos da pós-graduação, sob a direção da profa. Maria Cecília França Lourenço. Lancei mão também de procedimentos da história cultural, dos estudos culturais e também da jovem historiografia do design, que se institucionalizou há cerca de 30 anos, com a publicação periódica do *Journal of Design History*, na Inglaterra e com a *Design Issues* em Chicago.

Não fiz a protocolar discussão sobre o estado da arte dos estudos museais porque há pouquíssima bibliografia sobre os museus de design. No primeiro capítulo trato do que julgo ser a reflexão teórico-prática mais séria, ela também com escassa base bibliográfica. Para as questões teóricas sobre valor de uso e valor nas exposições, vali-me do rico conceito de semióforo de Krzysztof Pomian.

Tenho noção de que, conforme minha formação errática, os conteúdos teórico-instrumentais manejados nesse trabalho são vários e dispersos, refletindo minha própria formação desalinhada de um sólido referencial disciplinar. Meu amigo José Castello sempre procura me confortar dessa “falta”, dizendo-se, ele próprio, personagem dessa formação realizada fora e dentro da Universidade. Segundo ele, e aqui vou me apoiar em seu otimismo, nossos estudos lacunares e tortuosos nos fazem duvidar de verdades estabelecidas e flunar por diversas áreas do conhecimento sem preconceitos escolásticos. Nesse ponto, como jornalista de formação e convivendo com designers há tantos anos, identifico-me com essas duas maneiras de intervir no mundo. Jornalistas e designers são não especialistas. Utilizam o que aprendem fazendo textos/produtos na área da, digamos, construção civil para reaproveitá-los na... pesca.¹²

Com a sucessão de exposições em espaços museais no Brasil, importa pensar o que é expor design, o que se quer com isso, além de perguntar como fazê-lo. Ao final da trajetória do doutorado, mas não de minhas inquietações, vejo que nossos museus não estão fadados a expor peças de design/arte, fazendo o elogio de seus autores, nem a limitar-se à cena doméstica de forma não crítica. O museu a que me dediquei continua virtual em minhas indagações, mas ganhou corpo substantivo nessa pesquisa acerca de nossas coleções e intervenções de design em espaços museais ou próximos.□

10 Nossa leitura de P. Bourdieu compreendeu vários de seus trabalhos listados na bibliografia.

11 CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand, 1990.

12 A referência não é gratuita. Designers da Equipesca fizeram que a empresa ganhasse mercado na construção civil com suas redes de pesca, mas que serviram muito bem para a proteção de fachadas!

CAPÍTULO 1

DESIGN E CAMPO DO DESIGN: DESIGN EM MUSEUS

Destacar os traços salientes, para o historiador tal como para o pintor, é julgar, ou antes, impor uma certa iluminação. O historiador, diga-o ou não, impõe sempre o seu olhar, já que, para ele, encontrar um caminho para a memória equivale a traçar o seu relato preciso na espessura do esquecimento, essa multiplicidade informe e indefinida de relatos possíveis.

Joseph Beaudé

A história constitui o instrumento por excelência da desnaturalização do social e está de mãos dadas com a crítica.

Luc Boltanski e Eve Chiapello

fonte: www.imamuseum.org/art/collections/artwork/c2-solid-side-chair-patrick-jouin-mgx-materialise

1 Design, lugar problemático

Como boa parte dos textos de história do design, esse não foge à regra no aspecto que prevê definições. É inevitável definir design quando se reflete sobre o tema e, sobretudo, quando se quer formar coleção didática ou entender o processo de musealização do design no Brasil, meu caso. O que é, quando começou, como se configura, ou no que consiste essa atividade? É muito comum encontrar em trabalhos acadêmicos, mesmo naqueles dedicados a estudos precisos de caso, longas introduções que tentam afirmar uma definição da atividade. E qualquer coleção de design terá, implícita ou explícita, uma concepção.

No momento em que escrevo, o Museu da Casa Brasileira de São Paulo, identificado como museu de design, apresenta uma mostra de uma estilista de moda (*Glória Coelho, linha do tempo*), e de arquitetura, urbanismo e patrimônio de Moçambique, além de fotos do patrimônio tombado de São Paulo. Aí se encontra uma definição que vai da moda ao urbanismo como território do design.

O pesquisador do tema Clive Dilnot diz que “os historiadores do design (...) têm, no máximo, uma visão incompleta de seu objeto de estudo”.¹ Sua explicação para isso reside no fato de que o termo design teria assumido múltiplos significados em virtude do desenvolvimento econômico, cultural e industrial dos últimos 200 anos, que continua incompreendido.

É fato que a polissemia da palavra ajuda muito pouco quem persegue definições puras. Em inglês, design é verbo e substantivo, conforme explica Adrian Forty.² E como substantivo pode significar as instruções para o fazer, mas também o resultado executado a partir destas instruções.

Em português, o verbo que corresponde a design é projetar, mas substantivo e adjetivo estão presentes em nossa língua. Nos últimos tempos a palavra design começou a ser utilizada como adjetivo (“aquela é uma loja design”), e se conforma em universo semântico que o aproxima de luxo e moda.

Não são poucos os que se dedicam à pesquisa filológica ou etimológica da palavra, encontrando no Renascimento italiano uma origem que pressupõe um lugar de honra para o projetista, aquele que age (prefixo *de*) criando *signi*, *signos*, daí *designo*.

É no Renascimento, a partir da divisão estabelecida entre artes liberais e mecânicas, que se dá também a divisão entre artistas e artesãos. Os primeiros vinculados à criação, às esferas da alta cultura, próximos dos poderosos. Os segundos, executores de objetos prosaicos, artífices.

Leonardo da Vinci estabelece a diferença, ao alçar a posição do pintor como equivalente à do escritor e completamente afastada do artífice:

Os escritores enquadram a pintura entre as artes mecânicas. Seguramente que se os pintores tivessem se empenhado como os escritores em elogiar suas obras, duvido muito que esse qualificativo tão baixo tivesse durado.

Se chamam a pintura de arte mecânica porque são as mãos que desenhavam aquilo que existe na imaginação, os escritores também escrevem com as mãos as ideias nascidas de sua

1 DILNOT, Clive. “The state of design history, part II: problems and possibilities”. In: *Design Issues*. Chicago: MIT Press, 1984. Tradução de Ana Claudia Berwanger, disponível em http://www.agitprop.com.br/repertorio_det.php?codeps=NDh8, acesso em 9 de fevereiro de 2011.

2 FORTY, Adrian. *Words and buildings: a vocabulary of modern architecture*. Londres: Thames & Hudson, 2000, p. 136.

*mente. E se a chamam mecânica porque se pinta por dinheiro, quem adoece mais desta falta (se é que se pode chamá-la falta) que vós, os escritores? Se dão uma conferência com o fim de instruir, por acaso não a dão a quem melhor lhe paga?... E se o poeta diz que vai relatar algo muito significativo, eu digo que ainda são mais duradouras as obras do caldeireiro, já que duram mais tempo que a dos escritores e pintores; sem embargo, manifestam muito pouca imaginação.*³

Para Vilanova Artigas:

No Renascimento, o desenho ganha cidadania. E se de um lado é risco, traçado, mediação para expressão de um plano a realizar, linguagem de uma técnica construtiva, de outro lado é desígnio, intenção, propósito, projeto humano no sentido de proposta do espírito. Um espírito que cria objetos novos e os introduz na vida real.

O “disegno” do Renascimento, donde se originou a palavra para todas as outras línguas ligadas ao latim, como era de esperar, tem os dois conteúdos entrelaçados.

Um significado e uma semântica, dinâmicos, que agitam a palavra pelo conflito que ela carrega consigo ao ser a expressão de uma linguagem para a arte.⁴

Numa de suas definições de campo cultural, Pierre Bourdieu deixa clara a separação rigorosa que se dá entre artesão e artista, fundamental na constituição do campo artístico enquanto tal:

*À medida que se constitui um campo intelectual e artístico (e ao mesmo tempo o corpo de agentes correspondentes seja o intelectual em oposição ao letrado, seja o artista em oposição ao artesão), definindo-se em oposição ao campo econômico, ao campo político e ao campo religioso, vale dizer, em relação a todas as instâncias com pretensões a legislar na esfera cultural em nome de um poder ou de uma autoridade que não seja propriamente cultural.*⁵

A partir do romantismo inglês e, sobretudo, da ação dos artistas pré-raphaelitas, negando a cisão entre artes maiores e menores, é que se estabelece um marco historiográfico da atividade do design. Em 1937, Nikolaus Pevsner vê na ação de William Morris uma origem do chamado design moderno, por seu pressuposto ético, que retoma a importância da esfera moral de atuação do artista, preconizada desde o Renascimento por Alberti, mas negando a divisão do trabalho, firmada desde o século xv na Itália.⁶

3 DA VINCI, Leonardo. *Cuaderno de notas*. Trad. de José Luiz Velaz. Madri: M.E Editores, 1995, p. 98. Tradução da A.

4 ARTIGAS, João Vilanova. “O desenho”. In *Agitprop*, 8, ano I, agosto de 2008 (1967), disponível em http://www.agitprop.com.br/repertorio_det.php?codeps=MTN8. Acesso em 28/01/2011.

5 BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2005, p. 99.

6 PEVSNER, Nikolaus. *Os pioneiros do desenho moderno*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

Para Enzo Mari, a palavra inglesa *design* substitui a italiana *disegno* exibindo sua origem imperial, e que corresponde à tentativa de racionalização adotada pela então indústria mais avançada do mundo, a britânica.⁷

Pesquisas históricas que questionaram os marcos e a linearidade da narrativa pevsneriana (John Heskett, David Raizman, Raymond Guidot, Penny Sparke, Adrian Forty, Vanni Pasca e tantos outros) estabeleceram diferentes origens para a atividade, desde a ação de um artesão que emprega novos recursos técnicos e inicia uma produção em escala, com atributos construtivos e visuais originais (fábricas Wedgwood, Thonet); até a atividade de um consultor de empresas, egresso da alta cultura, envolvido com pesquisa técnica produtiva, caso do botânico Christopher Dresser e do artista J. Flaxman.⁸

Encontramos aqui, portanto, no mesmo período histórico – Europa continental e Inglaterra de finais do século XVIII a 1870 – pelo menos três possibilidades para entender as ambiguidades do lugar social daqueles que projetam objetos tridimensionais e de informações.

Morris configura a reunião do pensar e fazer o que só é possível na atividade artesanal. Dresser ou Flaxman são consultores externos à produção, realizada tanto em escala artesanal/manufatureira, quanto na industrial. E Thonet/Wedgwood se apresentam com projetos realizados no interior das próprias empresas, com ou sem ao auxílio de consultores externos, os *art advisors*. Nos dois últimos casos a divisão do trabalho privilegia o saber do projeto sobre o fabrico repetitivo.

Apenas na concepção utópica de Morris, de retorno a práticas artesanais, seria possível negar a divisão do trabalho que, no entanto, avança extensivamente a partir do mercantilismo e entra em sua forma intensiva com a industrialização.

Esta ambiguidade entre artista/artesão, pensar/fazer, criação/repetição de formas vai permanecer problemática em toda a historiografia do design.

2 Definições canônicas

Para resolver esse problema do que é a atividade do design, há quem colecionem definições que vão das estabelecidas pelo *International Council of Societies of Industrial Design* (Icsid) ou pelo *International Council of Graphic Designers Associations* (Icograda), consideradas até hoje os fóruns internacionais máximos dos designers, àquelas firmadas por historiadores e outros cientistas sociais.⁹

7 MARI, Enzo. *Progetto e passione*. Torino: Bollati Boringhieri, 2001, p. 15.

8 Christopher Dresser trabalhou para firmas de diversos portes – até mesmo uma metalúrgica que lhe encomendou objetos de mesa, cujos objetos são considerados de escandalosa semelhança com objetos pós-modernos, com toda sua carga de ironia e narratividade. O artista plástico John Flaxman trabalhou para a empresa de louças Wedgwood por volta de 1775. Ver WHITEWAY, Michael (org.). *Christopher Dresser: a design revolution*. Londres: V&A Publications, 2004. Também são dignos de nota os estudos de HALÉN, Widar. *Christopher Dresser*. Oxford: Phaidon, 1990 e de LYONS, Harry. *Dresser: people's designer, 1834–1904*. Londres: New Century, 1999. E PASCA, Vanni e PIETRONI, Lucia. *Cristopher Dresser: il primo industrial designer*. Milão: Lupetti, 2001. Quanto a Flaxman, ver HESKETT, John. *Desenho industrial*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1997, p. 15; e FORTY, Adrian. *Objetos de desejo*. São Paulo: Cosac Naify, 2007, pp. 34–5 e 51–3.

9 O Icsid foi fundado em 1957 em Londres por 12 representantes de associações nacionais de design. Seus objetivos eram defender os interesses dos designers e garantir padrões de qualidade do design, por meio de treinamento e educação. O Icograda foi fundado em 1963 e promove o papel dos designers da comunicação na sociedade e no comércio.

Para o *International Council of Societies of Industrial Design*,

*O designer é uma pessoa que se qualifica por sua formação, por seu conhecimento técnico, por sua experiência e por sua sensibilidade visual, voltados à determinação dos materiais, da estrutura, dos mecanismos, da forma, do tratamento da superfície e da 'vestimenta' dos produtos fabricados em série por procedimento industrial. De acordo com a circunstância, o designer pode se ocupar de um ou de todos estes aspectos. Pode, ainda, se ocupar dos problemas de embalagem, de publicidade, de exposições e de marketing, entendendo-se que a solução deste tipo de problema requer, além de conhecimento técnico e de experiência, uma capacidade de avaliação visual.*¹⁰

Nesta definição, o design parece conter a engenharia, a publicidade e o marketing. E, segundo Gui Bonsiepe, ao empregar a palavra “determinam” um produto industrial encontrou dificuldades diante da objeção de como o desenhista industrial poderia “determinar” a estrutura e os mecanismos de produtos complexos – por exemplo, uma fresa multiplicadora – já que não possuía a mesma preparação qualificada de um engenheiro industrial.

Entre outros problemas encontrados por Bonsiepe nesta definição estão “a falta de alusão ao ambiente, às necessidades, à sociedade e à inovação”. “A estética”, diz o autor, “não foi explicitamente mencionada, senão de maneira indireta”.¹¹

Em 1963, Tomás Maldonado, então diretor da escola de Ulm, redigiu uma definição de design, tentando precisar o texto do Icsid:

*O desenho industrial é uma atividade projetual que consiste na determinação das propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente. Por propriedades formais não se deve considerar somente aquelas exteriores, mas, sobretudo, a relação funcional e estrutural que fazem de um objeto uma unidade coerente seja do ponto de vista do produtor ou do usuário.*¹²

Em 2000, o Icsid apresentou sua nova definição:

*Design é uma atividade criativa cujo objetivo é estabelecer as propriedades 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.*¹³

10 ICSID, site oficial. Disponível em <http://www.icsid.org>. Acesso em 19/01/2011.

11 BONSIPE, Gui. *Teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978, p. 20.

12 ICSID, site oficial. Disponível em <http://www.icsid.org>. Acesso em 19/01/2011.

13 *Ibidem*.

Com este texto, o organismo internacional máximo dos designers industriais modificou a noção, presente em sua definição prévia, de que a série era fundamental para caracterizar o design industrial. Trata-se agora de usar as ferramentas, organizações e lógica da industrialização em qualquer produção humana. Esta definição permitiria, entre outras atribuições, legitimar o trabalho de designers “organizando” a produção artesanal de toda a periferia mundial em nome da produtividade.

Nesta nova assertiva, o design se retirou da esfera da publicidade e do marketing. Fica ainda grande indefinição, amparada em vocábulos imprecisos como criativa, sistemas, ciclos de vida etc.

Para o *International Council of Graphic Designers Associations*,

*Design gráfico é uma atividade intelectual, técnica e criativa concernente não somente à produção de imagens, mas à análise, organização e métodos de apresentação de soluções visuais para problemas de comunicação. Informação e comunicação são as bases de um modo de vida global interdependente, seja na esfera dos negócios, cultural ou social. Ao designer gráfico cabe a tarefa de fornecer respostas aos problemas de comunicação de todo tipo em todos os setores da sociedade.*¹⁴

Já esta definição do Icoграда pode dar margem a compreender o design contendo a publicidade... No entanto, esta é uma das lutas mais ferrenhas dos designers, em muitas partes do mundo: não confundir-se com publicitários. Em alguns casos, abarcar a publicidade, mas jamais dobrar-se a ela, já que a publicidade, em algum momento, se fixou como atividade enganosa e servil à mercadoria, enquanto o design sempre teve, remota ou proximamente, um conteúdo utópico.

A variação dos conceitos é motivo de constantes angústias de designers e estudiosos e tem-se a impressão que a discussão só faz girar em falso. Raramente alguém lembra o fato de que muitos outros universos do conhecimento têm definições cambiantes e historicamente circunscritas. Veja-se o caso da própria história e suas redefinições constantes, especialmente do século XIX até os dias atuais. Da museologia, da medicina, de Hipócrates até hoje.

As definições e redefinições tendem a expressar as lutas travadas no interior do universo de prática e do conhecimento. Ninguém contesta que a saúde seja objeto da medicina, embora a própria definição de saúde, de seus praticantes e das práticas consideradas médicas esteja em constante mudança. Até recentemente no Brasil, a acupuntura não era legítima, do ponto de vista das instituições médicas. Hoje, não só foi aceita, mas tornou-se especialidade e aí do não-médico que a praticar! Sanções serão aplicadas pelos conselhos de medicina e outros organismos que detêm o poder máximo de legislar sobre a atividade.

Essas mudanças em inúmeras áreas do conhecimento aproximam ou separam corpos científicos anteriormente afastados ou, ao contrário, fundidos. Palavras novas (neuropsicobiologia e tantas outras) fruto da mescla de diferentes áreas do conhecimento, passam a fazer parte do cotidiano leigo. Ao mesmo tempo, novas especializações se criam, sucedendo-se separações de corpos. Evidente que essas aproximações e fracionamentos geram, para os praticantes e estudiosos de tais áreas, questões epistemológicas e, às vezes, terríveis dúvidas existenciais.

¹⁴ ICOGRADA, site oficial. Disponível em <http://www.icograda.org>. Acesso em 19/01/2011.

3 Explicitar definição

Designers não são exceção. Muitos dos brasileiros que tiveram formação do período que vai de 1950 até cerca de 1980, quando as escolas internas eram poucas e se falava de desenho industrial, queixam-se regularmente de não reconhecerem mais seu universo de trabalho, hoje muito ligado à efemeridade. Alguém que tenha aprendido a projetar produtos que, quanto mais duráveis, melhor eram avaliados; aqueles que se preocupavam com a universalidade da leitura de impressos de grande circulação não aceitam o *food designer* ou o universo do *emotional design*.¹⁵

Também no discurso contemporâneo, a noção de que design é tudo faz que os designers profissionais se perguntem o que são e se há e quais seriam as suas propriedades distintivas de outras profissões. Estas seriam, no dizer de Pierre Bourdieu, raridade e “valor irredutíveis à raridade e ao valor econômico dos bens em questão, qual seja a raridade e o valor propriamente cultural”.¹⁶ Se design é todo e qualquer projeto, como distingui-lo das engenharias, da administração, da própria economia etc.?

Todos os que estudam e praticam design buscam, por meio de suas próprias definições, legitimar as escolhas que os movem, sejam elas realizadas em objetos tri ou bidimensionais, narrativas de textos impressos ou editados na web, sejam mostras ou coleções, ou mesmo programas curriculares. As narrativas elegem sempre um começo, uma gênese. E esse momento fundador traz implícitas visões de mundo que estabelecem cercas epistemológicas. Em suma, as definições de design carregam uma agenda.

Para muitos praticantes da atividade, esta é uma discussão que beira a inutilidade e quase a frivolidade beletrista e que se referencia na necessidade meramente acadêmica de criar as famosas caixinhas do conhecimento. Talvez esta posição decorra do abismo entre conhecimento acadêmico e prática profissional e de certa tradição de que design se aprende fazendo.¹⁷

No entanto, esclarecer o ponto de vista que se adota ao referir-se a design como atividade (em português o verbo seria projetar)¹⁸ pode ajudar na construção de uma política de compilação ou organização de objetos, assim como facilitar a construção de políticas públicas na área, estabelecimento de currículos, além de informar discussões de cunho corporativo. Trata-se de criar referências que emoldurem esta atividade, diante da qual praticantes, estudiosos, escolas inteiras, museus, órgãos públicos parecem gaguejar, dada a diversidade de proposições. A explicitação faz que os agentes se posicionem e a decorrência dela pode ser a de tornar visíveis antagonismos latentes.

A explicitação da definição que se adota, do lugar de onde se fala, ajuda a entender critérios seletivos e também a contestá-los. Calar sobre o assunto pode ser a melhor estratégia de confundir.

¹⁵ Food designer seria o profissional dedicado a projetar a comida, talvez um grande chef; emotional design, experience design e outras denominações dizem respeito a certa imaterialidade do trabalho de designers, cada vez mais voltados a fortalecer marcas. Esse tipo de caracterização do design é acusada de ser modismo por Gui Bonsiepe.

¹⁶ BOURDIEU, *op. cit.*, p. 109.

¹⁷ Está fora dos objetivos desse texto a discussão desse cisma entre pesquisa universitária e design. Há que lembrar apenas que a Bauhaus instituiu as oficinas como campo de experimentação, sem prescindir do ensino de disciplinas acadêmicas, sociologia, inclusive, no período de Hannes Meyer (1928–29). Já Ulm teve como proposta aproximar o design das ciências duras e sociais.

¹⁸ Antonio Houaiss quis criar a palavra projetica, mas ela não vingou. A palavra projeto é comum a mais disciplinas como a arquitetura e a engenharia.

No entanto, não pretendo aqui debater com as diferentes concepções. Apenas quero deixar claras as perspectivas que adoto e que me ajudam a iluminar os meus estudos e seus objetos empíricos.

4 As quatro grandes definições

Richard Buchanan diz em seu texto *Rhetoric, humanism and design* que se podem constatar quatro grandes linhas de discursos sobre design, cada uma delas firmando uma origem determinada e razões morais sobre as práticas.¹⁹

Segundo o autor, há quem estabeleça o design como atividade pós-bauhausiana, claramente iniciada no século xx. Há quem, na outra ponta, proponha o design como atividade humana desde a pré-história. Existem ainda os defensores da Revolução Industrial como momento de gênese e os criacionistas, para quem o design é atributo divino.

Cada uma dessas definições implícitas no período histórico ou a-histórico em que se concentram traria, segundo o autor, implicações morais decisivas. Aqueles que enxergam o design como atividade surgida na Revolução Industrial, acentuam seu caráter de poder e controle, assim como os que veem design como atividade pré-histórica, enfatizam a questão das condições materiais de existência para a produção dos artefatos e dos registros. Os que entendem o nascimento do design como a criação do universo dão ênfase a ideais espirituais, enquanto os que localizam o início do design nas primeiras décadas do século xx tendem a realçar a questão de seu caráter e disciplina.

Minha pergunta diante desse quadro tão sedutor é se ele não permite confusão entre a atividade do design e a forma social em que ela se realiza. Algo como confundir práticas curativas em geral com a medicina alopática, por exemplo.

De todo modo, o estabelecimento das quatro diferentes gêneses estabelecidas por Buchanan mostra um território de disputa dentro do campo do design. Ao construir árvores genealógicas distintas, procura-se legitimar as atividades contemporâneas.

Clive Dilnot diz que a história do design está sendo construída com bases muito próximas da história da arte, encarregada de estudar a tradição europeia específica e não a arte como objeto de estudo. Ele pergunta: “Seriam tais histórias do design genuínas investigações da história de um campo ou seriam construções retrospectivas de uma tradição?”²⁰

A indagação procede, pois a bibliografia de design, especialmente histórias gerais (gráfica e tridimensional ou apenas tridimensional) raramente leva em conta objetos produzidos antes do século xviii e fora da Europa.²¹ Raramente também há menção a objetos anônimos, embora, nos últimos tempos, tenha surgido a preocupação com esse registro em bibliografia específica.

19 BUCHANAN, Richard. “Rhetoric, humanism and design”. In: BUCHANAN, Richard e MARGOLIN, Victor (orgs.). *Discovering design*. Chicago: The University of Chicago Press, 1995.

20 DILNOT, *op. cit.*

21 Curiosamente, o livro *Design, uma introdução*, de Beat Schneider (2010), discorre sobre essa omissão e apresenta diminuto capítulo sobre design na América Latina, sem mostrar um só projeto! Ver SCHNEIDER, Beat. *Design, uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico*. São Paulo: Blucher, 2010.

Para Gasparski, autor canônico quando se trata de definir design, por exemplo, “Design é a exploração para e a especificação de possibilidades realizáveis para mudanças na cultura material”.²²

Ao adotar o conceito antropológico de cultura material, englobando, portanto, tanto a produção de artefatos materiais quanto os sistemas de significação, o autor estende o design para períodos bem anteriores à modernidade, período em que generaliza a divisão do trabalho e a produção e consumo de mercadorias passam a ter importância central e progressivamente alcançam o mundo todo.²³

22 GASPASKI, Wojciek. *On the general theory (praxiology) of design*. Warsaw: Polish Academy of Sciences, 1985.

23 É importante distinguir aqui, também para efeitos de explicitação dos termos empregados, entre a modernidade ou período moderno da história e o movimento moderno da arquitetura e da arte. Recorro a Jürgen Habermas, David Harvey, Frederic Jameson e Raymond Williams. Para Jameson, modernidade, modernização e modernismo são palavras de diferentes significados nas diferentes tradições nacionais. Os modernismos tanto representaram violentas reações contra a modernização, como, outras vezes, replicaram seus valores e tendências através de sua insistência formal na novidade, de sua inovação, da transformação de formas mais antigas, dos iconoclasmos terapêuticos... “uma parte do modernismo artístico é antimoderna... e surge como um violento e abafado protesto contra a modernização, entendida agora como o progresso tecnológico em seu sentido mais amplo.” O que haveria de comum entre os modernistas seria sua hostilidade com relação ao mercado. Ver JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 2000. 2a. ed, pp. 308–309. Em seu famoso discurso de Frankfurt, Habermas refere-se à modernidade cultural e modernismo, remetendo à modernidade estética, ao dizer que a “modernidade se rebela contra as forças da tradição”. Ver HABERMAS, Jürgen. “Modernidad versus postmodernidad”. In PICO, Josep (org.). *Modernidad y postmodernidad*. Madri: Alianza Editorial, 1998. Para David Harvey: “Embora o termo ‘moderno’ tenha uma história bem mais antiga, o que Habermas chama de projeto da modernidade entrou em foco durante o século xviii. Esse projeto equivalia a um extraordinário esforço intelectual dos pensadores iluministas ‘para desenvolver a ciência objetiva, a moralidade e a lei universais e a arte autônoma nos termos da própria lógica interna destas’”. Ver HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2009, p. 23. Já o modernismo ou o projeto moderno da arquitetura e das artes pode ser compreendido como movimento, definido em termos amplos, por diferentes formações e grupos de artistas e intelectuais que reuniam pensamentos e práticas bastante distintos entre si, mas que têm em comum a necessidade de colocar em questão aspectos da modernidade, seja para apoiá-la, seja para criticá-la. Diz Harvey: “Enquanto o modernismo dos anos entre-guerras era ‘heroico’ mas acossado pelo desastre, o modernismo ‘universal’ ou ‘alto’ que conseguiu hegemonia depois de 1945 exibiu uma relação mais confortável com os centros de poder dominantes da sociedade”. HARVEY, *op. cit.*, p. 42. Para Williams, no século xx, “moderno tornou-se equivalente a MELHORADO, satisfatório ou eficiente. Modernismo e modernista tornaram-se mais especializados para referir-se a tendências específicas, notadamente à arte e à escrita experimentais, de c. 1890–1940, o que permite uma distinção subsequente entre o modernista e o (recente) moderno”. É do mesmo modo que Habermas se refere à noção de moderno como avanço ao futuro que seria, segundo ele, exaltação do presente”. Ver WILLIAMS, Raymond. *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo, 2007, p. 282. Sem querer beirar esta longa discussão, explico meus termos: modernidade seria o projeto histórico ligado ao Iluminismo e o próprio período histórico que tem como marco primeiro a Revolução Francesa; o modernismo se definiria como procedimento artístico de crítica ou adesão a esta modernidade. Quando falo em projeto moderno, não assumo o léxico habermasiano, mas me refiro ao projeto moderno de arte e arquitetura, isto é, à arte, arquitetura e design desenvolvidos após as vanguardas históricas. Uma excelente resenha da discussão do antigo/moderno está em LE GOFF, Jacques. “Antigo/moderno”. In: *História e memória*. Campinas: Unicamp, 2003. Bem observou Ana Maria Belluzzo na banca de qualificação que a modernidade/moderno/modernização ganham entre nós reflexão específica, a partir das ambiguidades de nossa condição periférica.

5 As próteses e a profissão

A definição de design como capacidade humana de gerar próteses parece estar implícita em boa parte dos autores.²⁴ Podemos ver em Marshall McLuhan esta ideia de prótese quando ele discute os meios de comunicação de massa como extensões do homem; o vestuário e a arquitetura como extensão da pele.²⁵ Se este axioma pertence ao esforço coletivo para definir a atividade e suas implicações, podemos acatar a definição que estende a prática do design a tempos pré-históricos, ao período paleolítico médio (cerca de 50 mil anos atrás). No entanto, esta escolha não é suficiente para alcançar o mundo organizado do design como *atividade especializada* e, menos ainda, a formação de um campo, espaço social de relações objetivas, segundo Bourdieu.²⁶

Creio que muitas das discussões sobre design no Brasil se perdem ao confundirem estas duas questões, tão distantes entre si. A transformação de práticas cotidianas em *atividades especializadas* (como a de sapateiros, ferreiros, fabricantes de armas na Grécia antiga e tantos outros) é percurso de boa parte da humanidade e inclui a formação dos ofícios artesanais e sua crescente especialização – é uma história. O campo do design enquanto atividade especializada, sustentada por um conjunto de instituições, é outra. E mais: as duas se entrelaçam.

Onde está a gênese do design enquanto atividade especializada e como ela se configurou historicamente e, em seguida, como formou instâncias de reprodução e legitimação são questões que têm sido desvendadas em torno de pesquisas específicas.

Talvez a mais conhecida dentre elas, que conseguiu, por meio de análise de documentação precisa, mostrar a anterioridade da atividade do design – resultado da divisão social do trabalho – com relação à Revolução Industrial, é a de Adrian Forty, ao discutir as manufaturas de louças e móveis na Inglaterra. Para Forty, é a divisão do trabalho (que antecede em muito a industrialização) que cria a base para a atividade especializada do design.²⁷

A atividade especializada, para ser reconhecida como tal, se encarrega de fixar meios pelos quais se diferencia de “parentes próximos”. Os designers percorreram, ao longo do século xx, um caminho ora metódico, ora errático para separar-se de arquitetos, de publicitários, de artistas e também de artesãos, estabelecendo fronteiras profissionais, mais ou menos demarcadas, segundo a história específica da atividade, em termos de área e local de atuação.

A não separação do que é uma atividade humana geral, qual seja, a realização de próteses; e a prática especializada capaz de formar instituições (aí compreendidos escolas, publicações, centros culturais, programas oficiais, discursos) tem gerado contínuas falsas discussões no mundo profissional e acadêmico.

Uma das questões que me parece ser subproduto desta maior é a fronteira, ora uma muralha da China com cerca elétrica, ora mera faixa amarela no piso, entre design e prática artesanal. Esta relação é objeto, não apenas de vasta quantidade de discursos, mas, no caso brasileiro, de ações governamentais

envolvendo generosas verbas para aproximar designers de ‘comunidades’ artesanais. Como a própria definição de artesanato é também bem instável, prestando-se a inúmeras interpretações, creio que não é literatice explicitar os conceitos de design e de artesanato adotados.

Mas se trago desde já a palavra artesanato a esse texto, não é apenas em função das relações designers/artesãos e as vultosas verbas governamentais empregadas nessa aproximação, mas porque as próprias definições de design que pretendo discutir acarretam reflexões sobre as atividades artesanais.

6 Filiações

Reconheço em quatro autores que, aliás, têm grandes divergências entre si²⁸, o conceito de design que adoto²⁹. São eles Adrian Forty, Enzo Mari, Gui Bonsiepe e Julio Katinsky.

Para Bonsiepe, o que caracteriza o design seria “o valor instrumental dos artefatos considerados como próteses em forma de ferramentas, utensílios, instrumentos para prestar serviços”. É também, segundo ele, a “a insistência no valor informativo das mensagens, desde um sinal de trânsito até um CD com fins educativos... O design se encontra na intersecção entre tecnologia, indústria (e empresa), economia, ecologia, cultura da vida cotidiana e até políticas sociais”.³⁰

Segundo Bonsiepe,

*...nem todo o universo dos produtos industriais recai no campo específico que compete ao desenhista industrial. Seu trabalho se limita àquelas partes dos produtos com os quais o ser humano entra em relação direta, perceptiva ou/e operativa. Ou seja, produtos de uma zona intermediária. Esses produtos emergem durante a fase relativa ao uso, quer dizer, na realização efetiva de seu valor de uso, como um fenômeno sensível, como uma coisa da qual se pode ter uma experiência visual, acústica, tátil e simbólica.*³¹

Bonsiepe defende a noção de design como interface. E, nesse sentido, demarca bem as tarefas do designer daquelas da engenharia, do marketing, da administração e também da arquitetura.

Para Mari, o design é a atividade de realização de bens de consumo e também de bens de capital. Nesta realização, os projetistas ou designers que não se fixam na redundância³² assumem o lugar dos antigos artesãos, isto é, dispõem de cultura técnica e de um repertório simbólico capaz de referenciar os objetos propostos. Para Mari, a indústria é mero instrumento de reprodução, incapaz de formular

28 Estimo as divergências entre Bonsiepe, que fala de livrar-se das tradições do artesanato em relação a Mari e Katinsky, em função da própria prática projetual que exercem. Bonsiepe se dedicou a projetos de máquinas, interfaces eletrônicas, equipamentos de dentistas, entre outras. Já Katinsky incursionou no território dos móveis e Mari no de móveis e utensílios domésticos, predominantemente. Esse é um tema para ser desenvolvido oportunamente.

29 Aqui me reconheço como coordenadora de museu e não como historiadora.

30 BONISPE, “Prefácio”. In: *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*, op. cit., p. 11.

31 Idem, *Teoría y práctica del diseño industrial*, op. cit.

32 Para Mari, “cada forma de ingênua utopia [...] se confunde com toda forma de cinismo; cada forma de saber concreto se confunde com névoas de ignorância;” é dentro dessa lógica, que entende o design como utopia, portanto irrealizável, que ele se refere à redundância. MARI, *Progetto e passione*, op. cit.

24 Ver BONISPE, Gui. “Prefácio”. In FERNÁNDEZ, Silvia e BONISPE, Gui. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo: Blucher, 2008 e MARI, Enzo. *Progetto e passione*. Torino: Bollati Boringhieri, 2001.

25 MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.

26 BOURDIEU, op. cit.

27 FORTY, Adrian. *Objetos de desejo*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

cultura própria. “A indústria, assim como está configurada, não é um valor, é apenas um instrumento por meio do qual se realiza o domínio da mercadoria”.³³ A invenção na indústria continua a ser ditada por uma cultura do tipo artesanal, que concentra grandes saberes:

*Os saberes de cada indústria moderna (como, por exemplo, a Ford) se constitui a partir de um grupo de artesãos internos ou externos à fábrica, que realizam, em estrito acordo, os diversos protótipos de um automóvel, desde aqueles apenas formais àqueles inerentes às razões mecânicas; assim também as formas e as máquinas-ferramentas necessárias para a produção daquele veículo; ou ainda as provas nas ruas ou ainda o material promocional. E sejam as pessoas de macacão (com pinças e martelos), sejam as de colarinho-branco (com compassos e computadores) dão, ambas, uma mesma ou análoga contribuição de saber técnico-econômico.*³⁴

Ou ainda: “Bens de produção que permanecem como tais e, portanto, não feitos para ser vendidos, são aqueles realizados a cada vez pelos artesãos da indústria para realizar o protótipo industrial”.³⁵

Melhor: “a qualidade do trabalho artesanal [...] permanece, sob diversas formas, no interior ou no exterior da produção industrial, lá onde não é possível (ou não é econômico) cindir completamente as fases do projeto daquelas da execução”.³⁶

Assim, a construção de modelos e protótipos na indústria, a produção de muitos instrumentos e máquinas, a própria confecção de moldes industriais, obras realizadas em canteiro (do naval ao cenário de um grande concerto musical ou a um desfile de escola de samba); alguns serviços como a fotografia, a gastronomia, os protéticos, barbeiros ou cabeleireiros, cirurgiões; os produtos feitos para poucos como alguns modelos de automóveis, o restauro de objetos antigos; são mostras da permanência do trabalho artesanal na atividade produtiva contemporânea.

Julio Katinsky desvenda a chave da confusão que se dá nas afirmações de que a indústria substituiu as práticas artesanais. Os intérpretes da história atribuem o fim das corporações, a partir da Revolução Francesa, ao fim dos ofícios artesanais. Nada mais falso. Uma das conquistas da burguesia ascendente foi o fim das corporações de ofícios e o estabelecimento de escolas. Mas as práticas artesanais continuam a existir até hoje. E o avanço da maquinofatura não foi capaz de criar método outro de configurar objetos sem passar pela etapa da modelação e, portanto, da cultura artesanal.³⁷

Gostaria, aqui de chamar a atenção sobre o processo do projeto que não se dá apenas no risco, mas deve se aproximar o mais possível do objeto a ser reproduzido, a saber, a fase de modelação e prototipagem. Nesta fase entram em cena vários dos elementos que conformam o modo de agir do artesão. Modela-se, corrige-se, experimentam-se materiais, fixam-se dispositivos de união de partes, consolidam-se escolhas formais... É nesse momento da produção industrial que estão, até hoje, os

33 *Ibidem*, p. 19.

34 *Ibidem*, p. 12.

35 *Ibidem*, p. 17.

36 *Ibidem*, p. 16.

37 KATINSKY, Julio. “Artesanato moderno”. In *Artéria*, Santos, v.2, n.3, p. 45–50, agosto 1991.

elementos da cultura artesanal e, nos termos da modernidade (isto é, do século XVIII em diante) e da contemporaneidade, é aí que está o design.

É claro que, especialmente depois da II Guerra Mundial e, mais ainda, dos anos 1980 para cá, a atividade do designer se espalhou por diversas áreas e é, muitas vezes, restrita a tarefas de ornamentação epidérmica (*skin design*) nos produtos ou de falsas inovações, a redundância de que fala Mari. Mas, até hoje, o processo de desenvolvimento de novo produto, seja ele um carro – paradigma da produção industrial do século XX – seja uma lapiseira não se realizam sem uma etapa de modelação e experimentação/correção, não importando aqui a sofisticação dos instrumentos de que esta etapa do processo possa utilizar. Um exemplo recente é o da cadeira e mesa da série *Solid*, desenho de Patrick Jouin, fabricados a partir da estereolitografia, quando a resina líquida fotossensível é polimerizada por raios laser e os objetos parecem nascer, um a um, do chão.

Mais que isso, os grandes inventos do mundo contemporâneo, a produção mais sofisticada da qual temos notícia é realizada artesanalmente. Um supercomputador, um observatório astronômico, uma nave espacial, os carros elétricos e tantos outros são produto da prática artesanal. É o que Katinsky chama de artesanato tecnológico e artesanato científico. O diretor do Museu do Design de Londres Deyan Sudjic reconhece que o artesanato está na indústria de máquinas. Ao discutir arte, artesanato e indústria. Ana Belluzzo aponta que “o momento de elaboração cinematográfica pode permanecer artesanal, enquanto a produção do filme se viabiliza pela reprodução industrial. Mais do que a base técnica, a organização do trabalho artístico restabelece os limites entre uma etapa e outra”.³⁸

Adrian Forty, como Mari, não vê na grande indústria moderna o surgimento da atividade do design. Para ele, é a divisão do trabalho, muito antes do vapor, que estabelece as bases do design. Era preciso e Wedgwood foi bem sucedido nisso, “fazer dos homens máquinas”. Ao analisar o caso da fábrica Wedgwood de louças, Forty mostra como o design dos produtos serve à diferenciação do consumo; como a busca de novos mercados leva a invenções de tipo técnico, muito antes da existência de máquinas-ferramenta movidas a vapor.³⁹

Com estas análises, fugimos das ideias que veem a história do design como narrativas próximas das da história da arte, privilegiando os produtores e os produtos singulares. Pois, como aponta Clive Dilnot,

*embora não exista uma verdadeira disciplina de crítica de design, atualmente uma listagem canônica de designers “importantes” e de expressões “importantes” do design vem sendo rapidamente estabelecida, a despeito de que os fundamentos críticos de tal elenco permaneçam encobertos.*⁴⁰

Também fugimos do mito que enxerga as transformações de base puramente técnica como o motor do desenvolvimento de forças produtivas. Adrian Forty diz que “em todos os aspectos fundamentais, a natureza do trabalho deles [os designers que atuaram no mercado norte-americano a partir dos

38 BELLUZZO, Ana Maria de M. O “‘know-how’ artístico”. In *Revista USP*, São Paulo, n. 7, set./out./nov. 1990.

39 FORTY, A. *Objetos de desejo*, op. cit., p. 49–55. “Artesanato moderno”. In *Artéria*, Santos, v.2, n.3, p.45–50, agosto 1991.

40 DILNOT, op. cit.

anos 1930, Raymond Loewy e Henry Dreyfuss] ao fundir ideias com técnicas de manufatura era idêntica à dos humildes modeladores das cerâmicas de Wedgwood”.⁴¹

Mari exagera ao dizer que, mesmo sem as máquinas, a reprodução seriada acessível a muitos haveria de ser realidade, como se fosse possível traçar hipóteses sobre o passado. Com esse recurso retórico ele afirma a prevalência das razões político-sociais, em termos amplos, sobre qualquer lógica que se restrinja ao desenvolvimento técnico, entendido com relativa autonomia.⁴²

Julio Katinsky se aproxima da visão de Mari⁴³ em vários de seus textos, acentuando, especialmente, o caráter inovador de vários tipos de artesanatos modernos. Ao descrever alguns deles, Katinsky se refere não só ao artesanato científico e ao tecnológico, mas também ao artístico e ao popular, ao educativo e ao terapêutico. O autor enfatiza que o artesanato tecnológico se desenvolve continuamente “e é peça essencial nos ateliês de projeto de novos produtos industriais, onde o regime de trabalho contrasta vivamente com aquele verificado nas linhas de produção”.⁴⁴

Se o projeto e a execução são duas etapas fundamentais da realização de todo tipo de prótese; se esse caráter de separação entre projetar e fazer se amplia e ganha fundamentação no Renascimento e se aprofunda com a instituição da produção em massa, pode-se dizer que os designers, ocupam, eventualmente⁴⁵, o posto do artesão, ao decidir sobre matérias-primas, processos, formas e usos de um objeto. Em muitos setores industriais, os designers projetam levando em conta os saberes técnicos de operários experientes e/ou especializados. E a experiência da produção retroalimenta os projetos.

O sociólogo Richard Sennett dedicou às práticas artesanais e ao próprio conceito de artesanal um livro no qual relata, entre outros, os desapontamentos de programadores de grandes empresas do mundo da informática, a quem não são dados tempo e condições suficientes para desenvolver trabalho bem feito. Em suma, artesanal não está atado ao pré-moderno, à subsistência de tradicionais atividades manuais. Sennett reconhece na prática artesanal, na relação mão e mente o fundamento da qualidade.⁴⁶

Partindo de Katinsky e de Sennett, é ocioso falar de produção artesanal, manufatureira ou da grande indústria como critério para definir o que é ou não design, do ponto de vista da construção de objetos bi ou tridimensionais. Não apenas, como argumentam muitos hoje, pela condição de adequar gamas de produtos para setores específicos dos públicos consumidores – a customização que teria trazido de volta à produção em alta escala da ‘individualidade’ de acabamentos, ornamentos ou mesmo, em algum grau de modelagem.⁴⁷ Mas, principalmente, pelo caráter desta cultura de projeto ligada à execução, antecedente do processo reprodutivo, que se dá na realização de um trabalho.

O projeto, entendido como planejamento de produção, está presente desde a Antiguidade em grandes obras, ganhou sustentação teórico-histórica no Renascimento e se tornou absoluto no mundo das mercadorias. No entanto, apenas sua prática disseminada não seria capaz de transformar esta atividade num campo, no sentido bourdesiano, qual seja, um “universo que obedece às suas próprias leis de funcionamento e de transformação, isto é, a estrutura das relações objetivas entre as posições que aí ocupam indivíduos ou grupos colocados em situação de concorrência pela legitimidade”.⁴⁸ Para Bourdieu,

*Uma das propriedades mais características de um campo é o grau no qual seus limites dinâmicos, que se estendem tão longe quanto se estende o poder de seus efeitos, são convertidos em fronteira jurídica protegida por um direito de entrada explicitamente codificado, tal como a posse de títulos escolares, o êxito em um concurso etc., ou por medidas de exclusão e de discriminação tais como as leis que visam assegurar um numerus clausus.*⁴⁹

Para que isso se estabelecesse, foi preciso construir escolas, revistas e outras publicações, design centers, museus, concursos, premiações que corporificam determinados acúmulos de saber e que passam a se constituir como agentes que lutam por sua legitimidade e consagração.

Certamente, um dos empreendimentos exemplares nesta direção foi realizado pelo grupo liderado por Sir Henry Cole, artífice da grande exposição de 1851. Longe de se alinhar com os críticos dos ‘horrores’ expostos no Palácio de Cristal, Cole foi encarregado, numa comissão parlamentar, de investigar o funcionamento das escolas de design, criadas para formar projetistas que colaborassem com as fábricas inglesas. Mais adiante foi encarregado de reorganizar a estrutura e o ensino das escolas. Ele fundou o Departamento de Arte Prática em 1857 que, mais tarde, ganhou o nome de Departamento de Ciência e Arte. Criou também uma publicação da área, o *Journal of Design Manufacturer*. O *South Kensington Museum* foi também iniciativa de Cole, que inaugurou a prática de selecionar peças exemplares daquilo que considerava pertinente para a indústria.

Ele próprio projetista, agiu para conformar colunas de sustentação do que se pronunciava uma atividade regular nas indústrias, a assistência artística. O *Journal*, a *School of Design* e o *South Kensington Museum*⁵⁰ foram um conjunto de iniciativas interligadas que visavam dar novo estatuto para esse conselheiro da indústria.

41 FORTY, *Objetos de desejo*, op. cit., p. 59.

42 MARI, *Progetto e passione*, p. 13 e 204.

43 Embora Katinsky entenda como extensão da atividade artesanal o hobby, por exemplo, do modelismo ou do *bricolage*. Já Mari ataca pesadamente essas atividades, como não possuindo as altas qualidades técnicas e expressivas que constituem as práticas artesanais não lúdicas. Ver KATINSKY, Julio. “Artesanato revisitado”. In *Agitprop*, ano 1, n.11, novembro 2008 Acessível em www.agitprop.com.br/ensaios_det.php?codeps=MzN8. Acesso em 26/01/2011; e MARI, Enzo. *Dov'è l'artigiano*. Milano: Electa Firenze, 1981.

44 KATINSKY, “Artesanato moderno”, *Artéria*, op. cit.

45 *Eventualmente* porque muitos designers são chamados a fixar formas pré-estabelecidas, obedecendo a ditames de marketing e outros.

46 SENNETT, Richard. *O artífice*. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

47 Vale lembrar aqui os tênis de algumas marcas e mesmo calçados não-esportivos que são modelados a partir de

medições específicas dos pés dos compradores e fabricados muito rapidamente sob encomenda. A indústria de calçados vem promovendo a venda de um suporte básico, aliado a acessórios que mudam a aparência do calçado. Em São Paulo, é conhecida a prática da empresa Ciao Mao, vencedora de certames de design.

48 BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010, p. 243.

49 *Ibidem*, p. 256.

50 PASCA, Vanni e PIETRONI, Lucia. *Christopher Dresser: il primo designer industriale*. Milão: Lupetti, 2001, p. 68.

7 Em terras nossas

Entre os estudiosos brasileiros, Lucy Niemeyer e Rafael Cardoso consideram design como projeto de objetos tri ou bidimensionais, surgido com a Revolução Industrial, entre os séculos XVIII e XIX.⁵¹ André Villas Boas estabelece seu marco como decorrente das vanguardas do século XX.⁵² Julio Katinsky talvez seja o único historiador brasileiro do design a acentuar a divisão do trabalho renascentista como origem da atividade de design.⁵³

Ao datar na Revolução Industrial e não na divisão do trabalho a instituição de uma atividade especializada, define-se o design como subproduto da técnica ou da correlação técnica/estética. Desta forma é subdimensionado o modo de conduzir um projeto, que remete à cultura do tipo artesanal, anterior, portanto ao capitalismo industrial e mesmo ao capitalismo mercantil.⁵⁴

É possível entender a atividade de criação de próteses, como presente em todas as culturas desde o paleolítico médio, mas circunscrever a *atividade especializada* do designer a um período de exacerbação da divisão do trabalho, a partir do capitalismo mercantil e, depois, industrial. E mais, só entender a formação de um *campo* próprio a partir da criação de instâncias de legitimação que constroem suas próprias regras e as consagram, consagrando ao mesmo tempo seus produtores, que se tornam referências sobre esse saber e prática ou conjunto de saberes e práticas diante de outros agentes.

Desse modo, não confundo a criação de próteses, como um historiador da medicina poderia falar de práticas curativas, com a atividade especializada, profissional que implica a construção de saberes (amparados na antiga cultura artesanal, mas também nas descobertas científicas), de instituições auto reguladoras, como escolas, publicações, museus, curadores, críticos, historiadores.

Claro está que, do ponto de vista corporativo, de políticas públicas, curricular etc., designers e artesãos, hoje, estão em mundos diferentes. Os artesãos que constroem peças únicas jamais reivindicarão, por exemplo, pagamento de direitos autorais ou *royalties*, já que em seu caso não se dá a reprodução de seu projeto/objeto. E esta é uma reivindicação dos designers.

De toda forma, podem-se inscrever as características das atividades artesanais e ver como elas se adequam ao designer, de acordo com J. Katinsky:

- o uso de máquinas está sempre subordinado ao operador;
- o número de operadores é relativamente pequeno mas, de qualquer modo, cada operador domina integralmente todas as operações necessárias para obter o bem proposto;
- investimento em material e instrumentos é modesto em relação à qualificação do operador.⁵⁵

Se pensarmos nessas três características na etapa de modelos e protótipos teremos caracterizado o trabalho do designer. Seja um designer gráfico que tira proveito dos recursos eletrônicos e pode mesclá-los com colagens ou escrita a mão, escaneá-las, xerocá-las, voltar à etapa de manualidades etc., antes que o projeto gráfico esteja pronto para ser reproduzido. Seja um designer de produto que, com

o auxílio da prototipagem rápida, refaz seu traço, lixa ligeiramente uma superfície ou se presta a experiências produtivas, como no já citado caso de Patrick Jouin e sua série *Solid*.

8 Ataques parricidas

Enfim, design – atividade projetual é uma coisa, *campo* do design é outra.

No Brasil, tem-se assistido a um debate que, por vezes, ganha ares de atitudes parricidas (ou será matricidas?) contra a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), por ter-se firmado como a detentora do poder de legislar e estabelecer o que é e o que não é design. No entanto, esta acusação deve ser encarada como um aspecto da luta por legitimação dentro do campo de design no Brasil.

Se existe design no Brasil desde o século XIX ou desde antes; se a atividade industrial incrementa a necessidade de design; se as atividades de projeto se realizam no mundo editorial/gráfico, na produção de mercadorias etc., isso não quer dizer que houvesse um campo de design no Brasil, antes que se abrissem escolas; antes da adoção da própria nomenclatura pelos profissionais; antes da criação de organismos aglutinadores, como associações; antes da existência de revistas especializadas etc.

É preciso ver como e porque a ESDI traçou um lugar de poder dentro do campo, enquanto primeira escola a separar-se da arquitetura e das belas artes, isto é, a firmar um território relativamente autônomo de práticas de design.

É preciso entender também porque nos anos 1990 este poder passa a ser atacado em nome do pluralismo; da não referência na realidade brasileira.⁵⁶ Uma das hipóteses que arrisco é que a entrada de grande quantidade de multinacionais ligadas a bens de consumo; a queda das barreiras de importações, aliada à herança de um decênio (os anos 1980) de quebra e fechamento de grandes escritórios de design que tinham como projetos vasta gama de utensílios, alguns deles estratégicos (meios de transportes, bens de capital, móveis urbanos) favoreceu o chamado design de autor e as pesquisas de linguagem a ele associados.⁵⁷

56 LEITE, João de Souza. “De costas para o Brasil: o ensino de um design internacionalista”. In HOMEM DE MELO, Chico (org.) *O design gráfico brasileiro. Anos 60*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

57 LEON, E. e MONTORE, M. “Brasil”. In FERNÁNDEZ, Silvia e BONSIÉPE, Gui. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo: Blucher 2008. Pode parecer estranho que, dadas algumas das referências teóricas desse texto, amparadas em noções de Pierre Bourdieu, as hipóteses acima estejam situadas fora do campo do design e do seu setor de produção teórica/historiográfica. No entanto, arrisco aqui a hipótese de que o design, diferentemente da literatura, das artes plásticas e de tantas ciências sociais e outras áreas de prática e conhecimento, tem grau de autonomia certamente bem menor. Sem empresários, ou sem o Estado, enfim, sem clientes raramente há design. E, desde Ulm, pelo menos, os designers mantêm discurso de afastamento da arte. Embora seja importante recortar a história própria do campo para entender seus *habitus*, reconstruir o traçado da formação de seu campo e de seus setores (historiadores, escolas, crítica, publicações etc.) parece, em princípio, errôneo entender o campo do design com grande margem de autonomia frente ao campo econômico. As áreas de intersecção existentes entre o campo do design e outros (artístico, técnico e econômico) muitas vezes privilegiam, a partir do próprio discurso dos designers a sua explícita e desejada submissão ao campo econômico. A formação de um mercado para a arte de vanguarda, como descrita por Bourdieu em vários trabalhos, se assenta na aquisição entre os próprios artistas. Esse não é o cenário que prevalece entre os designers brasileiros, a não ser a partir dos anos 1990, quando o design de produtos é realizado em pequenas séries de objetos de baixa complexidade projetual e técnica, a chamada objetística. Aí sim, designers compram de designers e formam um mercado. Clive Dilnot cita György Lukács dizendo que “no processo de desenvolvimento de técnicas e habilidades específicas, o capitalismo gerou um papel para os especialistas, que teriam construído, como uma parte da divisão do trabalho, e de forma tendente à autonomia, o aparato das profissões

51 NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil. Origens e instalação*. Rio de Janeiro: 2AB, 1997 e CARDOSO, Rafael. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Blucher, 2004.

52 VILLAS BOAS, André. *Utopia e disciplina*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

53 KATINSKY, “Artesanato moderno”, *Artéria*, op. cit.

54 O exemplo mais difundido da produção seriada e padronizada é a de tijolos, do Império Romano.

55 KATINSKY, Julio. “Artesanato moderno”, *Artéria*, op. cit.

O design de autor, distante da produção em massa, aproximou a prática dos designers à dos artistas, e era repudiado pela ESDI que, adotando o modelo ulmiano, estabelecia claras fronteiras disciplinares contra arquitetos e artistas, recusando a trajetória bauhausiana nesse aspecto.

Os novos aspirantes à legitimidade – designers, professores, historiadores, curadores, as novas escolas privadas de design⁵⁸, os prêmios, as ações empresariais – deram combate aos cânones estabelecidos pela ESDI. A escola carioca passou a ser vista por muitos como monolítica e autoritária, que desconhecia tudo que a precedera, do modernismo brasileiro de 1922 às experiências gráficas realizadas desde o século XIX.

A crítica se faz como se o ideário de Ulm/ESDI fosse impróprio para nossas terras. Afinal, eram as ideias mais avançadas do período e se estabeleciam aqui de costas para nosso mundo tropical(ista). Aqueles que vociferam contra o germanismo e a estreiteza intelectual da ESDI deixam de ver como a própria escola, em 1968, fez a crítica da adoção de uma posição formalista universalizante sem críticas ao encenar um banquete do consumo na I Bienal de design (ver capítulo 3). E também não investigam empiricamente os feitos concretos dos egressos da ESDI que, a meus olhos (aqui de jornalista) parecem muitos!⁵⁹

Como em todo campo, são os recém-chegados que fazem o jogo, diz Pierre Bourdieu.⁶⁰ Na luta pelo poder no campo do design brasileiro, foram lançados livros, publicados artigos contra os dominantes, no caso a ESDI e seus seguidores, ou os chamados funcionalistas, ou os designers do tipo alemão etc.⁶¹, muitas vezes argumentando contra um desconhecimento ou uma clivagem que levou à negação de atividades de design antes da fundação da ESDI.

No entanto, ironia, o designer Alexandre Wollner, sempre associado à doxa ulmiana (com a qual efetivamente ele se alia), deve ter sido dos primeiros a indicar fontes de pesquisa para a história gráfica brasileira. No texto “Pioneiros da comunicação visual”, de 1983, ele enumera caricaturistas desde o século XIX e dá destaque aos “pioneiros da comunicação, enquanto expressão visual [...] destacam-se nomes que, sem dúvida alguma, influenciaram o desenvolvimento cultural no Brasil, tais como: Gerard Orthoff, Theo Gygas, Conde Hannanory, Barão von Puttkammer, Kurt Eppenstein, Theodor Heuberger, Garutti, Alberto Scipillitti, Beto Sayago, Hariberto Rebizi, Mick Carnicelli e Mirgalovchi”. Alexandre Wollner fala

dos publicitários autodidatas e também de nomes como Bernard Rudofsky, Raymond Loewy e da casa editorial artesanal *O gráfico amador*, de Gastão de Holanda e Aloísio Magalhães. Cita ainda os artistas plásticos Wesley Duke Lee, Willys de Castro e Júlio Plaza que “contribuíram para a cultura do design gráfico brasileiro”.

Embora intransigente na defesa da visão ulmiana do design, Wollner não deixa de explicitar origens da atividade de design gráfico que, segundo ele, não se criaram em 1950. Claramente ele fala, embora não empregue esse termo, da criação de um campo do design nesse período, ancorado em iniciativas de escolas, adoção da nomenclatura específica (desenho industrial), fundação de uma associação de designers: “A escola do Rio (ESDI) e a associação de São Paulo (ABDI) foram instituições essenciais na divulgação e implantação do design gráfico e no apoio aos professores da área”.⁶²

Em resumo, muitos dos que se insurgiram contra o funcionalismo esdiano e que passaram a pesquisar no meio universitário do design novas origens, levando a pesquisa para o século XIX, desconhecem ou ignoram o texto de Wollner acima citado.

Se continuarmos a confundir design e campo do design, creio que repisaremos em falsas questões, rediscutindo, a cada pesquisa específica, a cada problema novo, as origens mitológicas ou históricas desta atividade. No Brasil tem sido constante a posição de culpar a ESDI e seus egressos por não terem sido capazes de criar uma cultura de design entre nosso meio empresarial, desconhecendo a contribuição dos designers formados pela escola em projetos públicos e privados de relevância (dos metrô de Rio e São Paulo à sinalização de ruas e aeroportos e tantos outros). Isso nos faria abdicar de inquirir a iniciativa empresarial nesse domínio, a particularidade dos empresários brasileiros que, desde os anos 1950/1960 adotaram o design como ferramenta estratégica (poucos) e representação corporativa (muitos).

9 Design em museu

O MASP, desde os anos 1950, e o MAM-RJ, no final dos anos 1960, organizaram muitas exposições de design, assim como outras instituições museais nas últimas décadas. No entanto, ainda é incipiente a reflexão sobre o tema. O que são mostras de design? Por mais diferentes que sejam os critérios adotados por museus, expor design significa apresentar itens do cotidiano, sejam eles objetos do mundo informacional ou produtos manuseáveis. Parece ingênua a suposição de que ao retirar os objetos de seu contexto comercial já se estaria promovendo um estranhamento, capaz de auxiliar no interesse sobre as discussões propostas pela instituição ou pelo curador. Textos, vídeos, monitoria bem treinada, exercícios de leituras parecem apenas dourar a pílula do consumo que, muitas vezes, pode ser exercido logo ao lado, na lojinha ou na megaloja de departamentos do museu.

Esse parece o destino das coleções de objetos gráficos e, sobretudo tridimensionais que pertencem à esfera do cotidiano, sejam eles prioritariamente ornamentais ou prioritariamente utilitários. (Esta dicotomia ornamental/utilitário será mantida provisoriamente).

62 WOLLNER, Alexandre. “Pioneiros da comunicação visual”. In: ZANINI, Walter (org.). *História geral da arte no Brasil*, v.2. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 1983.

‘independentes’. Esta independência é, ao mesmo tempo, legítima e determinada; ela certamente confere a ilusão de que as profissões autônomas são engajadas em seus próprios ‘valores’; e, ao mesmo tempo, é o próprio desenvolvimento do sistema que cria esta aparente autonomia e independência. Provavelmente é em razão desta condição que o design, tão frequentemente subserviente à economia, pode parecer (e apenas em sentido superficial) distanciar-se das determinações econômicas”. DILNOT, *op. cit.*

58 Aqui também parece fundamental para entender as novas tomadas de posição a academização do ensino de design e as disputas universitárias que passam a se realizar no interior das instituições universitárias.

59 A meu ver a ESDI precisa ser estudada com dados empíricos sólidos. É preciso fazer pesquisa ampla localizando o trabalho profissional dos designers lá formados. As exposições realizadas pela própria escola em suas efemérides já são um documento importante nesta direção.

60 BOURDIEU, Pierre. “O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia”. In: *A produção da crença*. Porto Alegre: Zouk, 2001.

61 Vale a pena lembrar aqui títulos como *Design no Brasil. Origens e instalação*, de Lucy Niemeyer, *op. cit.*, espécie de desconstrução do mito esdiano; o provocativo *O design brasileiro antes do design*, de Rafael Cardoso, São Paulo: Cosac Naify, 2005; e o artigo de João de Souza Leite “De costas para o Brasil, o ensino de um design internacionalista”, *op. cit.*

As mostras permanentes internacionais de design propriamente ditas⁶³ compreendem objetos datados geralmente do século XIX para cá, eventualmente com algumas incursões no século XVIII. Curioso é que, apesar de haver distintos conceitos historiográficos de design, cada um deles situando o início dessa atividade em momentos históricos distintos, as exposições denominadas de design remontam, no máximo, ao século XVIII, com objetos das manufaturas francesas, inglesas ou alemãs. Do ponto de vista das coleções, pode-se dizer que o conceito predominante de design é aquele de design industrial, ou seja, aquele formado a partir da Revolução Industrial.⁶⁴

No repertório aí contido estão itens plenamente reconhecíveis, muitos deles tendo sofrido mudanças não tão drásticas nos últimos 150 anos. Numa mostra da *Deutscher Werkbund*, por exemplo, encontraremos o ventilador da AEG, de Peter Behrens, que se tornou o modelo de tantos outros ao longo do século XX. As mudanças mais recentes desse objeto dizem respeito à substituição do metal pelo plástico. Recentemente temos visto os circuladores de ar tomar outras formas, mas ainda convivemos com o ventilador que se assemelha à forma industrial dos exaustores de ar, como o de Behrens. Em princípio, o visitante não está diante de uma obra a decifrar, como a proteção metálica de coxa de um guerreiro mochica, como apresentada na mostra *O Senhor de Sipán*, na Pinacoteca do Estado de São Paulo.

Assim, o possível estranhamento do espectador diante do objeto, devido à sua apresentação num museu, é possivelmente revertido pela experiência do visitante – a experiência de uso ou a da memória afetiva que os objetos evocam.⁶⁵

10 A noção de semióforo e as coleções de design

Quando o historiador das coleções e dos museus Krzysztof Pomian descreve as características de uma coleção, refere-se à sua retirada do circuito econômico/utilitário. O seu conceito de semióforo, no entanto, trata substancialmente de uma relação que não pode ser apreendida de modo descritivo: a relação entre mundo visível e invisível, mediada pela linguagem. O invisível seria um domínio fecundo de onde vêm e para onde voltam as coisas. Cambiante, pode ser o mundo dos deuses ou o mundo da ciência, o passado ou o futuro.⁶⁶

Qual seria, então, o universo invisível das coleções de design?⁶⁷

63 Pois há uma série de mostras que, independentemente de seu foco principal, apresentam objetos do cotidiano, utilitários e/ou ornamentais que poderiam estar numa mostra de design. Pensemos numa mostra de cunho etnográfico ou numa mostra histórica que se propõe a reconstituir certos ambientes do cotidiano.

64 Para a discussão da datação dos primórdios do design, apresentada nos quatro itens acima, ver BUCHANAN, *op. cit.* Uma exceção dessa escolha narrativa é, certamente, a mostra organizada por Pietro e Lina Bardi em 1968, *O design no Brasil. História e realidade* na qual foram justapostos itens de várias nações indígenas e objetos de design industrial.

65 Esta é uma hipótese sem qualquer base empírica organizada. Seria necessário empreender uma pesquisa junto a visitantes de mostras de design para ter certeza destas afirmações, que nascem da própria observação da autora em muitas mostras de design visitadas.

66 POMIAN, Krzysztof. “Coleção”. In: *Enciclopédia Einaudi*. Volume I. Lisboa: Casa da Moeda, 1997.

67 A pergunta merece uma contextualização, que esbarra nos limites do conhecimento da autora. As coleções de design aqui referidas são aquelas da Europa e das Américas, como a do *Museum of Modern Art* e o *Cooper Hewitt*, de Nova York; o *Musée des Arts Décoratifs*, de Paris; o *Victoria and Albert Museum*, de Londres; a *Pinakothek der Moderne*, de Munique, como referências. Trata-se, portanto, de museus não monográficos, cujas coleções não se

Quando a *Pinakothek der Moderne*, em Munique, expõe veículos BMW⁶⁸ e faz uma linha cronológica com objetos reconhecidos pela historiografia contemporânea, na qual estão presentes os itens produzidos pelo racionalismo europeu e também pelas consultorias de design norte-americanas dos anos 1930; quando a mostra se detém exaustivamente na apresentação de modelos Thonet e quando chega à contemporaneidade por meio de uma estante giratória (módulo perpétuo), em que estão objetos assinados por nomes mediáticos do design internacional, que invisível estaria em questão?

Aqui vale restringir a noção de design utilizada, contradizendo, de certa forma, a concepção defendida acima, em função das escolhas museais datadas. Segundo Adrian Forty, a palavra design, hoje, é polissêmica.⁶⁹ Pode significar a forma ou o resultado (“o design do tal vaso”), pode indicar a atividade exercida na área de projetos de objetos bi ou tridimensionais. Ela contém, ainda, uma série de definições datadas historicamente, mas que se incorporaram a seu sentido. Desde Immanuel Kant, segundo Forty, design é manifestação da forma, traço, em contraposição à cor. Para John Ruskin, econômico no emprego da palavra design, seria a invenção humana. Pevsner atualiza os sentidos da palavra design que, na Grã-Bretanha, se relacionavam ao mundo das *commodities* e dos bens de consumo. A partir, sobretudo, do início do século XIX na Grã-Bretanha e, sobretudo, a partir do *Arts and Crafts* e das instituições de design estabelecidas por Sir Henry Cole, o design transformou-se na procura do bom gosto nos objetos, o que repercute na narrativa pevsneriana, que vê no design um aspecto moral da luta contra o feio.

Do ponto de vista da atividade voltada para o mercado, adoto aqui o conceito de Wolfgang Fritz Haug, para quem design é uma ação exercida no valor de uso dos objetos, com a finalidade primeira de elevar seu valor de troca.⁷⁰ Esta seria uma descrição da atividade claramente datada a partir da Revolução Industrial – período sobre o qual versam as coleções de design em museus. Também o conceito trabalha com as mesmas categorias de Pomian⁷¹, o que permite uma discussão sobre a questão do valor de uso e do valor de troca nos objetos de coleções.

Todo aperfeiçoamento funcional (utilitário, operacional) de um objeto ou mesmo sua carga simbólica especialmente perseguida teria como objetivo aumentar seu valor de troca. Haug conceitua a atividade do design como inerente à sociedade capitalista.⁷²

Do ponto de vista dos visitantes de um museu de design, os objetos podem ser utilidades prosaicas contemporâneas, exemplares apenas retirados do circuito econômico ou de uso; objetos que remetem à memória afetiva; objetos que portam indícios claros de prestígio ou distinção; e ainda objetos que remetem à historiografia do design, alinhando-se a tal ou qual narrativa, isto é, operando dentro de um campo autônomo, que se reconhece dentro de suas próprias normas e valores. Um mesmo objeto pode reunir estas quatro características.

restringem a objetos de uma só nacionalidade e que se propõem a fazer certo inventário histórico.

68 É bom lembrar que a BMW tem um museu próprio em Munique.

69 FORTY, Adrian. *Words and buildings. A vocabulary of modern architecture*. Londres: Thames & Hudson, 2000, p. 140–1.

70 HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo: Editora da Unesp, 1996.

71 Pomian, no entanto, não se refere ao valor de troca dos objetos.

72 Enzo Mari, ao referir-se a um dos aspectos mais interessantes de quem trabalha na criação de objetos industriais apresenta o designer como alguém que está no olho do furacão da mercadoria, capaz, portanto, de deduzir o futuro próximo. Entrevista à autora, realizada em 18 de março de 2004.

No dizer de Krzysztof Pomian, há três possibilidades nos itens das coleções:

Coisa = apenas utilidade

Semióforo = apenas significado

Objetos = coisas e semióforos

Para Pomian, o valor de troca ficou do lado de fora da coleção, uma vez que o objeto foi retirado do circuito econômico.

É possível nos valermos destas distinções tão precisas quando montamos ou visitamos uma coleção de design? É possível reconhecer num objeto cotidiano apenas sua feição utilitária, independentemente de sua função simbólica? É possível esvaziar o objeto de seu valor de troca?

Abolir os aspectos simbólicos foi a miragem dos modernistas que negaram o ornamento, desejando afastar-se de referências historicista se oníricas. A crítica feita a essa vertente da arquitetura e do design permite que hoje se reconheça a ingenuidade de suas aspirações. “O que Gropius e outros arquitetos e designers funcionalistas não reconheceram nem admitiram foi que havia também aspectos simbólicos em seu trabalho”.⁷³

No mundo industrializado, todos os bens, tendo utilidades bem definidas, apresentam-se em ampla variedade de formas e acabamentos, todos dotados de conteúdos simbólicos bem característicos. Uma caneta Bic, Waterman, Parker, Mont Blanc ou Lamy fará declarações claras sobre os sujeitos que as portam.⁷⁴ No entanto, ao serem retiradas do circuito econômico, podem ganhar novos significados, a depender do sentido que a expografia⁷⁵ consolidar para o objeto. Uma caneta Bic, percebida no circuito econômico como *commodity*, pode ganhar, numa coleção de design, novos atributos. Muitas mostras de design costumam apresentar objetos anônimos de grande riqueza construtiva/utilitária/formal, tentando fazer apreender sua complexidade projetual não reconhecida ou pouco reconhecida socialmente.

Pode-se dizer, contudo, que alguns objetos detêm carga simbólica especial, dada por sua exclusividade produtiva. Em princípio, a mesma carga simbólica no seu estatuto ‘fora de coleção’, ou seja, plenamente integrada ao circuito econômico, se transfere para a coleção. Esse é o caso, geralmente, de peças de trabalho artesanal, mesmo que mecânicas, que se revestem de significados alusivos ao poder ou ao dinheiro de quem os deteve. Numa mostra de automóveis ‘antigos’, podem-se reconhecer modelos industrializados e que circularam nas ruas das cidades (um *Chevrolet Bel Air*, por exemplo, ou um *Studebaker* desenhado por Raymond Loewy), mas também um modelo Rolls Royce, que pertenceu apenas a um membro de casa real monegasca, e cujas características mesmo técnicas, são claramente visíveis como elementos únicos, não compartilhados pelos demais automóveis. Este é o sentido de

peças produzidas artesanalmente e que são chamarizes de coleções de algumas indústrias de móveis, caso de algumas cadeiras dos irmãos Campana.

Mas estas são exceções nas coleções de design. Colecionam-se, geralmente, objetos produzidos em série ou, ao menos, que se destinavam a isso.⁷⁶ Jean Baudrillard discute a exposição do modelo e sua relação com a série. Segundo ele, o modelo seria o objeto artesanal que seria reproduzível em série que, em princípio, seria acessível a todos, ao menos em tese, pois não existem impedimentos de casta para sua aquisição.⁷⁷ É, no entanto, pertinente falar de modelo industrial. Especialmente entre nós, em que a cópia, a engenharia reversa e outras práticas heterônomas da indústria fazem parte do cotidiano fabril.⁷⁸

11 Museu e circuito econômico

Durante os anos (1984–1990) em que dirigiu o *Centre de Création Industrielle* (CCI), do Centro Georges Pompidou, François Burkhardt não chegou a montar coleção de objetos. Para ele, os objetos estavam fora do museu, plenamente inseridos no circuito econômico e utilitário. As exposições do CCI, nesse período, problematizavam questões do design contemporâneo, utilizando ou não objetos do passado.

Eu diria que não é um mal que não existam museus, porque vendo a política dos museus e o que fazem, uma reflexão mais longa para não imitar os modelos do design nos museus é um conselho que se deve dar a todos. Porque tendo trabalhado numa instituição como o Centro Pompidou, devo dizer que, para mim, era o horror. Conservadores que querem conservar, no sentido mais tradicional do termo, que não estavam dispostos a qualquer pesquisa evolutiva do conceito de museu. Não havia qualquer possibilidade de experimentar o conceito. Era preciso falar das coisas só quando haviam entrado na história. Enquanto não tivessem entrado, eram postas nas reservas e não eram vistas. E, se por acaso, a história se desenvolvesse de certa maneira, de modo a poder recuperar estes elementos, estes eram então apresentados no museu.

Penso de outra maneira. Penso que a história se faz e, portanto, cabe ao museu diretamente na sua política de tentar um discurso, operando em campos que permitem influenciar no desenvolvimento do que acontece. Portanto, não é um museu que olha para trás, mas um museu apontado para o futuro. Acho que isso é importantíssimo para um museu, poder ser um local de recuperação de fatos históricos, mas também um lugar que tem uma

73 HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo: Editora da Unesp, 1996.

74 Impossível deixar de lembrar a prefeita de São Paulo Luísa Erundina (1989–1992), que assinava papéis oficiais, acordos e outros documentos com uma caneta Bic, símbolo claro da não-ostentação, do produto acessível à maioria. Os designers cerraram fileiras, há alguns anos, em torno da Lamy.

75 Falo da expografia, mas é claro que aí está compreendida a estratégia curatorial. Muitas exposições que privilegiam o fazer anônimo tentam, com diversos recursos, tornar claras suas engenhosidades.

76 Por exemplo, a mostra permanente do *Bauhaus Archiv*, em Berlim, que apresenta os objetos construídos na escola, mas cujo destino (ao menos o destino desejado) seria a produção em série.

77 BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2004, pp. 145–147.

78 São inúmeros os casos de cópias e até mesmo de produção de itens licenciados que, ao adaptar-se a condições de custos e/ou técnicas destituem a nova série das melhores qualidades dos modelos. É conhecido o caso da produção da cadeira *Série 7* de Arne Jacobsen no Brasil que, em vez de ser fabricada com laminado colado, foi produzida com compensado. Muitas foram devolvidas à empresa por quebrarem.

afirmação, um destino do futuro e que esse destino possa participar da formação desse futuro. Isso me parece uma coisa importantíssima.⁷⁹

Desse período para cá, no entanto, muitos museus de design vêm sendo abertos, alguns de projeção internacional, como é o caso do Museu Vitra, com a primeira sede em Weil-am-Rhein e a segunda em Berlim; e o *Design Museum*, de Londres. Algumas fábricas de móveis e objetos importantes na historiografia do design também abriram museus em suas respectivas sedes – Museus Alessi e Kartell, na Itália, e Thonet, na Alemanha.

A própria *Pinakothek der Moderne*, em Munique, foi inaugurada em 2002 e recebeu a coleção formada pela *Deutscher Werkbund*, do começo do século xx, a chamada *Neue Sammlung*. No entanto, a coleção cresceu e foi definida a partir de critérios que recusam a narrativa pevsneriana, já que nela estão compreendidos itens desenhados pelos chamados *stylists* norte-americanos. A coleção aponta algumas direções temáticas como a questão dos veículos; a questão da madeira curvada; elementos culturais que influenciaram o design dos anos 1960, tais como a corrida espacial e a cultura pop e outros.⁸⁰

Desse modo, pode-se dizer que os objetos apresentados em coleções de design, embora fora do circuito econômico, protegidos, expostos ao olhar, como quer Pomian para caracterizar uma coleção, são objetos acessíveis ou potencialmente acessíveis no universo de consumo dos visitantes e/ou seus ascendentes.

Novamente a pergunta: qual seria o aspecto invisível de tal coleção?

79 Disponível em <http://www.educational.rai.it/lezionididesign/designers/BURKHARDT.htm>. Em entrevista à autora, em 1989, Burkhardt negou qualquer validade para a montagem de uma coleção de design no Beaubourg. O texto acima reflete a postura propositiva de Burkhardt para o cci. Vale a pena, no entanto, chamar a atenção para o fato de que o Centro Georges Pompidou, assim como outros museus e o próprio Fundo Nacional de Arte Contemporânea (Fnac) da França compram e conservam enorme quantidade de objetos cotidianos, há muitos anos.

O texto em italiano é o seguinte: “Io direi che non è un male che non esistano i musei perché, vedendo la politica dei musei e quello che fanno, una più lunga riflessione per non imitare i modelli del design nei musei è un consiglio che si deve dare a tutti. Perché, avendo praticato io una istituzione come il Centre Pompidou, devo dire che per me era l'orrore. Conservatori che vogliono conservare, nel senso più tradizionale del termine, che non erano pronti a nessuna ricerca evolutiva del concetto di museo. Non c'era nessuna possibilità di sperimentare il concetto. Bisognava parlare delle cose solo quando erano entrate nella storia. Fintanto che non sono entrate vengono al massimo messe nelle riserve e non vengono viste. E, se per caso la storia si sviluppa in una certa maniera, in modo da poter recuperare questi elementi, questi vengono poi presentati nel museo. Io sono del parere diverso. Sono del parere che la storia si fa e quindi appartiene al museo direttamente nella sua politica di tentare un discorso, operando su dei campi che permettono di avere un'influenza sullo sviluppo di quello che sta succedendo. Quindi, non è un museo che guarda solo indietro, ma un museo puntato con lo sguardo sul futuro. Questo penso che è importantissimo per un museo, di poter essere non solo un luogo di recupero di fatti storici, ma un luogo che ha un'affermazione, un destino del futuro e che questo destino possa partecipare a formarlo questo futuro. Questa mi sembra una cosa importantissima”. (Tradução da A.)

80 Vale lembrar aqui a observação de Douglas Crimp: “A história da museologia é a história de todas as várias tentativas de negar a heterogeneidade do museu, de reduzi-lo a uma série ou sistema homogêneo [...] a fé na possibilidade de ordenar o bric-à-brac do museu persiste até hoje” apud USHERWOOD, Barbara. “The Design Museum form follows funding”. In: MARGOLIN, Victor e BUCHANAN Richard (orgs.). *The idea of design: a Design Issues reader*. Cambridge; London: The MIT Press, 1995, p. 264. No entanto, a coleção da *Pinakothek* mantém a autoria, a assinatura como critério fundamental de exposição, fazendo da mostra uma espécie de revisão da cronologia pevsneriana, sem criticar o modelo da história da arte.

12 Valor de uso, valor de troca, semióforo

Praticamente todo objeto de uma coleção de design era, antes de ser retirada do circuito econômico, uma mercadoria, forma elementar da riqueza de toda sociedade capitalista, segundo Marx.⁸¹ A mercadoria, como se sabe, embute valor de uso e valor de troca.

Ao perder a propriedade de ser consumida, a mercadoria perde seu valor de uso, pois ainda segundo Marx, todo valor de uso só se realiza no consumo. Ao perder o valor de uso, no entanto, não abre mão seu valor, aquele que decorre de ser produto do trabalho humano abstrato, o que a torna valor, possibilitando que obtenha valor de troca, mesmo ao ser retirada do circuito econômico. Como valor, a mercadoria evidencia uma cristalização do tempo nela contida, impossível de ser apreendida por qualquer sentido. Ora, o que os curadores e visitantes de uma mostra de design contemporâneo apresentam ou dizem apresentar é um valor de uso.⁸² E aqui não faço distinção entre propriedades utilitárias e carga simbólica, como realizei provisoriamente acima, já que os valores de uso se destinam às necessidades “do corpo e da fantasia”, na tão conhecida expressão de Marx. Um vaso para expor, um vaso para acolher uma só flor, uma xícara para compor uma coleção privada de porcelanas, uma prosaica caneca de tomar capuccino... Os objetos são apreendidos a partir de seu valor de uso, incluindo aqui seus aspectos técnicos, formais e simbólicos, incluindo aí o prestígio que materializam. E também a partir de seu valor de troca, especialmente quando se trata de objetos de prestígio: a caríssima panela da Zani&Zani; o cronógrafo da Jensen. No entanto, seu valor continua invisível, o que mantém a caracterização da mercadoria *dentro do circuito econômico, qual seja, o seu fetiche*. As mercadorias, antes de pertencerem a coleções, são portadoras de um traço de invisibilidade, acentuado nas últimas décadas, ganhando novos atributos. O chamado período da acumulação flexível do capital⁸³ acentuou a importância das marcas no mundo das mercadorias. O design que tradicionalmente intervém no valor de uso, como conceitua Haug, vem privilegiando a esfera da marca, dos chamados ‘bens intangíveis’. Esta fase mais recente da sociedade capitalista fez que os parques produtivos de muitas regiões do planeta migrassem para locais em que a força de trabalho aceita condições contratuais precárias. As matrizes operam as grandes operações de publicidade e marketing, das quais a marca é peça central.

Os chamados ‘valores intangíveis’ da marca fazem dos objetos meros suportes para elementos de celebração da própria mercadoria que, muitas vezes, deixa de ter valor de uso. Uma cadeira *Panton*, de Verner Panton, construída em 1959, e produzida desde 1967 pela indústria Vitra, ganhou versão em polipropileno, em 1999. Poderia ser, portanto, uma cadeira acessível a muitos, como a cadeira *Hille*, de Robin Day, que também tem a concha em polipropileno. No entanto, diferentemente da cadeira *Hille* (só conhecida por esse nome no meio do design), continua sendo objeto de produção limitada e relativamente cara. A *Panton* tem uma história cultuada nos livros de design, por ser a primeira cadeira em balanço inteiramente produzida em plástico. O Museu de Artes Decorativas de Paris escolheu dedicar-lhe

81 MARX, Karl. “A mercadoria”. In: *O capital*. Livro I. Trad. de Reginaldo Sant’Anna. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971, pp. 41–93.

82 É claro que não tenho a ingenuidade de achar que os curadores desconhecem a esfera econômica de circulação dos bens expostos nem tampouco seus efeitos de distinção social. No entanto, textos de catálogos nunca mencionam a questão.

83 HARVEY, *op. cit.*, pp. 141–161.

uma área importante, numa das duas primeiras exposições temporárias que marcaram a reabertura do espaço, depois de uma longa reforma, em 2006. Quando a *Panton* é mostrada numa coleção de cadeiras ou num museu de design ou numa mostra que privilegia o plástico, somos remetidos ao universo do avanço técnico-formal que ela demonstra. No entanto, sua imagem se popularizou, especialmente por sua reprodução em catálogos e publicações de design, ao mesmo tempo em que seu preço continua elevado, fazendo dela um objeto de prestígio.⁸⁴

Poderíamos conceber o invisível da *Panton* como o ‘gênio criativo’ de quem a concebeu. E, certamente, muitas mostras de design e boa parte da bibliografia de história nessa área delimitam, seguindo os preceitos da história da arte, os objetos como resultado do gesto criativo de seus designers. No entanto, no meio profissional, todos sabem que a execução de um protótipo industrial é tarefa coletiva, no qual intervém engenharia, ferramentaria e, eventualmente, outras áreas de uma indústria.

Do ponto de vista de um visitante ligado ao mundo do design, esta seria uma vertente possível. O objeto está lá e merece estar lá porque fruto de um trabalho genial, que o situa como referência historiográfica do design. No entanto, as mostras de design não se limitam ao meio, muito ao contrário. São exposições que atraem o público dito geral.⁸⁵

Pode-se falar, então, ao menos metaforicamente de semióforo, numa coleção de design, como representação do fetiche mercadoria, entendendo o fetiche como a parcela invisível da mercadoria? Uma espécie de naturalização de sua existência?

É certo que Pomian fala sobretudo das coleções anteriores às sociedades modernas do ocidente. No entanto, como defende uma história autônoma das coleções e como reivindica ainda o estudo das coleções particulares como formadoras dos museus⁸⁶, tende a reconhecer que os museus não são instituições fechadas em si próprias, valendo-se de todo um arcabouço social que as alimenta e legitima.⁸⁷

84 O objeto de prestígio, descritivamente falando, seria aquele de produção limitada e de grande divulgação.

85 Aqui novamente a fala é canhestra: valho-me de depoimentos de curadores de museus, centros culturais como Valérie Guillaume, do *Centre de Création Industrielle*, cujas aulas dadas em circuitos de visitas se transformam em rodada de perguntas sobre os locais de venda dos objetos. Em São Paulo, o diretor do Instituto Tomie Ohtake, Ricardo Ohtake, comentou que o público frequentador das mostras temporárias, se mostra muito contente com mostras de design, que lhes parecem mais acessíveis do que as exposições de artes plásticas. Pierre Boudieu e Alain Darbel comentam que foram mis os homens que responderam a seus questionários sobre arte, enquanto as mulheres deram mais sua opinião quando se tratou de exposição de objetos familiares e de decoração doméstica. BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. *L'Amour de l'art*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1969, p. 39. Néstor Garcia Canclini observa que “a exposição do artista e designer finlandês Tapio Wirkala, que ocupava um terço do espaço com esculturas e o restante com objetos de desenho industrial, foi a que suscitou uma reação mais positiva do público.” GARCIA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp, 2003, p. 148.

86 POMIAN, *op. cit.*, pp. 13 e 311–2.

87 Zita Rosane Possamai adota no artigo “Entre chapéus, fotos e fantasias de momo: as artimanhas do percurso museal” o conceito de “campo museal no sentido de diferenciá-lo de campo museológico, que poderia levar a pensar em um recorte apenas profissional de atuação nos museus. Como refere Pierre Bourdieu, o conceito de campo não se limita a esse viés, é uma rede de relações objetivas, incluindo aqueles agentes que podem interferir nos processos práticos e simbólicos atinentes ao campo. Exemplificando, no caso do campo artístico, estudado pelo sociólogo francês, interferem artistas, historiadores da arte, *marchands*, críticos de arte, colecionadores, etc.” POSSAMAI, Zita Rosane. “Entre chapéus, fotos e fantasias de momo: as artimanhas do percurso museal”, *Revista Eletrônica do IPHAN*. Disponível em: <http://www.labjor.unicamp.br/patrimonio/materia.php?id=194>.

Mesmo retirado do circuito econômico, deixando de ser mercadoria e valor de uso, o objeto de design numa coleção é percebido como potencial valor de uso e real valor de troca, binômio inerente a toda mercadoria no momento de seu consumo.

Quando Pomian situa a coleção como conjunto de semióforos, objetos retirados de circulação, mantidos sob proteção especial, expostos à visibilidade, demonstra que o valor de troca de tais objetos decorre não de seu valor de uso, mas de sua qualidade de relacionar o visível com o invisível. Só sua qualidade de semióforo os faz desejáveis, capazes de retornar ao circuito econômico, por meio de venda ou roubo.

Como manter esse raciocínio para peças produzidas em série, que se encontram replicadas em tantos outros espaços, destinadas à venda? Como manter essa linha de argumentação, quando, para Pomian, a atividade produtiva é orientada em dois sentidos? Para o visível e para o invisível; para a maximização da utilidade ou para a do significado. “As duas orientações, embora possam coexistir em certos casos privilegiados, são todavia opostas na maior parte das vezes”.⁸⁸

Quero crer que as coleções de design fazem parte da minoria das vezes. Ao ser retirado do circuito econômico, o objeto contemporâneo mantém seu valor de troca também porque preserva seu valor de uso e porque, muitas vezes, seu valor de troca é realizado a partir do peso simbólico de sua marca, no mundo das mercadorias. Em outras palavras, se validamos o conceito de Pomian dos objetos de coleções como elos entre o visível e o invisível, podemos afirmar que a coleção de design, salvo se inserida numa narrativa expográfica capaz de lhe atribuir outros nexos – com o mundo do trabalho, da técnica, da arte, da história – terá como efeito acentuar o caráter invisível da própria mercadoria, seu fetiche. Sua retirada temporária ou permanente do circuito econômico, sua exposição ao olhar e proteção nada mais fazem que aumentar o valor de troca de suas réplicas que estão no circuito econômico, porque incidem justamente sobre o caráter invisível próprio ao mundo das mercadorias.

Os itens de uma coleção museal de design são retirados do mercado e expostos nesse circuito espetacular que é o museu contemporâneo.⁸⁹ Aqui vale lembrar o teórico francês Guy Debord em seu clássico *A sociedade do espetáculo*. Para ele, o espetáculo não pode ser compreendido como um simples mundo das imagens, da prevalência da visão, “mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. (...) “O mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existe acima dele, e que ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência”.⁹⁰

Nesse sentido, a coleção de design, reunião de utilidades temporária ou permanentemente inúteis realiza uma espécie de tautologia do invisível, de forma circular. Ao serem retirados do circuito econômico, os objetos, na verdade, as mercadorias ‘complexas e cheias de sutilezas metafísicas’, segundo as palavras de Marx, são celebrados como semióforos, passando, eles próprios (a partir da escolha do circuito museal) a atribuir significados a seus pares idênticos, que estão no circuito econômico. Ao se transformarem em semióforos, acentuam o valor de troca, porque se fazem representar num universo (coleção ou museu) que costuma encerrar objetos que realizam a relação visível/invisível.

88 POMIAN, *op. cit.*, p. 71.

89 Não creio que restem dúvidas sobre o lugar de boa parte dos museus contemporâneos cujo êxito é avaliado pelo número de visitantes, pelas filas, pela presença na mídia etc.

90 DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 28.

Para Debord, existe uma baixa tendencial do valor de uso na economia capitalista e embora o valor de troca só se consolide como agente do valor de uso, sua vitória criou as condições de sua dominação autônoma. O valor de troca, portanto, dirige o uso – que não é o das necessidades ‘primárias’, mas a participação na ilusão geral do consumo de mercadorias.

13 Coleções de design e crítica

Qual seria o sentido, então, de uma coleção de design que quer dialogar com a história cultural, acentuando aspectos formais, diálogo com as artes, ou evidenciar avanços tecnológicos ou outros? Ou melhor, quais seriam os partidos expográficos de uma exposição de design que quisesse acentuar nexos com outras áreas, formulação necessária para a compreensão da história do design e a interdisciplinaridade que ela necessariamente propõe? Como fazer avançar a perspectiva crítica das coleções de design dentro de uma produção historiográfica recente, que reivindica sua autonomia? É possível esvair a mercadoria de sua dominação absoluta?

Estas são discussões por fazer na história do design, da história das coleções de design; das concepções expográficas dos objetos cotidianos em coleções de design, que ainda não ganharam sistematização e reflexão. As questões narrativas, as escalas, a proximidade e o afastamento das mostras de arte, das mostras etnográficas são ainda tateadas por curadores de museus e outros.

Pode-se pensar nas coleções de design de modo análogo ao que faz Paul Greenhalgh ao escrever sobre os problemas dos objetos artesanais em museus:

*Os problemas inerentes de identidade na prática dos artesanatos são exacerbadas logo que eles se projetam no ambiente institucional. Divididos entre ser significantes de grupos étnicos, representativos de artefatos tradicionais e funcionais, exercícios de técnica, os artesanatos modernos não se postam bem ou mesmo logicamente em espaços de galerias.*⁹¹

Greenhalgh diz que o fato de tais objetos não terem relações diretas com a arquitetura – como a pintura e a escultura, dificulta sua exposição em galerias e museus, já que sua escala, simbolismo e função prática foram concebidos para o consumo em locais informais. Para ele, mesmo as obras de arte, muitas vezes, deixam de ser manifestações vibrantes de poesia e humanidade – elas se tornam apenas peças de evidência de que a poesia e a humanidade existiram. “Obras de arte”, continua, “não são objetos, mas sim relações entre pessoas e objetos. Se a relação não existe, também não existirá a obra de arte”.

“‘Cidadelas do prazer sofisticado’ é como ele define o museu e a galeria, defendendo que os objetos artesanais só teriam a ganhar com museus on-line ou galerias web. Desse modo, os objetos poderiam retornar a seu meio doméstico, sem desaparecer da vista”.⁹²

91 GREENHALGH, Paul. *The persistence of craft*. Londres: A&C Black, 2002. “The inherent problems of identity in craft practice are exacerbated once they are projected into an institutional environment. Torn between being signifiers of defiant ethnic groups, representatives of tradition, functional artefacts, exercises in technique and disinterested at, the modern crafts have not sat nicely or even logically in gallery space”. Tradução da A.

92 *Ibidem*, pp. 12–13.

No entanto, design é também aspecto construtivo, técnico. Se um assento de cadeira é parafusado, pregado com tachinhas ou unido às pernas com malhetes, esse é um aspecto decisivo para a compreensão do universo produtivo do qual decorre e de seu projeto, as duas ações de transformação nele implicados.⁹³ Nesse sentido, e também em outros, da própria apreciação volumétrica dos objetos, faz sentido pensar em coleção de design em espaço museal.

Sua proteção e exposição ao olhar, no entanto, podem ser trabalhadas, não como meio de re-meter apenas a seus valores invisíveis de mercadorias, mas a outras, explorando suas relações com o mundo da ciência e da técnica, com o mundo da arte... talvez a outros invisíveis mais fecundos. Uma das esferas que coleções e mostras de design têm privilegiado é a do mundo doméstico, que discuto no próximo capítulo.□

93 Nos últimos anos, os historiadores do design vêm acentuando o consumo como momento de agenciamento da vida social. Nesse sentido, seria uma atividade transformadora e não uma recepção passiva. Sem desmerecer essa instância, quero crer que os momentos projetuais e produtivos são decisivos no estabelecimento da relação produção/consumo.

CAPÍTULO 2

DESIGN COMO DOMÉSTICO

Ou como explicar que a palavra design seja tão associada ao mundo privado. E como entender que coleções de design tenham, sobretudo, móveis e acessórios de casa.

La maison est un corps d'images qui donnent à l'homme des raisons ou des illusions de stabilité.

Gaston Bachelard

*The things you own
End up owning you.*

Tyler Durden (em Fight Club)

Agora as pessoas sentiam que tinham perdido de vista o quadro maior na mixórdia de detalhes e suspeitavam que o significado estava oculto nas sombras. Adequando-se aos novos modos de vida, o moderno cidadão descobria nesses objetos que enriqueciam a vida parte do significado que buscava.

Orhan Pamuk

fonte: www.bbc.co.uk/blog/wondermonkey/2011/12

1 Museus e bens de consumo

Quem já visitou museus que integram explicitamente design em suas coleções, seja o Museu de Arte Moderna e o *Cooper-Hewitt*, de Nova York, o Centro Georges Pompidou e o Museu de Artes Decorativas de Paris, de Paris; a *Pinakothek der Moderne*, de Munique; o Museu Victoria e Albert e o Museu de Design de Londres, o *Design Center* de Copenhagen, e, entre nós, o Museu da Casa Brasileira¹ sabe que neles predominam objetos do lar ou itens de consumo pessoais.

Muitos desses museus vêm realizando exposições que extrapolam o mundo doméstico, fazendo aquilo que se poderia chamar de antropologia da vida cotidiana, ao tematizar questões das esferas privada e pública. Investigam períodos históricos, relacionando produções artísticas, itens de moda, arquitetura, design de produtos, design gráfico, novas técnicas e matérias-primas.

Suas coleções permanentes, no entanto, embora tomem novas direções a partir dessa tematização mais ampla, se amparam nos laços entre design e domesticidade. Como reconhece Adrian Forty, certamente, a palavra design está intimamente relacionada a artefatos domésticos e/ou individuais e, além de acepções vinculadas à arquitetura, tem o sentido relativo às mercadorias e bens de consumo. Segundo o autor, esta noção está implicada na expressão *good design*, bom desenho, em suma, contrária ao mau gosto. E esta noção, por sua vez, se ampara na ideia, difundida a partir do século XVIII, que julga a riqueza cultural de uma nação por meio de suas lojas repletas de bens. Aí está implícita também a noção de luxo, pois ambicionar itens caros, mas de bom gosto, seria uma forma de rivalidade e competição que não feriria a moralidade pública.²

Para Forty, a palavra design remete, também desde o século XVIII à competição econômica. O êxito de produtos franceses se deveria a seu design superior. Daí a importância de elevar o padrão dos objetos industrializados, tarefa perseguida inicialmente pelo governo britânico, e que seria seguido pela Alemanha no começo do século XX.³

2 A educação do gosto

A educação do gosto por meio da exposição de objetos exemplares é uma prática que remonta a meados do século XIX. Na Grã-Bretanha participaram dessa empreitada Sir Henry Cole e William Morris, cada um à sua maneira.

Cole, reformador do design, entendia a inevitabilidade da industrialização de boa parte dos artefatos e, diante desse *fait accompli*, tomou uma série de iniciativas para melhorar a educação artística de todos que viessem a colaborar no projeto de objetos industriais. Também formou a primeira coleção do Museu South Kensington, depois de ter sido o protagonista da Exposição Industrial Internacional de 1851 (*The Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations*).⁴

1 De 1986 em diante, quando instituiu o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, o MCB passou, gradativamente a ser conhecido como museu de design. Essa discussão será feita oportunamente no capítulo 5.

2 FORTY Adrian. *Words and buildings: a vocabulary of modern architecture*. Londres: Thames & Hudson, 2000, p. 136.

3 *Ibidem*.

4 Ver PASCA, Vanni e PIETRONI, Lucia. *Christopher Dresser: il primo designer industriale*. Milão: Lupetti, 2001; e

Ele também desenhou um aparelho de chá para a empresa de porcelana Minton e, mais tarde, fundou a *Summerly's Arts Manufacture*, que projetava objetos para serem fabricados em série. Sua atenção à baixa qualidade artística da indústria de objetos de consumo ingleses foi uma preocupação central de todo seu grupo. Dele fazia parte Owen Jones, autor da famosa *A gramática do ornamento* e primeiro diretor do Museu South Kensington.

Em palestra (1853), Owen Jones teceu um diagnóstico das atividades que envolviam a casa inglesa:

*Não temos princípios nem unidade; o arquiteto, o estofador, o fabricante do papel de parede, o tecelão, o estampador de algodão e o ceramista seguem cada um o seu curso, lutando inutilmente e produzindo novidades artísticas sem beleza, ou beleza sem inteligência.*⁵

A *Gramática*, ao descrever e explicar pormenorizadamente os ornamentos de diferentes períodos históricos, tornou-se livro de referências para a arquitetura, a indústria e também para os artesãos.

William Morris respondeu à indústria desenvolvendo artesanalmente grande diversidade de itens domésticos – papeis de parede pintados a mão, têxteis, móveis, vitrais e, mais tarde, livros impressos numa oficina tipográfica própria, a *Kelmscott Press*. Sua ideia central era a de um reformador social e sua produção visava, sobretudo, a qualificação do gosto por meio da alegria encontrada no trabalho, alegria impossível de conseguir na jornada assalariada das fábricas.⁶

Jogo de chá desenhado por Henry Cole.

(Fonte: PASCA, Vanni e PIETRONI, Lucia. *Christopher Dresser: il primo designer industriale*. Milão: Lupetti, 2001)

3 A casa, celebração da família e obra de arte total

Se me pedissem para dizer o que é de pronto a mais importante produção da Arte e a coisa mais ansiada eu deveria responder, uma linda Casa...

William Morris⁷

DALLARI, Heloísa. *Design e exposição: das vitrines para as novas telas*. Tese de Doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP), 2008.

5 JONES, Owen. *A gramática do ornamento*. São Paulo: Senac, 2010.

6 MACCARTHY, Fiona. "The Designer". In: PARRY, Linda. *William Morris*. Londres: Victoria and Albert Museum, 1996.

7 "If I were asked to say what is at once the most important production of Art and the thing most to be longed for I should answer, A beautiful House..." Citado em PARRY, Linda. *William Morris*. Londres: Victoria and Albert Museum, 1996, p. 136.

Se os programas de Cole e Morris divergiam quanto a suas relações com a indústria, suas práticas coincidiram numa questão: o privilégio do espaço doméstico enquanto local de intervenção. Os objetos desenhados por Cole e seu grupo, entre os quais se encontra o designer Christopher Dresser, são todos destinados ao consumo familiar. Os de Morris também. Em sua utopia de unificação das artes e dos ofícios artesanais, Morris escolheu a casa – a sua casa, *Red House* projetada pelo arquiteto Philip Webb – como obra de arte total.⁸

A reconfiguração da ideia de família e domicílio, operada ao longo do século XIX, é central para entender esta importância do espaço doméstico. O já clássico texto de Jacques Donzelot, *A polícia das famílias* (1980), nos dá a medida das grandes mudanças ocorridas na família a partir do século XVIII na França e que se reproduziram, com adaptações, agenciamentos e negociações, em boa parte do mundo ocidental.⁹

Para Donzelot, entre outros aspectos, foi vital no século XIX a aliança entre a medicina e o Estado que promoveu todas as medidas higienistas que mudaram a face das cidades e da vida privada. É nesse período, também que as preocupações com a descendência passaram a pesar na vida quotidiana mais o que o orgulho pela ascendência. Foi também enorme a mudança no modo de ser da conjugalidade. O sentimento moderno de família teria surgido nas camadas burguesas e nobres do Antigo Regime estendendo-se, posteriormente, através de círculos concêntricos, para todas as classes sociais, inclusive o proletariado do fim do século XIX.

Nessa nova ordem higienista, há espaços reservados para pais e filhos e passa a ser fundamental a separação dos sexos. Na família burguesa ocorre um “retraimento tático”, nas palavras de J. Donzelot, de seus membros, tentando afastá-los dos serviços, que deverão ser estritamente controlados.¹⁰

Para a mulher burguesa criou-se o vínculo entre sua atividade de educadora na família e suas atividades sociais. Ela deveria velar pela relação do marido e dos filhos e passou a ser considerada responsável pela boa saúde de todos. Suas funções de educadora abriram um campo de interesses e atividades, na propagação das normas assistenciais e educacionais.

A família, embora se mantivesse patriarcal, passou a ter vínculos de outra natureza com o Estado. Ou, nas palavras de Donzelot: “De plexo de uma tela complexa de relações de dependência e de pertinência, a família se transforma em nexo de terminações nervosas de aparelhos que lhe são exteriores”.¹¹ O século XIX viu a passagem de um governo das famílias para um governo através da família.

8 A ideia de *Gesamtkunstwerk*, obra de arte total, de inspiração wagneriana, foi tomada pelos românticos e, mais tarde, pelos expressionistas e também pelas vanguardas em sentidos diversos. Na arquitetura e no design teve o significado de reunião das artes ou síntese das artes, que ecoou nos Congressos Internacionais de Arquitetura Moderna (CIAMS). Legitimou o arquiteto como aquele que produz da colher à cidade. Também está implícita na noção de *Gesamtkunstwerk* a importância da casa e da arte do homem comum. Hal Foster diz que esta obra de arte total (aquela criticada por Loos em *Ornamento e crime*) faz mais do que combinar arquitetura, arte e artesanato: ela funde sujeito e objeto. Cf. FOSTER, Hal. *Design and crime (and other diatribes)*. Londres: Verso, 2003, p. 15. Sobre as noções de *Gesamtkunstwerk* e suas adaptações pós-wagnerianas, ver VERGO, Peter. “The origins of expressionism and the notion of Gesamtkunstwerk”. In: BEHR, S; FANNING, D; e JARMAN, D. *Expressionism reassessed*. Manchester: Manchester University Press, 1993.

9 DONZELOT, Jacques. *A polícia das famílias*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1980.

10 *Ibidem*. p. 47.

11 *Ibidem*. p. 86.

Segundo a estudiosa da construção da maternidade burguesa, Elisabeth Badinter, a mãe indiferente do *Ancien Régime* se tornou a mãe coruja dos séculos XIX e XX. Para a autora, que separa a maternidade, referida ao fato biológico, da maternagem, que é a criação e educação dos filhos, a ideia de amor materno, decadente nos dois séculos anteriores, voltou a se afirmar com toda força, num novo quadro de relações, a partir do século XVIII.¹²

Fazendo menção a Philippe Ariès, o clássico autor da *História social da infância e da família*, Badinter reafirma que a noção de infância muda no século XVII. E Jean-Jacques Rousseau é o grande arauto dessa mudança. Para ele, a família moderna se funda no amor materno. Cada família torna-se mais unida na medida em que o apego recíproco e a liberdade constituem seus únicos laços. No *Discours sur l'origine de l'inégalité parmi les hommes*, citado por Badinter, a família não é mais considerada uma sociedade ‘natural’, mas associação voluntária. A mulher é, para Rousseau, um indivíduo definido em relação ao homem – esposa e mãe.¹³

No século XVIII, a discussão da felicidade como condição terrena é que deu o valor à família como lugar em que essa felicidade ocorreria. E essa família deveria ser supostamente baseada no amor, não o amor paixão arrebatadora e impulsiva, mas o amor-ternura, diz Badinter.

Essas mudanças no século XVIII vieram da burguesia e não da aristocracia. É no final do século XVIII que surgiu o apelo ao amor materno. O casamento arranjado por duas famílias, prática do *Ancien Régime*, tornou-se um escândalo, pois desprezava gostos e inclinações dos indivíduos. Fundado na liberdade, o casamento era o lugar da felicidade, alegria e ternura. Seu ponto culminante estava na procriação. O amor conjugal deveria se estender sobre a prole.¹⁴

É em torno desse período que a família se fechou, restringiu-se e construiu a intimidade. E esse fechamento foi corroborado pela medicina, que criou especialidades, separando sexos e idades (ginecologia/obstetria e pediatria). Badinter mostra como essa nova família passou a habitar:

*É a hora da intimidade, das pequenas residências particulares confortáveis de peças independentes com entradas particulares, mais adequadas à vida íntima. Ao abrigo dos importunos, pais e filhos partilham a mesma sala de refeições e se mantêm juntos diante da lareira doméstica.*¹⁵

Remonta aos séculos XVIII e XIX a progressiva separação entre produção e moradia. Na Europa, o crescimento das atividades industriais e de serviços transformou as cidades. Construíram-se bairros residenciais separados das atividades fabris e financeiras.

No Brasil, a adoção dos novos meios de transportes e comunicação (trem e telégrafo) permitiu o afastamento dos fazendeiros das atividades produtivas, o que ocorreu em São Paulo, especialmente. Além disso, houve crescimento de indústrias de bens de consumo e de serviços que formaram novos contingentes de ricos, que passaram a morar em bairros residenciais de cidades como o Rio de Janeiro

12 BADINTER, Elisabeth. *Um amor conquistado: o mito do amor materno*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

13 *Ibidem*. p. 168.

14 *Ibidem*. p. 176–8.

15 *Ibidem*. p. 179.

(entre os quais Botafogo e Flamengo) e São Paulo (como Higienópolis, Campos Elíseos, Vila Buarque, Santa Cecília, Avenida Paulista).

Essa separação de trabalho e vida familiar também mudou a vivência que cada um dos membros da família burguesa tinha da casa. Para o homem, o lar se tornou refúgio, a tão propalada metáfora do abrigo do guerreiro, entendendo a atividade profissional como uma guerra, a competição dos mercados. Não deixou de ser também espaço de representação social, no qual a mulher desempenhava papel primordial, pois era ela que organizava o cotidiano doméstico, o bom funcionamento dos serviços, a educação dos filhos, a autoridade direta sobre os empregados. A mulher se tornou alguém que deveria se portar à altura dos convidados, saber vestir-se adequadamente para cada situação, entreter, tocar piano ou cantar.

Segundo Marize Malta, o olhar decorativo difere do estético. O decorativo tinha (tem?) motivação prática, garantir o bem-estar familiar. Segundo a autora, “os espaços domésticos compunham conjuntos de imagens didático-pedagógicas capazes de ensinar os maridos a serem verdadeiros gentlemen”.¹⁶

Para Sparke,

*O gosto, não surpreendentemente, foi relegado à esfera feminina na qual se tornou o meio primário pelo qual as mulheres negociaram aquela face privada, “alternativa” da modernidade que tocava e transformava suas vidas.*¹⁷

E ainda:

*Os conceitos de “mulher” e “domesticidade” se tornaram efetivamente um e o mesmo e, quando uma noção de “gosto feminino” apoiado em domesticidade estendeu sua influência à atividade de consumir.*¹⁸

A casa se transformou, portanto, no lugar de uma nova família, de um lado reservada na sua intimidade, mas aberta a um novo tipo de sociabilidade. É desse modo que se pode explicar o chamado morar à francesa das elites brasileiras, provendo uma circulação que impede qualquer forma de promiscuidade. Nada de passar uns pelos aposentos de outros para chegar a um terceiro lugar, como ocorria antes.¹⁹ Os aposentos destinados para o homem da casa (o gabinete de trabalho) e a sala da senhora são locais de atividades “especializadas” segundo o sexo, que embora utilizados na solidão, servem de local para receber convidados. Os homens recebiam seus pares nos gabinetes ou escritórios onde estavam os diplomas, símbolos do eu e da nova ordem meritocrática, como descreve Nelson Schapochnik e os levavam para os *fumoirs* muitas vezes contíguos; as mulheres podiam organizar em seus espaços,

16 MALTA, Marize. *O olhar decorativo*. Rio de Janeiro: Mauad/Faperj, 2011, p. 51. Creio que um estudo notável (se é que já não foi feito) poderia ser feito ao tentar interpretar nossa domesticidade burguesa com a facilidade de obtenção de mão de obra doméstica servil. Os *gentlemen* nas rodas de iguais poderiam ser vis escravocratas no trato com o subalternos. Muitos estudos beiram esta questão que tem a ver com a noção de público/privado no Brasil.

17 SPARKE, Penny. *As long as it's pink: the sexual politics of taste*. Londres: Pandora, 1995, p. 4.

18 *Ibidem*. p. 15.

19 Ver LEMOS, Carlos Alberto Cerqueira. *Ramos de Azevedo e seu escritório*. São Paulo: Pini, 1993, p. 38; e, do mesmo autor, *Casa Paulista: história das moradias anteriores ao ecletismo trazido pelo café*. São Paulo: Edusp, 1999.

muitas vezes próximos da sala de visitas, pequenas sessões de bordados com suas amigas, mostrando as prendas domésticas, que nada tinham a ver com o trabalho pesado realizado pelos criados.²⁰

É pensando nessa nova família ainda que se entendem os aposentos do casal, dos meninos e das meninas, estritamente separados por sexo e idade. A família é a grande agenciadora da individualidade e a casa sua possibilidade de exercício. Os quartos transformaram-se em “templos de privacidade” nas palavras de Nelson Schapochnik.²¹

Nicolau Sevcenko menciona o desaparecimento da latrina de barril, do penico, do tigre substituídos pelo *water closet* e pelo *bidet* francês – nova atitude para com o corpo – exibido, atlético.²² O banheiro era a peça mais moderna da casa – associado a higiene e saúde, mas também à exuberância física e ambiente da mais recôndita intimidade. Povoado de espelhos que permitem o olhar-se, resultava não apenas dos incrementos técnicos, mas de uma dimensão coletiva de expectativas frente ao corpo.

É também com base nessa nova divisão familiar que se pode entender a copa (o *service*) como esse espaço intermediário, que busca demarcar a zona social (a sala de jantar) da área que mais proximidade tem com a produção (a cozinha). Se a cozinha da casa burguesa, como nos diz Carlos Lemos, era uma área externa organizada num “puxado”, que concentrava uma série de atividades penosas, agora há medidas sanitárias a serem cumpridas e uma especialização dos espaços também visando a higiene. As roupas eram passadas, muitas vezes, em quartos próprios, de engomar.

A casa, de local de produção (ou de intensa atividade produtiva visando à reprodução, caso das atividades da cozinha descritas por Lemos) se tornou, gradativamente, um centro de intimidade e sociabilidade de novo tipo de família; tornou-se também um polo de consumo dos bens industrializados, alguns dos quais eram, antes, fabricados a duras penas no ambiente doméstico. A instalação de indústrias no Brasil e a importação de bens de uso diário atestam o novo modelo de consumo, que tinha a vida doméstica e seus membros como destinatários.

Ana Belluzzo mostra como, no final do século XIX, e começo do XX, o Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo se aparelhou para realizar a residência particular da elite paulistana, “ansiosa por afirmar-se” no processo de industrialização e urbanização. Ela fala do “caráter ostentatório e arrivista com que a riqueza se torna material e visível”. Segundo a autora, a residência particular era o paraíso desta invasão de objetos e móveis de estilo.²³

4 Objetos domésticos na historiografia do design

Os itens que compunham uma casa se multiplicaram e a figura do decorador foi criada para agenciar toda a gama de objetos do lar. William Morris foi, ele próprio, um decorador. Em suas lojas,

20 SCHAPOCHNIK, Nelson. “Cartões-postais, álbuns de família e ícones da intimidade”. In: SEVCENKO, Nicolau (org.). *História da vida privada no Brasil* (vol. 3). São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 507.

21 *Ibidem*. p. 508.

22 SEVCENKO, Nicolau. “A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio.” In: SEVCENKO, Nicolau (org.). *História da vida privada no Brasil* (vol. 3). São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

23 BELLUZZO, Ana Maria de Moraes. *Artesanato, arte e indústria*. Tese de Doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP), 1988.

Vistas parciais da exposição didática do South Kensington.

(Fonte: www.flickr.com/photos/sciencemuseum/3321608685/in/photostream/)

comercializava não apenas os itens de sua lavra, mas a produção de outros artistas-artesãos de seu grupo, além de objetos que trazia de viagens e que exprimiam seu gosto pessoal e seu estímulo à união de artistas e artesãos. Esses itens eram destinados à casa: papeis de parede, azulejos, tecidos para cortinas e estofados, móveis e também obras de pintura.

Henry Cole fundou a exposição didática (*educational collection*) no Museu South Kensington, na qual se viam também objetos de uso doméstico/individual produzidos industrialmente.

Um terceiro veio desta relação arte/produção foi o de algumas indústrias e seus agentes, reconhecidos pela historiografia do design, e nelas também vemos objetos de cunho doméstico. Essas fábricas fornecem bons exemplos de práticas nas quais a divisão do trabalho cria a figura do profissional criativo separada do labor diário. Basta pensar aqui nas famosas fábricas de louças inglesas e na fábrica de cadeiras Thonet.²⁴

Adrian Forty trata da empresa de louças cerâmicas Wedgwood, mostrando como ela introduziu a divisão de trabalho em suas fábricas, criando o estatuto do designer colaborador.²⁵ Designers eram os artistas que criavam padrões decorativos, que, na fábrica, eram reproduzidos por meio de decalques. A diversificação do público expressa em diferentes gostos e também em distintos poderes aquisitivos fez que a Wedgwood oferecesse vasta gama de produtos ao mercado, seja apoderando-se de figuras do classicismo greco-romano, seja criando ornamentos de flores ou vegetais ou mesmo simples bordas para os conjuntos de louças.

A empresa austríaca Thonet aproximou-se de vários arquitetos modernos depois de existir durante muitos anos. Sua criação mais conhecida, a cadeira modelo 14, foi desenvolvida na fábrica, sem qualquer consultor externo. Ao resolver problemas técnicos da curvatura da madeira utilizando vapor, e também ao simplificar sua construção, tornando-a facilmente desmontável, Michail Thonet projetou uma cadeira que está em produção até hoje. Celebrada por arquitetos modernos, como Le Corbusier, seu desenho prenunciou o “golpe de chicote” do *Art Nouveau* e incorporou o desenho da linha e os vazios na concepção do objeto, resultando em imensa economia de matéria-prima.

24 Ver, a esse respeito, entre muitos outros, BONY, Anne. *Le design*. Paris: Larousse, 2004; FUSCO, Renato de. *Storia del design*. Roma: Laterza, 2002; HESKETT, John. *Desenho industrial*. Rio de Janeiro: José Olympio; Brasília: Editora da UNB, 1997; SCHNEIDER, BEAT. *Design: uma introdução*. São Paulo: Blucher, 2010; LAURENT, Stephane. *Chronologie du design*. Paris: Flammarion, 1999.

25 FORTY, Adrian. *Objetos de desejo*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

O êxito comercial da 14 se deu na grande aceitação entre os proprietários de cafés, mas também nos domicílios familiares. A *Thonet bistrot*, paradigma do design industrial, foi exportada em grandes quantidades para vários continentes, inclusive para as casas senhoriais de nossas fazendas de café.

Nos livros²⁶ que inventariam artefatos anônimos do cotidiano, surgidos nos séculos XVIII e XIX, os objetos domésticos sobressaem em relação a outros itens, sejam eles máquinas, meios de locomoção, móveis urbanos ou apetrechos de esporte ou de guerra.

O grande pai da história do design moderno, Nikolaus Pevsner conferiu grande importância ao *Art Nouveau* e ilustrou seus livros *Os pioneiros do desenho moderno*, de 1936 e *Origens da arquitetura moderna e do design*, de 1968, com dezenas de imagens de objetos destinados à casa, além de obras de pintura e escultura; plantas e fotos de residências e conjuntos habitacionais, dentro da perspectiva moderna de unidade das artes.

Essa perspectiva de circunscrever design a objetos domésticos tem sido criticamente reconhecida. Kjetil Fallan, que fez vasto apanhado historiográfico do design, reconhece que “a história do design raramente se importou com objetos que os historiadores não considerassem de alto valor estético, objetos que não pudessem ser atribuídos a um autor ou objetos alheios à esfera doméstica”.²⁷

Antes de Pevsner, os livros publicados pela Bauhaus assinalavam a importância do mobiliário, das peças têxteis e de objetos como luminárias, louças e papeis de parede na produção da escola. No entanto, aqui se realizou uma operação distinta, a saber, o fim da separação entre objetos domésticos e itens do mundo do trabalho. Iniciativa semelhante coube a Le Corbusier. A casa deixou de ser a reunião de peças fantasistas e passou a ser pensada como os espaços de trabalho, modelo de eficiência e produtividade, em suas próprias palavras, a máquina de morar.

5 Máquinas, o futuro

As mudanças valorizadas pela Bauhaus e por Le Corbusier são aquelas que têm a marca da maquinização. As mínimas tarefas do cotidiano doméstico e familiar foram afetadas pela Revolução Industrial, resultado não só da urbanização rapidíssima, no encurtamento do espaço, no disciplinamento absoluto do tempo, mas também da já observada oposição entre casa e trabalho e as mudanças de conceito de família. A segunda Revolução Industrial levou para os interiores residenciais muitas aplicações decorrentes de descobertas científicas e invenções técnicas. As lides de casa foram, cada vez mais, exercidas com o emprego de instrumentos específicos, sejam os eletrodomésticos já no final do século XIX (como o fogão elétrico, as torradeiras, as resistências para ferver água) ou a enorme especialização por que passaram apetrechos culinários como talheres, louças, copos etc. e que fizeram da cozinha, como diz Renato Ortiz, “espaço privilegiado do consumo”.²⁸

26 Estão contidas aqui dezenas de obras de história do design.

27 FALLAN, Kjetil. *Design history: understanding theory and method*. Oxford; New York: Berg, 2010, p. 10. “design history has rarely bothered with objects historians did not consider to be of high aesthetic value, objects that could not be attributed to an author or objects outside the domestic sphere.” (Tradução da A.)

28 ORTIZ, Renato. *Cultura e modernidade*. São Paulo: Brasiliense, 1991, p. 143.

A seção de máquinas na expo de 1851.

(Fonte: www.old-print.com/mas_assets/full2/P1191851/P1191851248.jpg)

O potencial que a maquinização trazia ao mundo era admirado por muitos, em diferentes aspectos. Veja-se como Karl Marx adjetiva a máquina a vapor: “...Boulton e Watt apresentaram na exposição industrial de Londres, em 1851, a mais colossal máquina a vapor para transatlânticos” E, ao comentar o movimento luddista, diz que “Era mister tempo e experiência para o trabalhador aprender a distinguir a maquinaria de sua aplicação capitalista e atacar não os meios materiais de produção, mas a forma social em que são explorados”.²⁹

A Rainha Vitória, que inaugurou a exposição de 1851, expressa a mesma admiração em seu diário: “fomos à seção das máquinas: ela é extremamente interessante e instrutiva e enche de admiração pela grandeza de espírito humano que pode conceber e realizar invenções tão maravilhosas, contribuindo para o bem-estar e para o conforto do mundo inteiro”.³⁰

Para Marx, abria-se a possibilidade de libertar os trabalhadores de tarefas hediondas, desde que eles se tornassem os proprietários coletivos dos meios de produção. Também estava na sua mira a possibilidade de gerar uma vida digna para todos. Assim como para algumas feministas desse período e socialistas utópicos como August Bebel e Charles Fourier, para Marx o capitalismo industrial seria um sistema econômico que abriria o caminho para uma sociedade socialista, completamente industrializada. Desse modo, o trabalho doméstico e o cuidado com as crianças seriam apoiados por tecnologias coletivas em algum momento do futuro.³¹

Já para a rainha Vitória, a ênfase recaía nas máquinas como meios de produzir conforto, a palavra-chave que permite a entrada no lar do progresso técnico.

6 Conforto, chave da felicidade

Foi na segunda metade do século XIX³² que entrou na vida das pessoas uma série de objetos que diziam respeito a suas comodidades, a seu conforto: a lata de lixo em metal galvanizado, a fita métrica, os alfinetes de segurança, o pregador de roupa, a cadeira dobrável de lona, o modelo atual de tesouras domésticas, a fechadura Yale, a lata de conservas, a lâmpada incandescente (modelo E27 de Edson), o canivete suíço, a tampinha metálica das garrafas, a garrafa térmica, o chiclete, a máquina de costura e o clipe.

Progressos técnicos e científicos se incorporaram à manufatura de bens. Sentar confortavelmente, segundo Richard Sennett deixou de ser privilégio da nobreza pré-Iluminismo. Na Versalhes de 1725, “as cadeiras permitiam maior relaxamento [...], o encosto, levemente inclinado, e os braços mais baixos para facilitar os movimentos eram tão importantes quanto o assento...”.³³ No século XVIII conforto significava liberdade de movimentos.

No século XIX, o estofamento mudou a forma de sentar. Os assentos ganharam molas, e foram cobertas por almofadas de crina de cavalo ou de lã, conduzindo a uma postura ostensiva de relaxamento. Na França, o estofador Devilliers chamou as enormes poltronas que fabricou com estas características de *confortable senateur* e *confortable gondole*. Estava dado novo hábito de sentar e deitar, bem distinto dos anteriores.

Se na Idade Média a cadeira era parcialmente ignorada, reservada à realeza e às imagens santas, e os homens comuns se sentavam no chão, sobre almofadas, em arcas ou bancos, já no século XV, seu uso era identificado a certas funções, tais como a escrita, a refeição e a conversação, explica o historiador Daniel Roche.³⁴ Do século XVI em diante, de acordo com Sennett, ela conquistou espaço social.³⁵ Na corte de Luís XIV, a cadeira indicava claramente a hierarquia, que começava no rei, com direito a cadeira de braços e descia até os cortesãos, a quem cabia uma almofada. Já no século XVIII havia uma classificação dos tipos de cadeira, conforme os usos: *bergère*, *duchesse*, *gôndola*, *canapé*, *otomana*, *sofá*... “A história da cadeira é também a da postura, que não era idêntica em todos os lugares e que vemos passar da dignidade hierática à completa liberdade”, explica Daniel Roche.³⁶

A cama também não é objeto imutável, como pensa o senso comum. Segundo Roche, quando levada para o quarto, inaugurou novo período de privacidade sexual, fundamental para a nova família. E os móveis de guardar – arcas, cômodas, guarda-louças – tenderam à verticalidade, mas foram menos afetados pelas funções simbólicas de hierarquia do que as cadeiras.

32 Adoto aqui a periodização de E. Hobsbawm – o século XIX tendo como marco inicial a Revolução Francesa e a Primeira Guerra Mundial (1789–1914). Apesar de uma série de novidades domésticas terem sido desenvolvidas ao longo de todo o século, é de 1870, aproximadamente, em diante, que se aceleram as invenções técnicas que mudaram a paisagem urbana, aí compreendidas as casas unifamiliares.

33 SENNETT, Richard. *Carne e pedra*. Rio de Janeiro: BestBolso, 2008.

34 ROCHE, Daniel. *História das coisas banais*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000, p. 232.

35 SENNETT, *op. cit.*

36 ROCHE, *op. cit.*, p. 232.

29 MARX, Karl. *O capital*. Livro 1. Volume 1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971. pp. 431 e 490–1.

30 VERCELLONI, Matteo e BIANCHI, Riccardo. *Le Design*. Paris: Solar, 2005, p. 14. Tradução da A.

31 HAYDEN, Dolores. *The grand domestic revolution*. Cambridge; Massachussets; Londres: The MIT Press, 1981.

Um dos modelos ornamentados do vaso sanitário vitoriano.
(Fonte: www.jldr.com/victorian_toilet.shtml)

Para Sennett, estas novas formas que tinham por características comodidade juntaram-se à passividade corporal. Os vasos sanitários do período vitoriano eram fabricados como móveis de descanso, com prateleiras para revistas, pratos e copos.³⁷

Renato Ortiz e Daniel Roche mostram a transformação semântica da palavra conforto. No século XVII ela tinha o sentido de reconfortar alguém, de consolo. Os nobres, ao falarem de vantagens na vida cotidiana, usavam o termo comodidade. As comodidades seriam atributos dos espaços privados da casa, que se separam dos locais de receber. Em 1842, segundo Ortiz, o Dicionário da Academia Francesa registrou a expressão conforto como bem-estar material, agilidade de vida.³⁸ Roche afirma que ela “teria mudado de sentido com a moda da Inglaterra e seus costumes, para significar a busca de um bem-estar material”.³⁹

As necessidades ditas básicas se tornaram ‘meios de requinte’, segundo Roche. Boa parte deles, mesmo se individuais, são objetos domésticos tais como escovas de dente, navalhas de barbear, objetos de *toilette*, pias, banheiros, bidês. Também o mundo do trabalho viu muitas novidades confortáveis. Os serviços públicos fizeram sua parte com a introdução das redes de água, esgoto, iluminação. A eletricidade permitiu o surgimento de inúmeros aparelhos domésticos.

Ortiz apresenta um antes e um depois na nova ‘ordem dos objetos’:

*Para os homens que vivem dentro desta nova ordem [...], ficar ao lado da lareira, com a família e os vizinhos, sem aquecedor central, sem eletricidade, é visto como algo desconfortável, portanto ‘antiquado’. Um ‘antes’ e um ‘depois’ se inscrevem desta forma na materialidade dos objetos, demarcando aqueles que se ajustam ou não aos novos tempos.*⁴⁰

“O luxo, enquanto conforto, se apoia sobre uma materialidade produzida pela sociedade industrial”, diz Renato Ortiz.⁴¹ Isso não quer dizer que se forme imediatamente uma sociedade de consumo, pois largos setores da população estão excluídos desse acesso a bens de conforto. O conforto é contemporâneo da ideia de modernidade, nas palavras de Jean-Pierre Goubert.⁴² Assim também o gosto passageiro, em contraposição à durabilidade da tradição.

É o conforto que estabelece uma linha divisória entre passado e presente. E esse conforto tem a casa unifamiliar como elemento central. Daniel Roche mostra como os móveis “se situam como

intermediários entre o meio interior (necessidades e hábitos do grupo) e o meio exterior (que fornece os materiais para satisfazer essas necessidades)”.⁴³

Em princípio, diz o autor, “a cama serve para dormir e a cadeira para se sentar, mas ao mesmo tempo ambas modificam as necessidades a que devem satisfazer”.⁴⁴ Em resumo: aqui se nega a neutralidade ou a não historicidade dos objetos cotidianos, que sintetizam não apenas o momento técnico, mas também propõem novo comportamento, nova atitude corporal. Vânia Carneiro de Carvalho, em seu trabalho *Gênero e artefato*, relaciona inúmeros objetos à construção de posturas ditas femininas ou masculinas. Vejamos seu comentário sobre móveis da sala de música de palacete carioca do começo do século XX:

*As cadeiras e o sofá com espaldar em madeira, em ângulo reto com os assentos, gratificam antes as necessidades estéticas do que a anatomia do corpo. Eles indicam que a prática de ouvir música, ou outras formas de lazer desenvolvidas na sala, ocorriam de forma ativa e socializante, mas dentro dos padrões corporais femininos, nos quais dominam a rigidez da postura, a exposição visual e a comunicação. Os móveis acomodam o corpo sem, no entanto, possibilitarem seu relaxamento ou isolamento. A cadeira sem encosto permite que a mulher se sente sem prejuízo do vestido.*⁴⁵

João Máximo da Silva descreve as dificuldades de aceitação de objetos técnicos, como o fogão a gás, associado a uma perda de conhecimento corporal das cozinheiras paulistas e cariocas acostumadas ao fogão a lenha.⁴⁶

Tomás Maldonado sintetiza a questão: “a tecnologia do cotidiano não é e nunca foi um ato natural. Pertence, ela também a um desses dispositivos de controle que ajudam a estruturar e finalmente estabilizar a vida cotidiana na sociedade capitalista”.⁴⁷

Daniel Roche é muito claro ao explicar a tarefa do historiador diante dos objetos:

O historiador não pode tratar os objetos unicamente como sinais e a arte como uma linguagem. Ele deve restituir-lhes, entre a arte e o uso, um lugar conforme a um papel complexo, indo da instrumentalidade dominante à valorização estética, do banal ao prestigioso até a capacidade de liberar uma mensagem, uma informação representada para servir de modelo e de referência de uma época.⁴⁸

Ele afirma que a história do quarto é exemplar para demonstrar o imbricamento do cultural e do técnico. O aquecimento da peça permitiu que a cama deixasse de ocupar lugar de isolamento contra o frio; a ausência de sistema hidráulico relegava o banheiro ao exterior da casa e impunha o urinol como objeto dessa peça.

43 ROCHE, *op. cit.*, p. 231.

44 *Ibidem.* p. 231.

45 CARVALHO, Vânia Carneiro. *Gênero e artefato: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material*. São Paulo, 1870–1920. São Paulo: Edusp, 2008. pp. 168–169.

46 SILVA, João Máximo da. *Cozinha modelo*. São Paulo: Edusp, 2008.

47 MALDONADO, Tomás. “La idea del confort”. *Sarquitecturas*, n. 1, 2000: pp. 14–19. Tradução da A.

48 ROCHE, *op. cit.*, p. 229.

37 SENNETT, *op. cit.*, p. 342.

38 ORTIZ, *op. cit.*, p. 140.

39 ROCHE, *op. cit.*, p. 149.

40 ORTIZ, *op. cit.*, p. 146.

41 *Ibidem.* p. 143.

42 *Apud Ibidem.* p. 146.

Tomás Maldonado mostra como noções de privacidade só puderam constituir-se a partir da água encanada; como se criam novas sensibilidades para os cheiros e como higiene e moral são relacionadas. A ideia transpassa as classes sociais – exemplo disso é a casa proletária concebida com as mesmas divisões da casa burguesa, conforme Maldonado.⁴⁹

Não se pode cair no erro de pensar na história dos objetos de forma linear. Daniel Roche, fala “do entrelaçamento dos objetos e das temporalidades, a herança e a apropriação de novas maneiras, a intimidade e a vida das famílias citadinas ricamente dotadas, a idealização de um grupo social e de seus valores, entre a inovação moderada e a tradição”.⁵⁰

Uma arqueologia da casa burguesa da segunda metade do século XIX encontra peças de diferentes períodos históricos. Ao mesmo tempo em que se rendem aos objetos técnicos, há também o apreço por itens vindos de longe, no tempo e no espaço. Na Grã-Bretanha essa característica do ecletismo arquitetônico era favorecida pela presença mundial do Império. Em alguns estratos sociais continuava importante a pátina dos objetos para mostrar a ancestralidade familiar, como demonstra Grant McCracken.⁵¹ Ao mesmo tempo, a noção de conforto, de modernidade (entendida no sentido de melhoramento) e de capacidade financeira, isto é, de distinção social no plano econômico obrigaram à atualização dos interiores domésticos.⁵²

Com a ampliação do consumo de bens domésticos e sua industrialização é que começa o debate sobre o ornamento e a indústria, que mobilizou tantas personalidades ligadas às artes no século XIX. E é nesse momento que a afirmação de um poder educativo dos artistas e dos museus incidiu sobre o ambiente doméstico e o reteve como modelo para a produção industrial.

7 De equipamentos coletivos para bens familiares

Na realidade, itens domésticos como os aspiradores de pó e as máquinas de lavar roupa foram concebidos inicialmente para hotéis, restaurantes e lavanderias comerciais.⁵³ Só depois foram reduzidos para adequar-se às casas unifamiliares.

Segundo Hayden, o projeto Hoover para combater a grande Depressão norte-americana baseou-se na construção e venda de residências, a serem preenchidas por carros e eletrodomésticos.

49 MALDONADO, *op. cit.*

50 ROCHE, *op. cit.*, p. 255.

51 MCCracken, Grant. *Cultura & consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003, pp. 53–67.

52 Na casa burguesa, os objetos técnicos devem ser os mais atualizados (eletrodomésticos, automóvel etc.) mas os móveis e utensílios podem datar de longa data. Valeria a pena uma investigação que levasse adiante essa dualidade do gosto. Marcos Moraes de Sá, autor de *A mansão Figner*, fala de peças evocativas de cultura, padrão social e de prestígio e da presença simultânea do passado e do futuro – o passado nas referências estilísticas; o futuro nas instalações de novos aparelhos produzidos pela indústria. Ver SÁ, Marcus Moraes de. *A mansão Figner: o ecletismo e a casa burguesa no início do século XX*. Rio de Janeiro: Senac, 2002, p. 82. Jean Baudrillard diz que a função do objeto antigo é significar o tempo e que este fenômeno, para os “civilizados” é o mesmo que arrasta os “subdesenvolvidos” para produtos e signos técnicos das sociedades industriais. Ver BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2004, p. 83.

53 HAYDEN, *op. cit.*, pp. 16–7.

Depois de greves e manifestações de massa nos EUA, em 1919, muitos políticos e empresários passaram a defender a permanência das mulheres em casa – alegavam que disso dependia o crescimento e a prosperidade.

Assim passaram a ser oferecidas pequenas casas unifamiliares suburbanas com sistema de crédito e hipotecas que facilitaram sua compra por famílias de trabalhadores. Desse modo, o Sr. Proprietário seria casado com a Sra. Consumidora, segundo a economista doméstica Christine Frederick. Gerir a casa de modo científico, adaptando para o mundo doméstico as teorias de Taylor, passou a ser o mote de Ford, Frederick e outros tantos. No entanto, esta racionalização jamais seria alcançada, já que o Taylorismo depende da divisão de tarefas e o trabalho caseiro é realizado por uma só pessoa.

O casamento e a formação de novas famílias tornavam-se um grande negócio. Os trabalhadores eram também consumidores. A isso é que Betty Friedan chamou de a mística feminina: a ideia profusa de que homens eram proprietários e mulheres, gerentes.⁵⁴

Henry Ford e Christine Fredrick entendiam o consumo como dever patriótico. E isso fica muito claro no texto de Ford, “*A máquina, o novo Messias*”:

O grande problema das casas hoje em dia é a quantidade de trabalho aviltante que ela exige. Mesmo tendo diminuído o número de horas semanais do trabalho masculino, praticamente nada foi feito para eliminar as tarefas básicas do trabalho doméstico; não houve diminuição de horas de trabalho das donas de casa. Mas, a jovem mulher moderna que mantém a casa e cuida de suas várias crianças vai mudar esta situação. Ela tem recusado esta trabalhadeira insana. O que chamamos de “indiferença dos jovens” a este respeito é simplesmente um porvir projetando sua sombra de antemão. Elas se contrapuseram ao trabalho doméstico, e como consequência, ele desaparecerá.

*Hoje existem máquinas para serem usadas na cozinha. Temos o aspirador de pó, os vários eletrodomésticos, as máquinas de lavar roupa, as geladeiras; mas todos ainda muito caros. Temos de achar algum modo de reduzir os custos e algum modo de facilitar outras tarefas femininas.*⁵⁵

De 1920 a 1960 foram desenvolvidas campanhas que colocavam o homem como provedor e a mulher como dona de casa. A casa suburbana, modelo do consumo nos Estados Unidos, fez prosperar as indústrias de eletrodomésticos, as fábricas de automóveis e os especuladores imobiliários. “Estas casas eram caixas vazias para serem preenchidas por mercadorias produzidas em massa”.⁵⁶

A casa unifamiliar foi projetada durante um século inteiro, até meados dos anos 1970, para a dona de casa em tempo integral. Apesar dos inúmeros aparelhos domésticos, o tempo de trabalho da dona de casa aumentou, segundo estudos de orçamento nos Estados Unidos.⁵⁷ Os lares do sonho americano tornaram-se pesadelos sócio-ambientais, com esposas deprimidas e enorme consumo de energia

54 *Ibidem*. p. 284.

55 FORD, Henry. *A máquina, o novo Messias* [1928]. Agitprop, n.14, ano II, fevereiro de 2009, trad. de Yvonne Mautner, disponível em http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=repertorio_det&id=19&titulo=repertorio.

56 HAYDEN, *op. cit.*, p. 23.

57 *Ibidem*. p. 26.

elétrica, petróleo, água. No entanto, a prevalência desse modelo mostra que até hoje o consumo doméstico/individual está no centro das atividades do capitalismo industrial.⁵⁸

Na Alemanha hitlerista e na Itália de Mussolini, incentivaram-se as mulheres a voltarem para casa, reduzindo artificialmente o desemprego... masculino. A casa equipada dependia da *Hausfrau* e a família deveria ter seu Volkswagen, o carro que Hitler pensou para fazer frente ao Ford T. Maria Antonietta Macciocchi mostra o nexo entre os fascismos alemão e italiano na exaltação do tradicional feminino.⁵⁹

No Brasil do pós II Guerra, o empreendedor imobiliário Artacho Jurado, que sempre manifestou preocupações com o conforto dos moradores, projetou o conjunto residencial Cidade das Monções, com casas unifamiliares de 70m², todas com garagem. O local, que corresponde ao atual Brooklin, embora servido de linhas de bonde, era afastado do centro e dos bairros residenciais tradicionais da cidade. O lançamento imobiliário dispunha que cada comprador recebesse junto com a casa um automóvel Perfect, da Ford.⁶⁰

Ao menos retoricamente, os defensores do socialismo buscaram reduzir a lide doméstica, anunciando a socialização de uma série de tarefas ligadas à reprodução da força de trabalho.⁶¹ A família, sabe-se, não foi destruída no processo de reconstrução de relações da União Soviética e manteve parte de suas funções históricas, especialmente no que diz respeito a tarefas de reprodução cotidiana dos indivíduos. Mas o modelo de desenvolvimento econômico não se baseou no consumo familiar, e esta foi, aliás, uma das grandes armas anti-soviéticas do *American Way of Life*.

Yvonne Mautner destaca:

O embate entre uma produção industrial 'planejada' e o livre rolar das forças do mercado, que se materializa na guerra ideológica entre a União Soviética e os Estados Unidos, respectivamente, após a Segunda Guerra Mundial, será um profícuo campo de debates sobre qual deveria ser a amplitude e natureza desta produção.

A autora situa a discussão entre a

58 Hoje há pistas para a passagem do consumo familiar para o individual – cresce o número de pessoas morando sós, as empresas dedicam parte de sua produção a itens (de eletrodomésticos a pacotes de cereais) de consumo individual. Mesmo a moradia familiar de classe média tende a privilegiar as suítes, espaços individuais que tornam a vida no restante da casa uma rele passageira.

59 MACCIOCCHI, Maria Antonietta. *Les femmes et la traversée du fascisme: éléments pour une analyse du fascisme*. Paris: Union Generale d'Édition, 1976.

60 FRANCO, Ruy Eduardo Debs. *Artacho Jurado: arquitetura proibida*. São Paulo: Senac, 2008.

61 Alexandra Kollontai, a militante marxista feminista, líder da Oposição Operária de 1920, levou adiante as formulações de Friedrich Engels na perspectiva de que o capitalismo destruiu relações familiares. Ao analisar a família no capitalismo, ela diz que as funções de consumo, de educação dos filhos, de manutenção das riquezas foram tomadas seja pelo Estado, por associações civis ou pelos bancos. "O capitalismo destrói a família, mas o processo de socialização da produção em curso contribuirá para a formação de novas formas de vida social comum. Lenta, mas irrevogavelmente, as obrigações familiares vão ficando, uma após a outra, a cargo da sociedade e do Estado". Ver KOLLONTAI, Alexandra. *A mulher no marxismo*. Lisboa: Delfos, 1975, p. 127.

*"racionalização", o utilitário (necessários aos projetos sociais) e a "liberdade criadora", a arte, (refúgio único da expressão individual), mantendo em esferas separadas o princípio modernista de reprodutibilidade e socialização da arte e o da diversificação para a "individualização" do consumo.*⁶²

Se a casa e o consumo doméstico se tornaram um ponto tão crucial na disputa dos dois modelos, é porque corresponderam ao modelo econômico das formações sociais capitalistas do século XIX, glorificado sob a égide do progresso.⁶³ O novo é sinônimo de aperfeiçoado e as invenções técnicas eram vistas como bases de uma vida melhor, também para os socialistas. É mais do que conhecido o binômio sobre o qual Lênin assentava a Revolução Socialista: a eletrificação e os soviets. Sabe-se também da admiração dos dirigentes bolcheviques e outros comunistas por Ford. E é nesse modelo de progresso técnico que intervieram os designers, no projeto de objetos de consumo familiar e individual.⁶⁴

O design escandinavo⁶⁵, especialmente dos anos pós II Guerra Mundial em diante, deve muito à política socialdemocrata que enfrentou o problema da moradia com grandes projetos, além de ter construído uma noção bastante singular de indivíduo consumidor, capaz de gerir sua própria vida, com bastante independência diante da família.

Ao dar suporte aos indivíduos cidadãos (cuidados especiais com a saúde, infância, velhice etc.), o Estado tornou prescindíveis muitos dos cuidados familiares e ajudou a reconstruir as noções de domesticidade, alargando direitos femininos e infantis.

Os pequenos apartamentos dos planos habitacionais, principalmente aqueles construídos entre 1965 e 1975, cerca de um milhão, eram projetos racionalizados que deveriam poupar recursos e foram mobiliados com o mínimo de peças leves que tendiam à horizontalidade, especialmente projetadas para não acentuar a percepção da exiguidade dos espaços e, sobretudo, dos pés direito baixos dos

Cartaz que mostra o comando de Lênin: eletricidade e poder aos soviets. (Fonte: inverta.org/cooperativa/loja/produto/lenin-lidera-o-proletariado-mundial_p_az/)

62 MAUTNER, Yvonne. "O desenho do produto e o desenho do espaço". *Agitprop*, 5, ano 1, maio de 2008. Disponível em <http://www.agitprop.com.br/?pag=ensaios&titulo=ensaios>. Acesso realizado em 3 de março de 2012.

63 Não quero aqui reduzir a compreensão da família como unidade de consumo. Como bem explica Eunice Durham, ao tratar da família operária, a família é o lugar de trocas afetivas intensas, ao mesmo tempo em que espaço de socialidade e de informação; de confronto de situações sociais etc. Quero apenas acentuar no texto o lugar estratégico, para as indústrias e para as políticas de estado do lugar da família enquanto unidade residencial e de consumo. Também não quero dizer que a lógica da obsolescência fizesse parte das estratégias comunistas. Mas suas bases técnicas são admiradas como se pudessem ser neutras. Ver DURHAM, Eunice. *A dinâmica da cultura*. São Paulo: Cosac Naify, 2004, ps. 239–253.

64 Professores e alunos da escola Vchutemas, instituída pela Revolução bolchevique, projetaram itens como móveis e louças, entre outros. Os móveis eram multifuncionais e deveriam atender à exigência de convivência de várias famílias num mesmo espaço. A escola também se dedicou a questões como móveis escolares, elementos industrializados para a construção, cartazes de conteúdo educativo etc. A escola ecoava a noção da necessidade do fim da família burguesa e todo seu aparato decorativo e se regia, entre outras questões, pela higiene.

65 O design da Europa do Norte vem sendo estudado de modo a traçar suas ligações com as políticas de bem-estar social. O breve resumo que segue se vale dessa nova bibliografia, especialmente MATTSON, Helena e WALLENSTEIN Sven-Olov. *Swedish modernism: architecture, consumption and the welfare state*. Londres: Black Dog Publishing, 2010.

chamados flats. A casa, segundo Yvonne Hirdman, se tornou essencial, no Estado de bem-estar social sueco, para a produção de um novo tipo de socialismo e um novo sujeito. A casa era o lugar da invenção de um consumo controlado e seu consumidor racional.⁶⁶ De acordo com Mattson, o consumidor não deveria ser extravagante, devotado ao consumo hedonístico, mas sim constituir-se em consumidor ativo.⁶⁷ A política keynesiana de bem-estar social previa não só uma mudança no universo do trabalho, mas também no lar e na própria casa.

O design escandinavo teve muito a fazer (não só na vida privada, é certo) para construir o novo indivíduo da Europa do Norte. Sua forte ligação com as práticas artesanais anteriores garantiu uma espécie de reconhecimento ou continuidade ao design moderno, incorporado em projetos residenciais, de trabalho e lazer.

É pertinente examinar de que modo mesmo projetos públicos fizeram uso de noções de domesticidade. As entradas de metrô de Paris, desenhadas por Hector Guimard, por exemplo, podem ser interpretadas como tentativa de criar visualidade artística, já relativamente familiar aos transeuntes em espaços fechados, especialmente nos palacetes para convidá-los a descer as escadarias e conhecer um novo meio de transporte. Os bancos de sentar de parques europeus, feitos de ferro fundido e padrões floreados de ornamentos, os interiores de trens desenhados por Walter Gropius também levaram para o espaço público, para os meios de locomoção algo da domesticidade.

Interior do vagão de trem da Rainha Vitória.

(Fonte: www.scienceandsociety.co.uk/results)

É desse modo que Sennett interpreta o desenho de carruagens e trens.⁶⁸ Os trens ganhavam poltronas confortáveis, isto é, traduziam para o meio de transporte a noção doméstica de conforto. No entanto, não se previa que as pessoas se interpelassem ou conversassem. Desse modo, os assentos, em vez de serem colocados uns diante dos outros; dispunham-se em fileiras, nas quais to-

dos olhavam para a mesma direção. “O silêncio, comenta Sennett, passou a resguardar a privacidade”.⁶⁹

Novamente aqui, se vê que os coletivos, familiares ou públicos, não se opõem aos indivíduos. A experiência de estar entre muitos, como nas cidades, não exclui, ao contrário, beneficia a solidão, tema que o autor explora à exaustão em *O declínio do homem público* e que Marshall Berman trata tão bem, ao analisar Baudelaire.⁷⁰ Baudrillard também se refere a esta descontração do corpo acompanhada da “retirada do olhar”⁷¹, possível graças a novas disposições espaciais.

As noções de domesticidade e de familiaridade tornam-se fundamentais para a aceitação de novidades no plano urbano. Pode-se pensar aqui no tempo e nos investimentos necessários para que casas

burguesas aceitassem os itens modernos que tivessem rompido radicalmente com a tradição, caso do mobiliário tubular.

8 Casa e consumo

Os objetos, sobretudo os de consumo familiar ou individual devem ser repostos, de modo a garantir um *turn-over* do consumo. Desde que a produção deixou de ser resposta a demandas, e passou a ser ilimitada, foi preciso criar uma espécie de racionalização do consumo, em que se inscrevem as novas atividades da publicidade e seus desdobramentos. A publicidade e o design são poderosos instrumentos para garantir esta tentativa de racionalidade. Segundo Forty, o design, longe de ser atividade inofensiva, é muito mais efetivo do que a publicidade, já que “provoca efeitos muito mais duradouros do que os produtos efêmeros da mídia e porque pode dar formas tangíveis e permanentes às ideias sobre quem somos e como devemos nos comportar”.⁷²

A racionalidade dos meios de produção é fixada pelo desgaste previsto da máquina e sua superação técnica. Com o objeto de consumo, além da obsolescência técnica ou funcional, vale, em termos mercadológicos, a obsolescência simbólica, cuja primeira manifestação data ainda do século XIX, especialmente com o fenômeno da moda.

Não é de estranhar, portanto, que os museus de design se concentrem nos objetos domésticos ou de uso individual, muito mais do que em projetos públicos. Os objetos pessoais e domésticos, sempre renovados, transferem para seus proprietários valores honoríficos, como bem explica Thorstein Veblen a respeito, em 1899:

O cânone da beleza requer a expressão do genérico. A “novidade” favorecida pela demanda do desperdício conspícuo transpassa esse cânone da beleza, o que faz com que a aparência dos nossos objetos prediletos resulte num amontoado de idiosincrasias; e as idiosincrasias estão, além do mais, sob o controle seletivo do princípio do gasto elevado, e sem ser, em qualquer medida, superior à sua resistência mecânica.

*De maneira geral, a gratificação superior derivada do uso e da contemplação de produtos mais caros e supostamente belos é, em grande medida, uma gratificação de nossa percepção do preço elevado disfarçado sob o nome de beleza. O que tanto apreciamos nesses objetos, é frequentemente o seu caráter honorífico superior, muito mais do que uma natural apreciação da sua beleza. O requisito do desperdício conspícuo não se encontra normalmente presente de modo consciente no nosso padrão de gosto, mas não está menos presente como um modelo obrigatório, moldando seletivamente, corroborando o nosso senso do que é belo e guiando nosso juízo a respeito do que pode ou não ser legitimamente louvado como belo.*⁷³

72 FORTY, *Objetos de desejo*, op. cit., p. 12.

73 VEBLEN, Thorstein. “Padrões financeiros do gosto”. *Agitprop*, 5, ano 1, trad. de Marcello Montore, disponível em http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=repertorio_det&id=10&Titulo=repertorio.

A industrialização e a urbanização acentuadas do século XIX transformaram boa parte das famílias de unidades de produção (agrícola) em unidades de rendimento, de socialização (ou reprodução da força de trabalho) e em unidades de consumo. A casa unifamiliar se tornou o alvo das indústrias de bens de consumo, cada vez mais próximas do mundo da moda, no lançamento sazonal de produtos.

Depois de avançada a revolução industrial, com mudanças de métodos de produção, o capitalismo europeu e norte-americano passou a produzir bens que excediam em muito a demanda. Era preciso criar meios de produzir esta demanda. E quem responde a esta demanda, entre outros, é a residência unifamiliar.

A família é unidade-destino dos diferentes serviços ofertados por empresas estatais ou privadas, como luz, água, gás, telefone. O caso mais conhecido na história do design de empresa de prestação de serviços que desenvolve produtos domésticos é a alemã AEG. Com o objetivo de aumentar o consumo residencial de eletricidade e assim absorver todo o excedente produzido para as indústrias, seu designer Peter Behrens, desenhou modelos de chaleiras elétricas e ventiladores, além de promover ampla reforma gráfica nos padrões visuais da indústria.

Linha de chaleiras elétricas modulares, Peter Behrens/AEG.
(Fonte: de.wikipedia.org/wiki/Datei:Design_Peter_Behrens_1909_-_Vier_Tee-_und_Wasserkessel.jpg)

Os historiadores do design têm acentuado os objetivos finais da empresa (aumentar o consumo de energia) e a adequação do projeto de Behrens nessa direção, resolvendo também problemas de estoque e de multiplicação de modelos, a partir da componibilidade dos elementos, por exemplo, das chaleiras elétricas. Pouco tem sido dito sobre o fato de esses objetos serem prosaicos itens domésticos, o que evidencia o alvo familiar da empreitada dessa empresa monopolista de energia elétrica. Transformar uma massa de famílias em unidades consumidoras tinha tanto peso como iluminar as ruas das cidades ou fornecer energia elétrica para o parque industrial alemão.

Carlos Lemos, comentando os palacetes ecléticos, diz: “Modernidade e conforto eram sinônimos. A Revolução Industrial não trouxe somente novidades na técnica de construir, mas também alterou substancialmente os modos de viver mercê da introdução de equipamentos impensáveis”.⁷⁴

João Luiz Máximo da Silva, em seu trabalho *Cozinha modelo*, estuda as transformações operadas nas cozinhas, principalmente em São Paulo, de 1870 a 1930, como resultado da ação do Estado e das

⁷⁴ LEMOS, Ramos de Azevedo e seu escritório, op. cit., p. 38.

grandes companhias privadas de gás e luz. Com o processo de importação de capitais e exploração de serviços urbanos instalam-se no Brasil a The São Paulo Gás Company (1872) que, no entanto, só fornecia gás para fins domésticos em 1900. Nesse ano se instalou também a The São Paulo Tramway Light and Power Company. Em 1912 a Light comprou a São Paulo Gás.⁷⁵

Essas empresas tiveram papel central na redefinição da cozinha e deveriam operar não apenas a oferta ou venda dessas fontes de energia, mas aparelhos que dependiam delas. Tinham também de realizar campanhas “educativas” para vencer os velhos hábitos. Esse trabalho ‘pedagógico/publicitário’ se centrava, entre outros elementos, nas vantagens da higiene e na redução do trabalho doméstico. Com o tempo, não apenas os fogões, mas panelas e outros utensílios de cozinha serão modificados, redesenhados, com formas e materiais condizentes com os novos fogões.

Do mesmo modo, é possível considerar a análise de Tomás Maldonado sobre a geração da chamada cadeia do frio, que resulta, entre outras coisas, no consumo de alimentos gelados e na manutenção residencial, unifamiliar de máquinas refrigeradoras.

Entre os muitos elos desta cadeia, o refrigerador doméstico é o que se encontra mais próximo do destinatário final, isto é, do consumidor [...] De fato, a produção autóctone de frio abria um vasto horizonte de possibilidades de aplicação. [...]

A indústria capitalista não demorou a perceber. Seguindo um modelo que outras vezes fora validado [...] a indústria busca desfrutar a fundo – e com grande alcance – todas as possibilidades de aplicação da nova tecnologia. O resultado, seria inútil negá-lo, é impressionante: nasce uma rede densa e articulada de interações entre produção, distribuição e consumo, na qual a tecnologia do frio é o constante ponto de referência. Sempre no campo alimentar, a produção e a venda varejista de produtos congelados geram uma série de processos de novidades em cadeia.⁷⁶

Quando Maldonado emprega o termo ‘consumidor’, devemos entender família, pois a geladeira foi, ao longo do século XX, um bem familiar e raramente individual.

O consumo já era uma realidade bem antes da revolução industrial e comercial iniciada no século XVIII. Ela era inseparável da dimensão familiar na qual as despesas não se organizam em volta do indivíduo, agente econômico isolado, e sim do conjunto pais-filhos, essa coletividade dinâmica na qual se construíam as identidades individuais, principalmente antes da escolaridade ampliada e maciça.⁷⁷

O consumo das famílias não era apenas o produto dessas condições, era também uma maneira de se definir e de se comportar, segundo um conjunto de normas de identidades e de conhecimentos, conforme as regras que eram de responsabilidade principal das mães.

⁷⁵ SILVA, op. cit.

⁷⁶ MALDONADO, Tomás. *Hacia una racionalidad ecológica*. Buenos Aires: Infinito, 1997. pp. 65–70. Tradução da A.

⁷⁷ ROCHE, op. cit., p. 31.

O discurso sobre design como algo ligado apenas à esfera econômica perde de vista esta dimensão dos objetos, que concentram materialidade e simbolismo. Os museus do século XIX encarnaram bem esta dualidade, pois pretendiam promover, por meio do bom gosto, a expansão das indústrias e do comércio.

9 **Objetos domésticos e necessidades humanas**

O South Kensington, o Museu de Artes Decorativas de Paris, o Museu de Artes da Indústria de Viena, e demais museus de artes decorativas ou design que se formaram nos séculos XIX privilegiaram os objetos domésticos, explicaram sua exposição ao público como forma de educar o gosto de consumidores e de fabricantes; transformaram-se numa espécie de memórias de coletivos familiares e abrigaram coleções vindas das grandes exposições, como o Palácio de Cristal e as chamadas Exposições Universais.

Pinakothek der Moderne.
(Fonte: www.pinakothek.de/pinakothek-der-moderne)

Na França, as artes decorativas, institucionalizadas pela União Central de Belas Artes aplicadas à Indústria (*Union Centrale des Beaux Arts appliqués à l'Industrie*), fundada em 1864, recolheram os objetos de cunho residencial e os expuseram na *Place Royale* (hoje *Place des Vosges*), no bairro do Marais, que concentrava a maioria das manufaturas parisienses.⁷⁸ Mais tarde, sempre tendo o South Kensington como modelo, o Museu ganhou sua sede no pavilhão Marsan do Louvre.

Tanto o South Kensington como o Museu de Artes Decorativas de Paris atravessaram o século XX tornando-se referências nas exposições e na pesquisa em design. E, mesmo ampliando consideravelmente seu universo de atuação, têm na casa, no espaço doméstico um universo privilegiado.

A relativamente recente *Pinakothek der Moderne* (Munique, 2002) apresenta grande superfície dedicada

a design. Embora contenha alguns objetos como automóveis e motos (BMW), a maior parte dos itens que expõe diz respeito ao mundo doméstico: de rádios a cadeiras, de talheres a louças.⁷⁹

Esta é também a base das coleções apresentadas da Fiesp e do Museu da Casa Brasileira. A coleção da Fiesp é constituída em grande parte, pela coleção de *good design* do *Museum of Modern Art* (MOMA), privilegiando a noção construída pelo mundo corporativo (IBM, Olivetti, H. Miller, Knoll etc.) (ver capítulo 4 da tese) e que tem nos itens domésticos ampla maioria.⁸⁰ O MCB formou seu acervo dos primeiros

78 BRUNNHAMMER, Yvonne. *Le beau dans l'utile*. Paris: Gallimard, s/d.

79 Se atentarmos para a análise que Baudrillard faz do automóvel, podemos situá-lo como objeto complementar do doméstico. BAUDRILLARD, *op. cit.*, p. 73.

80 A coleção MOMA/Fiesp contém 48 móveis, sete luminárias, 14 produtos de vidro, 17 utilidades domésticas e brinquedos, sete sistemas de embalagens duráveis (tais como potes Tupperware e galões de plástico rígido), 15 equipamentos,

anos na perspectiva de recuperar mobiliário brasileiro do período colonial e do Império. Acrescentou algumas peças como móveis domésticos modernos.

A coleção do MCB é exposta “agrupadas por função, em recortes baseados nos verbos cozinhar, dormir, guardar, ouvir, rezar, sentar, servir”.⁸¹ Os verbos escolhidos designam atividades que estariam presentes desde o século XVII até hoje, período coberto pela mostra permanente, como se o sentido da casa não houvesse sofrido grandes transformações.⁸²

Implícita a esta ordem está o conceito de necessidade, base de muito do que se diz do design industrial. Mesmo hoje, quando o design tanto se aproximou do universo da moda, responder às necessidades do usuário é uma expressão chave da atividade do designer, que opera, no mercado, entre o empresário e o consumidor. O designer, em princípio, deve entender as necessidades do consumidor e traduzi-las em seu projeto, atendendo também as exigências do empresário, tais como aumento da produtividade, redução de matéria-prima etc.

O conceito de necessidade é, portanto, central ao design, mesmo entre aqueles críticos que acusam o design, o marketing e a publicidade de criar falsas necessidades. Num museu como o da Casa Brasileira, a casa seria o lugar a-histórico capaz de responder às necessidades essenciais.

O designer Tony Fry, em seu texto “*Contra uma teoria essencialista da necessidade: algumas considerações para a história do design*”, discute a noção de necessidade como valor fixo e universal e reivindica sua desconstrução.

Figura cultural invocada e mobilizada, a necessidade, para Fry, é sempre uma condição material variável, enquadrada por diferentes registros éticos. Diz ele:

Qualquer aplicação, passiva ou ativa, do conhecimento do design que realmente satisfaça à “necessidade”, que vá além de sua designação não-crítica, tem de perceber sua própria atividade como reação ou geração de formações específicas de “necessidade”.

[...]

*A vida individuada e atomizada no âmbito doméstico ou fora dele foi construída para se tornar um domínio vasto da configuração da “necessidade”. Isso debilitou a coesão social.*⁸³

Como a casa unifamiliar é modelo mais abrangente de reprodução da vida⁸⁴, é aí que se sustentam as noções de necessidades básicas. Justamente é nela que se desenvolvem, como necessidades, aquilo que Fry, recorrendo a Jean Baudrillard, chama de funções induzidas (no indivíduo) pela lógica interna do sistema.

de acordo com o catálogo de 1998 e respeitando sua classificação.

81 Exposições – Acervo Museu da Casa Brasileira (MCB). Disponível em: <http://www.mcb.org.br/mcbAcervo.asp?s-Menu=P002&sOrdem=0&sAcervo=PES>. Acesso em 17/10/2012.

82 Uma das grandes mudanças operadas nos últimos 20 anos diz respeito ao trabalho (não doméstico) em domicílio.

83 FRY, Tony. *Reconstruções*. São Paulo: Edusp, 2009, pp. 65–6.

84 As pesquisas censitárias são feitas com base na unidade domiciliar. Não há, a partir delas, qualquer possibilidade de investigar relações que podem ser estabelecidas, mesmo de renda e renda não-monetária, entre diversos domicílios, como por exemplo, a ajuda entre vizinhas na lide com filhos, a participação em grupos comunitários etc.

[Convém definir necessidades] mais exatamente, não como força de consumação liberada pela sociedade afluenta e sim como força de produção exigida pelo funcionamento do sistema em si, seu processo de reprodução e sobrevivência. Em outras palavras, só existem “necessidades” porque o sistema necessita delas.⁸⁵

10 Consumo e má consciência

Nesse tempo de reconhecimento de que os padrões atuais de consumo dos países ricos tornam inviável a vida na terra, há entre alguns designers, críticos e historiadores do design, uma espécie de mal-estar relativo ao privilégio dos objetos domésticos ou individuais como área principal de atividade dos projetistas. Os designers seriam, segundo tais posições, muito menos reconhecidos quando atuam em projetos como transportes coletivos, hospitais e equipamentos de saúde, entre outros. Esse mal estar remete diretamente à forma mercadoria, objeto de intervenção do design que está ligado àquilo que moralmente se reprova: o consumo conspícuo de que fala Veblen.

O desconforto talvez tenha sua origem no momento em que designers norte-americanos que não seguiam os preceitos bauhausianos tiveram acesso à enorme gama de indústrias do país, nos anos de 1930. Raymond Loewy, particularmente, era considerado pelos bauhausianos um vendilhão do templo, pois deixava claro que seu trabalho consistia em intervir no valor de uso para aumentar o valor de troca. “O feio”, disse “não se vende”. Ou ainda “a melhor curva de um objeto é a curva ascendente de seu gráfico de vendas”.

Esta postura ia contra todos os preceitos mantidos na escola de design de Chicago, dirigida por Moholy-Nagy, de 1937 em diante. Lá, naquele período, foi estabelecida uma cisão entre o dito *styling* e o design herdeiro da Bauhaus. Alguns anos depois da II Guerra Mundial a continuidade da Bauhaus seria materializada pela *Hochschule für Gestaltung* da cidade de Ulm, na Alemanha.

O mal estar e a recusa do *styling* se evidenciam nas severas críticas feitas por pensadores do design como Moholy-Nagy, Bruno Munari, Gillo Dorfles e Tomás Maldonado, entre outros. Eles combateram os objetos reestilizados e silenciaram sobre projetos de grande importância do ponto de vista técnico, como a geladeira *Coldspot* ou os projetos de trens conduzidos pelo escritório de Raymond Loewy, por exemplo. Julio Katinsky comenta como o trabalho de Raymond Loewy foi ignorado, ou melhor, desmoralizado, justamente por ter posto a nu o caráter nada utópico do design quando a serviço da mercadoria.⁸⁶

No entanto, os itens gestados na escola de Chicago e de Ulm, defensoras do design como disciplina ética, foram também objetos de consumo familiar ou individual. Da escola de Chicago conhecem-se bem as diversas cadeiras feitas de compensado.

Quais foram as grandes realizações de Ulm que repercutiram no mundo empresarial? A nova identidade da Lufthansa e os objetos produzidos pela Braun. A rigor, a marca de uma companhia aérea,

dedicada ao transporte de passageiros, e o design de aparelhos de som e eletroportáteis de uma indústria alemã que tinha um programa de exportação.⁸⁷

Nos últimos 40 anos, especialmente depois da contundente crítica de Victor Papanek⁸⁸ ao mundo do design, e, mais recentemente, com a hiperinflação do consumo, o design surge como vilão responsável pela rápida obsolescência dos bens do cotidiano. Mas, ao mesmo tempo, na medida em que é sua responsabilidade tornar atraentes materiais, práticas e objetos que apontem para a sustentabilidade sócio-ambiental, surge como herói do *homo ecologicus*.

Essa dualidade tem levado alguns a considerar que os grandes culpados da imagem do designer como produtor de futilidades sazonais são os historiadores, jornalistas e críticos da atividade, que só mostram objetos domésticos em suas publicações! Esse é o caso do pesquisador Frank B. Dodd, que apenas enumera e contabiliza quantas cadeiras, quantas máquinas agrícolas, estão representados nos livros de design vendidos em livrarias brasileiras. A meu ver, o pesquisador deve procurar as razões dessa escolha iconográfica, em vez de culpar os autores de livros e de revistas de design, como se houvesse uma preferência guiada por ética duvidosa do consumo ou qualquer outro argumento. O pesquisador teme que o design seja considerado “fútil e hedonista”, o que na realidade o design não é”.⁸⁹ Engana-se o autor: muitas vezes é apenas disso que se trata.

O design tem ou pode ter grande importância no desenho de objetos hospitalares ou para-hospitalares; de mobiliário urbano; na tradução do conhecimento científico; na mobilidade em geral etc. No entanto, sua associação com o doméstico não é uma escolha aleatória de escritores, jornalistas, mas uma construção histórica, cuja lógica escapa, inclusive, aos desejos enunciados dos designers.

Cadeira de compensado de Nathan Lerner, formado no *Institute of Design*, Chicago.

(Fonte: svply.com/item/1008668/Trademen__Nathan_Lerner__Pair)

O chamado caixão de Branca de Neve, da Braun.

(Fonte: braundesigns.wordpress.com, respectivamente)

87 A escola de Ulm abriu grandes perspectivas para o design. No entanto, é bom lembrar que mesmo entre seus projetos, levados adiante na escola, estavam um automóvel, móveis e outros bens de consumo familiar/individuais.

88 PAPANÉK, Victor. *Design for the real world*. Chicago: Academy Chicago Publishers, 1984, especialmente a parte I. pp. 3–147.

89 O trabalho não levanta se os equipamentos não fúteis ou hedonistas, como meios de transporte, aparelhos médicos etc. são produzidos no universo (regional ou produtivo) retratado por cada livro. Caso a resposta fosse afirmativa, seria preciso investigar se tais itens teriam sido projetados naquele universo regional, de forma autônoma, ou se teriam sido apenas copiados ou reproduzidos. Tal avaliação nos levaria, entre outras, à questão do design na periferia. Ao apenas reclamar da ausência de projetos socialmente mais importantes nas publicações, o autor sequer se dá ao trabalho de verificar a existência desses projetos. Causa mal-estar ler que há excessivo número de cadeiras nos livros analisados, enquanto o dormir é atividade muito mais importante para a saúde do que o sentar! Cf. DODD, Frank Anthony Barral. *Análise quantitativa da ocorrência de imagens de produtos na bibliografia de design para verificação de fidedignidade do conjunto destas imagens como representação do campo de atividade do design de produto*. Tese de Doutorado. Faculdade de Arquitetura de Urbanismo da Universidade de São Paulo, (FAU/USP), 2011.

85 FRY, *op. cit.*, p. 74.

86 KATINSKY, Julio. “Desenho industrial e artesanato”. In: LEON, Ethel. *Design brasileiro, quem fez, quem faz*. Rio de Janeiro: Senac/V. Mosley, 2005, p. 10.

Do ponto de vista da seleção de peças para uma coleção ou para uma exposição temporária, importa saber hoje que viés será explorado. Uma exposição de itens domésticos pode contribuir para a consagração de um autor; pode reforçar noções correntes de gosto; pode banalizar preconceitos e pode inquirir a vida cotidiana na qual o design se insere, como lugar privilegiado de articulação de dimensões técnicas e estéticas capaz de formular ou, no mínimo, incentivar comportamentos regidos pelo corpo.

11 O privado é político

Romper com esse modelo naturalizante, seja da associação do design com o doméstico, alargando suas fronteiras para os espaços públicos, seja introduzindo noção crítica sobre o doméstico do qual se fala, seria, a meu ver, uma das principais tarefas dos atuais museus.

A exposição *Cold War Modern*, de 2008, realizada pelo Museu Victoria e Albert e considerada por muitos (inclusive a autora) como exemplar das possibilidades de exploração crítica em torno dos

She, Richard Hamilton.

(Fonte: www.tate.org.uk/art/artworks/hamilton-he-t01190)

objetos e dos projetos, demonstrou a importância das peças domésticas e o chamado conforto do lar como campo de batalha entre o modelo norte-americano e o soviético.

Segundo Beatriz Collomina, ao estudar a relação Guerra Fria, percebe-se que nesse período emergiram novas formas de domesticidade que ainda ocupamos hoje.⁹⁰ O carro e as rodovias, os shopping centers, os *drive-ins* e até mesmo os parques nacionais podem ser entendidos como extensões do espaço doméstico. Por meio da revista *Playboy*, os homens foram introduzidos ao tema da casa sofisticada, equipada e bem mobiliada, à arquitetura de interiores e à decoração.

Ao mesmo tempo, a vida familiar na casa de subúrbio foi publicizada pela onipresente tv. A dona de casa era uma espécie de soldada de uma guerra na qual apertava botões de máquinas de lavar roupa, louça, enceradeiras, aspiradores de pó, batedeiras, liquidificadores, fogões elétricos, sempre correndo e pronta para tornar-se modelo de eficiência e produtividade. A autora lembra ainda que as mesmas fábricas

que produziam mísseis eram as que se dedicavam aos bens de consumo duráveis, tais como General Electric e Westinghouse.

A exposição de 2008 do V&A abraça a perspectiva da cultura material (incluindo aí a artística) para discutir tais temas, que podem ser resumidos no *American Way of Life*. Desde o início da Guerra Fria, sabia-se que um dos melhores meios de divulgação do “Ocidente” era a equipadíssima casa modelo norte-americana. De acordo com um dos autores do catálogo da exposição, Greg Castillo, o design

de produtos modernos era uma marca do Plano Marshall.⁹¹ Segundo ele, a imagem de uma América primitiva, vulgar e inculta teria de ser substituída por uma noção de cultura e modernidade, capaz de superar os preconceitos europeus.

O Departamento de Estado norte-americano contratou ninguém menos que o curador de design do *Museum of Modern Art*, Edgar Kaufmann Jr., para organizar uma exposição itinerante de design adaptado à casa americana. Kaufmann reuniu 500 exemplares de produtos que, segundo ele, seriam uma mostra de como o “a intenção do design moderno é implementar as vidas de indivíduos livres.”

Outra exposição marcante foi realizada em 1952. Chamava-se “Estamos construindo uma vida melhor”, foi inaugurada em Berlim Ocidental e depois apresentada em várias cidades da Europa “livre”. De acordo com o documento do Departamento de Estado norte-americano, a casa modelo seria o cenário da “família de marido-mulher-criança”, e deveria exibir “argumentos de alta produção, alto salário, baixo custo por unidade, baixa margem de lucro e um sistema de alto consumo”. Os 6 mil produtos da exposição deveriam ter sido produzidos por países membros do plano Marshall.

A exposição foi vista por mais de 500 mil pessoas em três semanas. Moradores de Berlim Oriental somaram 40 por cento dos visitantes.⁹² A cozinha foi o cômodo mais destacado, chamando a atenção dos jornalistas que escreveram sobre a exposição.

Com vários produtos possíveis graças às novas técnicas, a cozinha é um exemplo das possibilidades da modernidade pós-guerra, dominada pela racionalidade científica e tecnológica.⁹³

Cada objeto da exposição mostrava quantas horas de trabalho seriam necessárias para a aquisição daquele bem. Em suma, a mostra dialogava intensamente com o Leste europeu, ao colocar a categoria marxista de trabalho socialmente necessário a serviço do consumo. E esse consumo era familiar, e ia dos móveis aos eletrodomésticos, do carro, bicicleta, caiaque e motocicleta, estacionados na garagem da casa, aos brinquedos das crianças.

É a família como unidade de consumo que realiza esse sonho de prosperidade e bem-estar. Seus membros decidem prioridades, arranjos e viabilizam coletivamente os pagamentos dos bens.

A polêmica em torno da cozinha também é exemplar. Em julho de 1959 foi aberta em Moscou a Exposição Nacional norte-americana. Novamente, além dos progressos técnicos de grande monta, como os diversos artefatos da corrida espacial, a iniciativa americana quis demonstrar o consumo de massas e a domesticidade do *American Way of Life*.⁹⁴

Nela foi realizado o debate da cozinha entre o primeiro-ministro soviético Nikita Krushev e o vice-presidente norte-americano, Richard Nixon, que deram muita atenção à cozinha instalada pela General Electric. Além da corrida armamentista e nuclear, o que se via era uma corrida dos padrões de vida. Quatro modelos de cozinhas foram exibidos, todos com a retórica de poupar trabalho e libertar as mulheres.

91 CASTILLO, Greg. “Marshall Plan: modernism in divided Germany”. In: CROWLEY, D. e PAVITT, J. (eds.). *Cold War modern design (1945–1970)*. Londres: Victoria and Albert Museum, 2008.

92 *Ibidem*. pp. 66–7.

93 *Ibidem*. pp. 68–71.

94 REID, Susan. “‘Our kitchen is as good’: soviet responses to the American National exhibition, 1959”. In: CROWLEY, D. e PAVITT, J. (eds.). *Cold War modern*. Londres: Victoria and Albert Museum, 2008, p. 154.

90 COLOMINA, Beatriz. “Cold war hothouses”. In: BRENNAN, AnnMarie, COLOMINA, Beatriz e KIM, Jeannie (orgs.) *Cold war hothouses: inventing postwar culture from cockpit to Playboy*. New York: Princeton Architectural Press, 2004.

Quando Richard Nixon mostrou a Nikita Krushev os painéis das máquinas de lavar roupas, alegando que “estas são projetadas para tornar as coisas mais fáceis para nossas mulheres”, Krushev rebateu, dizendo: “sua atitude capitalista para com as mulheres não ocorre no comunismo”.

Enquanto, naquele momento, a superioridade espacial da União Soviética era inegável, no terreno de satisfazer anseios de moradia e conforto da população, os Estados Unidos apareciam como campeões insuperáveis.

Krushev e Nixon discutindo o tema da cozinha.

(Fonte: www.architecturenorway.no/questions/histories/colomina-images/)

Nesse período, os soviéticos demonstravam pretender dotar as casas unifamiliares de certos confortos como água corrente, e fogões a gás⁹⁵, mas permanecia a ideia de que libertar de fato as mulheres não era transformá-las em governantas do lar ou em adornos domésticos, mas possibilitar sua inserção na vida social por meio de serviços públicos como lavanderias, creches, agências de limpeza e restaurantes. Segundo a escritora soviética Marietta Shagingian, a cozinha elétrica mostrada pelos americanos seria

muito conveniente para cantinas públicas e restaurantes.

Cold War Modern não se ateve ao design gráfico e de objetos, articulando domínios como pintura, arquitetura, fotografia etc. Ao circunscrever seu interesse à vida cotidiana e também a polêmicas artísticas do período, a exposição demonstrou a possibilidade de entender que as chamadas grandes questões políticas só ganham relevo se inscritas na vida comum. E, ao contrário, que a vida comum, com todos os artefatos que nos cercam, é política.

Nossos museus, parece-me, estão longe disso.□

⁹⁵ O governo soviético anunciou por meio de panfletos e matérias jornalísticas os novos projetos de moradia, a partir de 1957. O conforto doméstico era contemplado nesses projetos. REID, *op. cit.*, 160–1.

CAPÍTULO 3

ESCOLAS E MUSEUS: IAC/MASP, ESDI/MAM/IDI

*A passividade política da cidadania é idealizada como
apreciação ativa da arte e enriquecimento espiritual.*

Carol Duncan

1 IAC, escola dentro de museu

Desde o Instituto de Arte Contemporânea, escola de design mantida pelo Museu de Arte de São Paulo, de 1951 a 1953, o binômio escola/museu parece ter feito parte das perspectivas de muitos que se envolveram nas tarefas de formar escolas e coleções públicas de design.

Pietro Maria Bardi, diretor do MASP, era áspero crítico das artes decorativas e se alinhava entre os modernos que, no período pós-guerra, entendiam o lugar privilegiado do design na vida cotidiana e lhe delegava lugar tão nobre quanto o da pintura e da escultura.

Max Bill e Le Corbusier eram seus modelos, ou melhor, companheiros de jornada. Na arte recusavam a narratividade, a representação. Em seu discurso, lutavam pela aproximação da arte com a

Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro

fonte: www.bbc.co.uk/blog/wondermonkey/2011/12

vida, assim como faziam os artistas concretistas, os músicos e os diretores do cinema moderno. E esta aproximação compreendia o design de produtos e o design gráfico.

Dentro dos cursos de arte oferecidos pelo MASP não se estudavam apenas a estatuária grega ou o impressionismo, mas também as cadeiras ao longo dos séculos, tema que ganhou exposição com painéis didáticos e modelos tridimensionais. O design seria uma forma de arte do século XX.

Essa tomada de posição fez que Bardi incluísse em sua Vitrine das Formas, exposição permanente de objetos antigos coletados pelo Museu, peças contemporâneas como uma máquina de escrever Olivetti, projeto de seu conterrâneo Marcello Nizzoli, e uma máquina de costura Vigorelli. A ideia chave por trás dessa escolha residia na crença de que o design industrial era uma atividade superior, que retirava a banalidade dos prosaicos objetos do cotidiano. E que, portanto, se igualava à arte em sua nobreza de propósitos de elevar o gosto do homem comum.

As máquinas causaram estranheza e um comentário de jornal chegou a acusar Bardi de ter esquecido a Olivetti na Vitrine. Bardi não escolheu uma cadeira ou um conjunto de talheres, mas justamente dois objetos que detêm a dualidade de domínios – doméstico e do trabalho¹, preceito do movimento moderno.

Em 1951 o diretor do Museu inaugurou o Instituto de Arte Contemporânea², escola de desenho industrial. A partir do próprio nome, design era considerado arte. O Museu deveria abrigar design em sua coleção permanente e incluir nos temas de palestras e cursos abertos ao público o design de objetos.

Bardi entendia de forma circular os resultados práticos do IAC. A escola formaria profissionais capacitados para a indústria. Ao desenhar objetos do cotidiano, sua ação incidiria sobre o gosto das pessoas, inclusive dos próprios empresários e do público consumidor. A ação museal do design estava diretamente conectada à existência da escola. Transformar o gosto da elite paulistana era crucial para que houvesse apoio ao Museu.

E em muitos dos documentos do Museu e do IAC as palavras educação e didática definiam a vocação do MASP com relação à formação de profissionais de design de produtos e gráfico e também ao melhoramento do gosto do público geral. Na revista argentina *Nueva Visión* (1951)³, Bardi publicou um texto sobre o IAC em que diz que a aceitação do novo será realizada, já que São Paulo não tem uma tradição de gosto específico como as cidades europeias e estaria apta a aceitar “com entusiasmo as iniciativas audazes”.

A escola não durou mais de três anos e houve explícito interesse de seu fundador, Pietro Maria Bardi, de não conflitar com a FAU/USP. Por isso, segundo ele, a escola se dedicaria apenas a design, e boa parte de seus professores eram arquitetos. A ideia de Bardi parecia absolutamente coerente: São Paulo era cidade industrial, abria-se para a arte moderna, nada mais lógico do que um curso que preparasse profissionais de para trabalhar na indústria de bens de consumo. A escola foi de alto nível e congregou intelectuais e artistas de grande importância, entre os quais Lina Bo Bardi, Jacob Ruchti, Roberto Sambonet, Oswaldo Bratke, Roger Bastide. Conseguiu reunir alunos interessados e à altura do

que se esperava deles. Estudaram no IAC personagens importantes do design gráfico brasileiro e da arte concreta, entre os quais Alexandre Wollner, Antonio Maluf, Emilie Chamie, Estella Aronis, Irene Ruchti, Ludovico Martino, Maurício Nogueira Lima, além de Aparício Basílio da Silva e Luiz Hossaka. Mas o IAC minguiu por falta de verbas da Prefeitura de São Paulo e desinteresse dos empresários, de quem Bardi esperava grande apoio e incentivo.

O fracasso do IAC que convivia com a própria trajetória ascendente do MASP naquele momento, com o êxito do MAM SP, da Bienal de Artes e das comemorações do IV Centenário me conduzem a abraçar a noção de *ideia fora do lugar* de Roberto Schwarz.⁴

O design como projeto global viajou, sim, da Europa para cá no pós-II Guerra Mundial, na bagagem de Lina Bo e Pietro Maria Bardi. Aqui, o design era um discurso do diretor do MASP e de seus aliados no IAC, discurso que não representava a prática social em curso, especialmente a prática empresarial. A catequese que Bardi julgara fácil junto aos industriais resultou inócua. As palavras de Schwarz parecem feitas sob medida para os empresários: “as ideias e as formas novas, indispensáveis à modernização do país, causavam não obstante uma irrecusável sensação de estranheza e artificialidade, mesmo entre seus admiradores e adeptos”⁵.

Bardi entendia o design como mola propulsora da indústria de bens de consumo, mas ele cumpriu função quase ritualística, de representação. Tratava-se apenas de nomear com identidades visuais modernas (daí a noção de representação) produtos copiados dentro de processos fabris arcaicos que pouco avançavam como criação própria. O design gráfico, que, esse sim, se desenvolveu bastante a partir desse período, era uma espécie de embalagem moderna que envolvia itens desenvolvidos por meio das velhas práticas de cópias.

Havia aí uma espécie de “desajuste de base” na expressão de Schwarz. Se procedermos a uma breve avaliação do design que se fazia nos países centrais, incluindo aí a Itália em período de reconstrução, veremos que os projetistas trabalharam em estreita cumplicidade com os empresários, a quem coube aceitar intervenções profundas não só nos modelos produzidos como, muitas vezes, no sistema de produção. A empresa norte-americana Herman Miller, por exemplo, financiou as pesquisas de materiais de Charles e Ray Eames. A postura resulta da confiança nos processos técnico-científicos como desencadeadores da inovação, garantia de expansão do capitalismo industrial naquele momento.

Já nos países periféricos, a situação era bem outra. Continuávamos um país agrário-exportador, apesar da grande industrialização do período anterior. Os bens de consumo de elite se faziam artesanalmente ou eram importados. A avaliação de Bardi de que nossos industriais abraçariam o design pecava por uma espécie de eurocentrismo às avessas: uma incapacidade de entender que fazia parte de nossa formação de consumo a cópia e a valorização do externo⁶. Os discursos sobre desenho industrial podiam ser de atualização e modernização (inclusive técnica), mas a prática se mantinha nos estreitos limites da imagem corporativa e dos cartazes culturais. Aliás, as táticas de Bardi para operar mudanças

1 Registro meu mal-estar ao assumir esta separação, que implica o não reconhecimento do trabalho doméstico.

2 O Instituto de Arte Contemporânea foi estudado em meu mestrado (LEON, 2006). Todas as informações referentes a essa escola do MASP foram retiradas de lá. Ver LEON, Ethel. *IAC – Instituto de Arte Contemporânea. Escola de Desenho Industrial do MASP (1951-1953): primeiros estudos*. Dissertação de Mestrado. Orientação: Julio Katinsky. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP), 2006.

3 Agradeço aqui a pesquisadora argentina do concretismo, Marita García, que me enviou o recorte desse artigo. BARDI, Pietro Maria. “Diseño industrial en San Pablo”. *Nueva Visión*, n. 1, Buenos Aires (Diciembre de 1951). pp. 9–11.

4 SCHWARZ, Roberto. “As ideias fora do lugar”. In: *Ao vencedor as batatas: forma literária e processo social nos inícios do romance brasileiro*. São Paulo: Duas Cidades; Editora 34, 2000.

5 Idem. “Por que ‘ideias fora do lugar’?”. In: *Martinha versus Lucrecia: ensaios e entrevistas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012. p. 167.

6 DEAN, Warren. *A industrialização de São Paulo (1880–1945)*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1991. pp. 31 e 71.

no campo do gosto paulistano fixavam-se em elementos representacionais, jamais alcançando as formas fabris. No mesmo artigo publicado em *Nueva Visión*, ele diz:

O Museu, levando a polêmica à rua, ao transeunte, por meio de anúncios de jornais, vitrines, cartazes, exposições etc. espera contribuir, dando prestígio e autoridade à escola, à renovação do “desenho industrial”, espinha dorsal da história que estamos escrevendo.⁷

Quem contratou designers, na esfera privada, tinha em mente tarefas de representação empresarial. Os industriais que apoiaram o IAC, como os proprietários da Cristais Prado e do Lanifício Fileppo, pequenas indústrias, eram cultos e viam no desenho industrial uma sorte de “ornamentação moderna”, tanto é que encomendaram aos alunos apenas marcas e cartazes e nenhuma alteração no desenho de seus produtos. O design gráfico e o de móveis tornaram-se elementos de distinção social contra o “mau gosto estabelecido dos estofadores e autodidatas”, nas palavras de Bardi.

O mercado de móveis modernos se formou a partir de iniciativas produtivas dos próprios designers, como foi o caso de Joaquim Tenreiro (1943), Zanine Caldas (Móveis Z, 1947), Lina Bo e Giancarlo Palante (Studio Palma, 1948), Sérgio Rodrigues (OCA, 1955), Geraldo de Barros (Unilabor, 1954), Michel Arnoult (Móvel Contemporânea, 1955), Branco e Preto (1952), Ernesto Hauner (Forma e Artesanal), entre outras. É de reparar que todas são produções artesanais ou, no máximo, manufaturas, exceção feita à Móveis Z e à Móvel Contemporânea, pequenas fábricas que atingiram as novas classes médias urbanas. Houve nesse período um entrosamento entre arquitetos modernos que demandavam móveis residenciais para seus clientes e também a formação de um mercado a partir da compra que se realizou entre os próprios fabricantes. A colaboração em projetos de grande envergadura, caso do mobiliário para os prédios governamentais de Brasília só aconteceria alguns anos depois, por volta de 1958, 1959.⁸

O IAC durou apenas três anos e, nesse período, o MASP não realizou coleta de objetos de design para integrá-los em sua coleção. Isso não quer dizer que design não ganhasse atenção permanente do diretor do Museu. As mostras temporárias de design foram muitas ao longo de seus anos de atividade, de designers brasileiros (Livio Levi, Alexandre Wollner, Ruben Martins) a exposições de cartazes suíços, design escandinavo, mobiliário brasileiro, Bauhaus, embalagens japonesas, além de mostras de arquitetura e design (Le Corbusier, Alvar Aalto).⁹

A ação dos Bardi ao fundar a revista *Habitat*, na qual o desenho industrial era assunto constante; ao abrir a escola de desenho industrial; ao promover exposições de designers consiste numa grande operação de constituição de campo, do ponto de vista da noção de Pierre Bourdieu.¹⁰ No caso, houve uma espécie de consagração de artistas que trabalhavam no mundo comercial, caso do artista Leopold Haar, que deu aulas no IAC e trabalhava como vitrinista em São Paulo, frequentemente elogiado na *Habitat*. Ao mesmo tempo configurou-se uma formação profissional que deu a base teórico-instrumental para designers que marcariam, com sua atuação, a atividade do desenho industrial no Brasil, entre os quais

Emilie Chamie, Estella Aronis, Ludovico Martino.¹¹ Também houve processo de legitimação do design industrial enquanto atividade artística elevada, ao ter tido como alunos artistas como Antonio Maluf e Maurício Nogueira Lima que atuaram simultaneamente como artistas e designers visuais. O MASP encomendou trabalhos a seus alunos e também recomendou-os a agentes da cena cultural da cidade e de outros países, conformando, dessa forma, o embrião de um campo. Além de abrir mercado, fundou instituições (revista, museu, escola) auto reguladoras.

Assim como o IAC foi uma escola dentro de museu, algumas das mais importantes iniciativas institucionais do desenho industrial no Brasil se realizaram em colaboração estreita com o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, como veremos na sequência.

2 O design no MAM do Rio de Janeiro – As Bienais de Design

Alguns anos depois do fechamento do IAC em São Paulo, coube ao MAM do Rio de Janeiro lançar a Escola Técnica de Criação¹² que, indiretamente, deu origem à Escola Superior de Desenho Industrial, ESDI. É como se as escolas autônomas de design¹³ tivessem de se assentar sobre novas práticas e conteúdos museológicos, assim como as escolas de medicina não prescindem de hospitais. No entanto, aqui cabe destacar a direção tanto do MAM carioca quanto do MASP: Pietro Maria Bardi e Niomar Muniz Sodré¹⁴ sabiam o que era desenho industrial, compreendiam sua necessidade para um país em processo de industrialização.

Em 1967 foi lançada a ideia de uma Bienal de Design. Segundo o designer e professor Karl Heinz Bergmiller¹⁵, o autor da ideia foi Wladimir Murtinho. Embaixador de carreira do Itamaraty e grande admirador do desenho moderno, Murtinho fora o responsável pela conclusão do Palácio dos Arcos e chamara Joaquim Tenreiro para mobiliar a sala de jantar da sede do Ministério. Foi dele, ainda segundo Bergmiller, a ideia de convidar países por unidades linguísticas. A primeira escolha mostra o alinhamento das relações exteriores: Inglaterra, Estados Unidos e Canadá foram os países anunciados pela direção do MAM-RJ ao lançar a Bienal de Desenho Industrial em 1968.

O documento inicial se refere a exposições didáticas, exatamente como Bardi se referira aos cursos e mostras de design no MASP em 1951. Esse é um discurso que se espraia nos meios museológicos e

11 Não cito aqui Alexandre Wollner que credita sua formação muito mais à escola de Ulm do que ao IAC, apenas seus primeiros passos.

12 A Escola Técnica de Criação do MAM, arquitetada por Max Bill e modificada por Tomás Maldonado chegou a funcionar entre 1959 e 1960 com cursos de comunicação visual e gráfica experimental. O relato dessa curta experiência está em SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. *ESDI, biografia de uma ideia*. Rio de Janeiro: Editora da Uerj, 1996. pp. 3–11.

13 Autônomas em relação a outras áreas de conhecimento, como a belas artes e a arquitetura. A FAU/USP introduziu um grupo de disciplinas de desenho industrial antes mesmo da existência da ESDI, em 1962, mas o curso não se separava da arquitetura. Isso só foi acontecer na Universidade de São Paulo no século XXI.

14 Niomar Muniz Sodré era proprietária do jornal *Correio da Manhã*, foi diretora do MAM-RJ substituindo Castro Maya e se alinhava a correntes progressistas e modernas na arte, sobretudo, a uma visão mais democrática de museu do que seu antecessor SANT'ANNA, Patrícia Marques Parracho. *Construindo a memória do futuro: uma análise da fundação do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: FGV, 2011. Após viajar para a Alemanha, em 1956, conheceu a escola de Ulm. A ela se deve, indiretamente a Escola Técnica de Criação.

15 Entrevista concedida à autora em 31 de agosto de 2012.

7 “El Museo, llevando la polémica a la calle, hablando al transeúnte, a través de anuncios, de diarios, de vidrieras, de ‘affiches’, de exposiciones etc. espera contribuir dando prestigio y autoridad a su escuela, a la renovación del ‘diseño industrial’ espinha dorsal de la historia que estamos escribiendo”. BARDI, *op. cit.*, pp. 9–11.

8 Em meu texto sobre Milly Teperman, relato as ações comuns dos fabricantes de móveis na Brasília que se construía. LEON, Ethel. *Memórias do design brasileiro*. São Paulo: Senac, 2009.

9 Está para ser feita a pesquisa das exposições de design do MASP, que foram muitas, nacionais e internacionais.

10 BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

resulta na Carta de Santiago do International Council of Museums (ICOM), de 1972, que expõe a noção de museu integral, o qual “adquire, comunica, e notadamente expõe, para fins de estudo, conservação, educação e cultura, os testemunhos representativos da evolução da natureza e do homem”.¹⁶

A bibliografia construída até hoje sobre esse período se dedicou à história da ESDI e não às Bienais de Design do MAM carioca.¹⁷ Como a ênfase dos autores recai sobre a escola, a impressão é que a ESDI formulou e deu o tom das três Bienais realizadas no Museu. O exame da documentação guardada no MAM e investigada para esta tese permitiu rever essa crença.

Ao lançar a Bienal de Design, a direção do MAM – composta pelo arquiteto Maurício Roberto, ex-diretor da ESDI, e por Madeleine Archer, figura carimbada da alta sociedade carioca, diretora adjunta – redigiu documento em que dizia considerar o desenho industrial como item prioritário em todas as nações do mundo.¹⁸ Formou-se uma comissão de representantes do Ministério das Relações Exteriores, do próprio MAM, da Escola Superior de Desenho Industrial, da Associação Brasileira de Desenho Industrial, da Fundação Bienal de São Paulo e da Confederação Nacional da Indústria. A comissão decidiu que a Bienal passaria a ser organizada de forma a não coincidir com a Bienal de Artes de São Paulo. Karl Heinz Bergmiller, ex-aluno da escola de Ulm e professor da ESDI, era chefe das exposições da Bienal.¹⁹ O modelo da Bienal de Design seria o mesmo da Bienal de Artes de SP que, por sua vez, se referenciava na de Veneza que compreendia representações nacionais.

Decidiu-se que haveria representação de países estrangeiros convidados, assim como de desenhistas industriais brasileiros igualmente convidados. A mostra nacional seria formada a partir de inscrições de pessoas físicas ou jurídicas.

O Ministério das Relações Exteriores se comprometeu a destinar anualmente ao MAM uma subvenção, que pagasse também a preparação e promoção de exposições itinerantes na América Latina. O plano era realizar a exposição no Rio e, no ano seguinte, fazê-la circular nos países do continente.

A comissão solicitou verba de cem mil cruzeiros novos ao Ministério da Indústria e do Comércio. O MAM celebrou convênio com o Ministério das Relações Exteriores, que se comprometeu a dar NCr\$ 50 mil para a mostra, além de 10 mil cruzeiros novos ao melhor artista de uma das seções.²⁰

Em 5 de janeiro de 1968, Aloísio Magalhães, durante estada em Londres, escreveu a Mildred Constantine, curadora associada de design do MOMA, pedindo orientação sobre a Bienal.²¹ Constantine era ligada à América Latina por ter feito parte de um comitê contra a guerra e o fascismo que a fez viajar ao México, onde se interessou pela produção gráfica política da América Latina. Ela organizou uma coleção de cartazes que hoje fazem parte da coleção permanente do Museu Metropolitan de Nova York²².

16 PRIMO, Judite. “Museologia e patrimônio: documentos fundamentais – organização e apresentação [Trad. de Marcelo M. Araújo e Maria Cristina Bruno]”. *Cadernos de Sociomuseologia*, n. 15, Lisboa: ULHT, 1999. pp. 95–104.

17 SOUZA, op. cit.; e NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: origens e instalação*. Rio de Janeiro: 2AB, 1997.

18 Arquivo MAM/RJ, Dossiê Expositivo “Bienal de Desenho Industrial e Comunicação Visual”, s/d, doc. datilografado.

19 Desde a inauguração do MAM–RJ, com a exposição de Lasar Segall, Bergmiller se encarregara de projetar um sistema expográfico flexível para o Museu.

20 NCr\$50 mil equivaleria hoje a R\$350.933,97; NCr\$10 mil a R\$70.186,79.

21 Arquivo MAM/RJ, “Carta de Aloísio Magalhães a Mildred Constantine”, 05/01/1968, doc. datilografado.

22 HELLER, Steven. “Mildred Constantine, 95, MOMA Curator, Is Dead”. *New York Times*, 13/12/2008. Disponível em http://www.nytimes.com/2008/12/14/arts/design/14constantine.html?_r=1&ref=obituaries. Acesso em 5/6/2012.

Aloísio Magalhães consultou-a, nessa carta, sobre a possibilidade de ela se tornar curadora da seleção norte-americana, já que os países escolhidos para compor a representação internacional eram Estados Unidos, Canadá e Inglaterra.

Ele explicou que os inscritos brasileiros deveriam adequar-se a um tema proposto e perguntou se os convidados internacionais poderiam escolher, eles próprios, o que queriam apresentar ou seriam condicionados à mesma proposta dos nacionais. Nessa carta, Magalhães mostrou-se preocupado com prazos e também com o conteúdo estrangeiro. “Sonhamos com a ideia de que o que vier de fora seja objetivo e de uso prático para nosso atual estágio de desenvolvimento e não avançado demais e contrastando com nosso presente nível de desenvolvimento industrial”. Está aí a noção de que o Brasil poderia se mirar no desenvolvimento industrial norte-americano, especialmente, talvez, em sua fase mecânica e não na eletrônica, que já avançava.

Mildred Constantine respondeu em carta datada de 12 de março de 1968 afirmando que os EUA, o Canadá e a Inglaterra não se faziam notar suficientemente em seus esforços de design e sugeriu a Itália, a Alemanha e a Suíça como convidados.²³ Ela fora responsável, em 1952, por uma exposição sobre o design da Olivetti. E promoveu exposições individuais de designers como Alvin Lustig, Bruno Munari, Tadanori Yokoo e Massimo Vignelli, entre outros, todos representantes do modernismo internacional.

No entanto, nesse momento, o MAM já trabalhava para garantir as mostras internacionais. Uma das medidas do Museu foi enviar o arquiteto Arthur Lício Pontual para os Estados Unidos a fim de fazer contatos com pessoas e entidades para a 1 Bienal Brasileira de Desenho Industrial e Comunicação Visual. A visita de Pontual se realizou na semana de 21 a 27 de abril. Sua lista de contatos compreendia Mildred Constantine, (em Moscou naquele momento); Richard Wurman designer fundador das conferências TED, *Technology, Entertainment and Design* e responsável por projetos de grande peso na área do design de informação (também ausente). O arquiteto logrou fazer contato com pesos pesados do design norte-americano, como George Nelson, que lhe contou sobre sua exposição a ser exibida na Trienal de Milão intitulada *The future of the object*. Elliot Noyes sugeriu filmes da IBM e Mobil Oil, produzidos pelo casal Eames. Pontual também falou com Saul Bass por telefone. Seu relatório de viagem para o MAM–RJ é datado de 7 de maio de 1968.²⁴

Os preparativos para a Bienal continuaram a partir do MAM–RJ. Contatos foram feitos com empresas. A IBM ofereceu a máquina de escrever IBM72 para a mostra. A Móveis Teperman sugeriu o filme dos Eames sobre poltrona da Herman Miller. José Carlos Bornancini, designer gaúcho, escreveu sobre a “família de objetos de aço inoxidável e madeira” e sugeriu o fogão Wallig Nordeste, seu projeto em conjunto com Nelson Petzold, para a exposição.

A direção do MAM–RJ enviou cartas para editoras de revistas de design e empresas de vários países buscando trazer material impresso e mostras para o Brasil. Muitas editoras responderam positivamente e enviaram revistas e livros. No entanto, o tempo já era muito curto para organizar mostras tridimensionais. A direção do *British Council* argumentou em agosto que não havia tempo para conseguir verbas. Também os responsáveis pelo *Design Council* do Canadá anunciaram que só poderiam enviar slides e fotos, não produtos.

23 Arquivo MAM/RJ, “Carta de Mildred Constantine a Aloísio Magalhães”, 12/03/1968, doc. datilografado.

24 Arquivo MAM/RJ, “Relatório de viagem de Arthur Lício Pontual à diretoria do MAM–RJ”, 07/05/1968, doc. datilografado.

Enquanto a Bienal de São Paulo atravessava a crise de embates com a ditadura militar, na preparação da Bienal de Desenho Industrial nem se cogitava tal questão. O que estava sendo gestado era a apresentação do *mainstream*.

A *Mobil Oil Corporation*, visitada por Noyes e Pontual, remeteria ao Brasil apenas material gráfico. O mesmo aconteceu com o escritório Unimark, de Massimo Vignelli, que propôs apresentar material impresso sobre os metrô de Washington e Nova York, o mobiliário urbano de Nova York e os materiais feitos para a *Knoll International* e para a *Frontier Airlines*. A Pirelli do Brasil ofereceu expor anúncio e logotipo. A *Container Corporation of America* também sugeriu material recente, assim como o *Boston Transit Systems*.

O banquete do consumo, organizado pelos alunos da ESDI.
(Fonte: SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. *ESDI, biografia de uma ideia*. Rio de Janeiro: Editora da Uerj, 1996, p. 185.)

se ocupasse da Bienal. A escola estava em crise permanente, atravessada pelos conflitos estudantis do período, mas também por contradições internas. O compromisso de um projeto externo, de grande envergadura, daria um rumo, segundo Bergmiller, à própria escola.

Enquanto a direção do Museu carioca armava uma Bienal corporativa, a ESDI acabou participando de forma crítica. Segundo Souza, a escola definiu uma série de itens para a exposição que questionavam o “capitalismo caboclo”.²⁷ Estavam em questão nesses itens tanto a crítica ao modelo de importação tecnológica quanto o destino da industrialização brasileira, voltada para uma ‘parcela restrita’ da população. Também se questionava a prática da cópia realizada pelas indústrias. Ao mesmo tempo, o

Contrariando o que já se escreveu a respeito, a I Bienal de Design não dependeu exclusiva ou prioritariamente da ESDI. Enquanto todos esses contatos eram feitos, a escola preparava um projeto de exposição que a direção do MAM desconhecia. Em 26 de setembro, isto é, a apenas um mês e dez dias da abertura, Maurício Roberto enviou carta para a diretora da escola, Carmem Portinho, perguntando sobre os trabalhos da ESDI que participariam da Bienal.²⁵

Karl Heinz Bergmiller, responsável pelo projeto e pela montagem de todas as exposições da Bienal, encomendou a dois ex-alunos da escola, João de Souza Leite e Silvia Ferreira, um material audiovisual, a ser apresentado na I Bienal.²⁶ A produção fazia a crítica à carência de bom design no cotidiano: um homem se cortava ao fazer a barba; a garrafa térmica de café pingava; o dono de loja de móveis horríveis falava bem do design etc.

Bergmiller incentivava desde 1968 que a ESDI

documento de concepção da mostra reconhecia o pioneirismo da ESDI, e apoiava a ideia que a escola propusesse um desenho industrial de massa e não de elite.

Os intensos debates sobre o modelo de sociedade não escaparam ao trabalho da ESDI. A escola esteve presente na I Bienal com uma crítica contundente à sociedade de consumo e às assimetrias tecnológicas entre países do mundo. Uma grande mesa de banquete cercada pelas cadeiras Serie 7 de Arne Jacobsen²⁸ exibiu embalagens de produtos industrializados. A mostra se chamou “O banquete do consumo” e provocou grande irritação em Mildred Constantine que, segundo João de Souza Leite, teria comentado: “eles não conheceram a depressão”. Na mesma mostra era exibido um aspirador de pó com uma vassoura acoplada ao tubo de ar.²⁹

A I Bienal já foi descrita como esquizofrênica. De um lado, a representação de produções empresariais norte-americanas, inglesa e canadenses. Projetos para Metrô de Boston, a identidade visual da Mobil Oil. De outro, uma instalação corrosivamente crítica ao modelo do consumo e ao próprio *American Way of Life* nele embasado.

A ex-aluna Maria Valdez Coelho da Paz, em depoimento a Ana Luiza Nobre comentou que “o pavilhão da ESDI discutia o que era design, o que era o design no Brasil e para o Brasil. Queríamos, entre outras coisas, que a escola se direcionasse para a realidade brasileira”.³⁰

Foram apresentadas também produções brasileiras, como o conjunto de ferramentas projetadas por Erich Slaner da Bosch do Brasil; o fogão Wallig Nordeste, projeto de Bornancini e Petzold.

A Bienal apresentou diversos projetos na área de design gráfico – sinalização e imagem corporativa (Lucio Grinover, Alexandre Wollner, Roberto Verschleisser, Cauduro & Martino, Goebel Weyne e Fernando Lemos); as novas cédulas do dinheiro brasileiro (projeto do escritório de Aloísio Magalhães); móveis escolares, projeto de Karl Heinz Bergmiller; móveis de Michel Arnoult (de sua empresa Móvel Contemporânea), geladeira Clímax (Lucio Grinover); refletor e luminária de pé de Livio Levi. Esse era o núcleo de convidados.

Entre a representação nacional estava um conjunto de capas de livros da Editora Vozes, projetadas por Rogério Duarte. A cadeira de origem inglesa *Hille*, produzida no Brasil sob licença

Folheto da I Bienal de 1968, com os nomes dos designers convidados. Projeto de Goebel Weyne. Atenção à composição tipográfica e ao uso da caixa baixa, mais do que alusões, adesão ao funcionalismo.
Fotos da Autora.

(Fonte: Arquivo MAM-RJ)

25 Arquivo MAM/RJ, “Carta de Maurício Roberto a Carmem Portinho”, 26/09/1968, doc. datilografado.

26 As informações desse parágrafo foram coletadas em entrevista a João de Souza Leite, no Rio de Janeiro, em 2 de agosto de 2012.

27 SOUZA, *op. cit.*, pp. 180–181.

28 A crítica se vale dos elementos da mesa de refeições, que reitera a associação do design com o doméstico.

29 SOUZA, *op. cit.*, p. 185. É de notar que a crítica da ESDI era estrutural ao capitalismo e não conjuntural com relação à ditadura militar. Mas estava implícita a posição política antiimperialista, a partir da recusa a um modo de vida centrado no consumo. Também se faz a observação específica da sociedade periférica, em que é mais rentável pagar um servente para limpar com vassoura do que desenvolver aspirador de pó.

30 NOBRE, Ana Luiza. *Carmem Portinho*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999. p. 130.

pela fábrica L'Atelier também foi exposta.³¹ Os automóveis *Puma*, de Genaro Malzoni e *Aruanda*, de Ari Antonio da Rocha, a poltrona *Sheriff* de Sérgio Rodrigues.

Objetos de mesa de Bornancini para a Hércules; símbolos da tv Cultura de São Paulo, de Fernando Lemos; aparelhos científicos da Coretron, projetos de Karl Heinz Bergmiller; móveis estofados da Anatom, projeto de Mario Ewerton Fernandes; equipamentos para parques e jardins projetados para a Prefeitura de São Paulo por Julio Katinsky, Abrahão Sanovicz, Bramante Buffone e Massayoshi Kamimura; talheres de Arthur Lício Pontual e Norman Westwater. Berço de Luiz Carlos Dória para a Tora; programação da Olivetti brasileira, feita por Bramante Buffone; poltrona de Ernesto Hauner, da Mobilinea; estudo de marca de Goebel Weyne e marca de Ruben Martins; estampa de tecidos de Antonio Maluf e calendário de João B. A Xavier para a Villares.

As exposições didáticas foram muitas: sobre anúncio; marca; cartaz; sinais de trânsito; televisão; tipografia; mobília; produto e divulgação; automóvel; máquina de escritório; fotografia; embalagem; títulos de cinema; utensílios para mesa; instrumentos de precisão; elementos pré-fabricados; máquinas-ferramentas; e máquina de costura.

Em dezembro, o crítico de arte Walmir Ayala publicou em sua coluna no *O Jornal* as críticas de Joaquim Tenreiro à Bienal de Design. Na primeira coluna de 10 de dezembro, Tenreiro se queixa de não ter sido convidado e reclama da falta de originalidade da Bienal, na qual “o que há é uma porção de coisas imitadas do estrangeiro”.³²

Na segunda coluna, Tenreiro acusa os organizadores da Bienal e da ESDI de excluí-lo por “política-gem interesses pessoais”, mas também de cometerem o equívoco de negarem o fazer artesanal, etapa necessária para a produção industrial. Aqui, Tenreiro se alinha a pensadores comentados no capítulo 1, como Enzo Mari e Julio Katinsky. Está implícita a ideia de que a indústria é um conjunto de dispositivos de reprodução, não de criação.

A revista Galeria de Arte Moderna (GAM) dedicou uma edição especial à Bienal de Desenho Industrial. Com artigos teóricos e históricos de Mário Barata, Frederico Moraes e Roberto Menna Barreto, a GAM número 16 não comentou a Bienal nem *O banquete* da ESDI, provavelmente porque o fechamento de sua edição foi realizado antes da inauguração da mostra.

Já a Bienal de 1970, segundo Pedro Luiz Pereira de Souza

*Foi uma declaração de fidelidade ao racionalismo, uma forma de preservação doutrinária e, de forma indireta, uma crítica ao ensino superior que se estabelecia, cada vez mais dirigido à massificação, coerente com a política genericamente irresponsável do milagre econômico.*³³

31 Aqui um dado interessante: realizar um projeto concebido e fabricado fora ganha mérito numa Bienal de Desenho Industrial. Talvez aí esteja um sintoma a que muitos designers desse período se referem: as dificuldades produtivas são tantas, que conseguir ‘traduzir’ um projeto, em outras palavras, adquirir certa margem de manobra técnica, tem grande importância. Nesse período, a Probeta conseguiu licenciar a cadeira série 7, (aqui chamada de dinamarquessa) projetada por Arne Jacobsen e produzida pela Fritz Hansen.

32 *O Jornal*, 10/12/1968.

33 SOUZA, *op. cit.*, p. 211.

Nesta Bienal, a presença estrangeira era dos países da Europa do Norte. E a seção didática foi organizada pela ESDI e pela FAU/USP.

Freddy van Camp relata que a Confederação Nacional da Indústria (CNI) realizou um certame de design, expondo os vencedores na II Bienal: um carrinho de chá, móveis infantis e o projeto de uma banca de jornal.³⁴

A Bienal ganhou cinco colunas do crítico de arte Jayme Maurício no jornal *Correio da Manhã*³⁵, entre dezembro de 1970 e janeiro de 1971. Na primeira crônica, Maurício diz que a exposição escandinava tem espírito coletivo, enquanto a nossa se circunscreve em individualidades. Na *coluna IV* critica duramente Alexandre Wollner, Aloísio Magalhães e Livio Levi pelo que enviaram à Bienal; reclama da ausência de Joaquim Tenreiro; e estranha a falta de peças têxteis e de joias, inclusive as de Livio Levi e se pergunta se isso seria fruto de “arrogância tecnicista sofisticação antiesteticista ou mera panelinha?”³⁶

E, em seu último texto, reflete sobre as mostras estrangeiras de desenho industrial que visitara em tempos recentes e cuja intenção não era “mostrar coleções de objetos, mas apresentar questões ligadas à vida – tempo ocioso, obsolescência, lugar dos museus nas cidades etc.”.³⁷

Esta exposição foi reapresentada no ano seguinte no MASP e ganhou palavras elogiosas de Bardi, que fez questão de lembrar, em artigo no *Diário de S. Paulo*, sua iniciativa do IAC, de 20 anos antes.³⁸ E de lamentar que São Paulo, a capital industrial da América Latina ainda não tivesse sua escola de *industrial design*.

Em 1970, com o Instituto de Desenho Industrial já funcionando dentro do MAM, foram organizadas também as exposições *Imagem empresarial* e *Talher contemporâneo*. Segundo Bergmiller³⁹, reuniram-se materiais de companhias aéreas que operavam no Brasil, mostrando suas aeronaves, os manuais de identidade visual e publicidade, os cardápios de bordo, os talheres e uniformes, os veículos e as lojas de terra. Na exposição, além de material visual, foi construída uma grande maquete de aeroporto com pequenos aviões e estavam presentes aeromoças uniformizadas. A ideia central era mostrar o alcance e profundidade do programador visual, segundo Bergmiller.

A mostra de talheres reuniu incidiu diretamente sobre a questão do gosto. “Não existia no Brasil, nessa época, qualquer talher contemporâneo funcional, na praça. Eram todos feios mesmo”, comentou Bergmiller. O IDI fez a encomenda das peças a serem exibidas às embaixadas da Escandinávia, Alemanha,

A revista *Manchete* publicou alguns dos itens expostos na II Bienal, entre os quais, o projeto para banca de jornal do estudante da ESDI Sérgio Andrade.

Foto da Autora.

(Fonte: *Revista Manchete*, n. 17, Dezembro de 1971, Arquivo MAM-RJ)

34 VAN CAMP, Freddy. “As Bienais de Design do Rio de Janeiro: primórdios de uma ideia”. In: *Bienal Brasileira de Design 2010*. Curitiba: Centro de Design do Paraná, 2010. pp. 25–39.

35 Caberia realizar investigação específica sobre material publicado na imprensa não especializada sobre design. Muito já se escreveu sobre design e meu levantamento aqui diz respeito apenas aos breves períodos das Bienais. Jornais e revistas editam textos de jornalistas, republicam os comunicados do MAM e também publicam textos de análise. Até mesmo o colunista social Zózimo Barroso do Amaral, do *Jornal do Brasil*, comentou a Bienal de Design.

36 MAURÍCIO, Jayme. “O fim é a mensagem (I)”, *Correio da Manhã*, 25/12/1970.

37 MAURÍCIO, Jayme. “O fim é a mensagem (V)”, *Correio da Manhã*, 06/01/1971.

38 *Diário de S. Paulo*, 04/03/1971.

39 Entrevista concedida à autora em 31 de agosto de 2012.

O Estado de São Paulo, 05/01/1972.
Foto da Autora.

(Fonte: Arquivo MAM-RJ)

Tchecoslováquia e Áustria. Foram incluídos na mostra os itens de Arne Jacobsen utilizados no cenário do filme de Stanley Kubrick, 2001 *Uma odisseia no espaço* (1968). A exposição também foi para Belo Horizonte e Porto Alegre. O mote da publicidade da exposição foi criado por Bergmiller e dizia “jogue fora o talher da sua avó!”.

A Bienal de 1972 foi a última realizada no MAM do Rio e sua preparação coube ao Instituto de Desenho Industrial, braço do Museu para questões de design e do qual tratarei logo adiante. O diretor do Museu era Pedro Pereira Filho e a diretora executiva adjunta Heloisa Aleixo Lustosa. A mostra trouxe os países da *gute Form*, Alemanha e Suíça. E também apresentou produtos brasileiros bastante diversificados, tais como linha de móveis de escritório, projeto de Karl Heinz Bergmiller para a

Escriba; móveis de escritório do L’Atelier, projeto de Jorge Zalszupin e Oswaldo Mellone; linha de metais da Ideal Standard.

Segundo Van Camp a Alemanha apresentou uma seleção dos produtos que haviam recebido o Prêmio “gute Form”, instituído pelo *Rat für Formgebung*, nos três anos anteriores. E também foram expostos, pela primeira vez, itens da lendária empresa Braun, que logo depois se instalaria no Brasil.⁴⁰

Expuseram na terceira Bienal os designers:

- Alessandro Ventura – kit de física para o Instituto de Física da USP, 1972; flash eletrônico direcional para a Produtos Frata, 1972; rádio portátil para a Semp, 1972;
- Arisio Rabin – imagem empresarial e embalagens IBRAC, 1972;
- Alexandre Wollner – identidade visual de 12 empresas, de 1960 a 1972;
- Aloisio Magalhães (projeto Joaquim Redig) – identidade visual de Furnas; identidade visual da Real Café, 1972;
- Aloisio Magalhães (projeto Rafael Rodrigues) – identidade visual da Comgás, 1972;
- Aloisio Magalhães – moedas comemorativas do sesquicentário da Independência e cédula de 500 reais, para a Casa da Moeda, 1972; identidade visual da SICPA;
- Carlo Fongaro – poltronas Executive para a Probeta, 1970;
- Cauduro/Martino – projeto de sinalização do Zoológico de São Paulo; cozinha Fiel, 1971;
- David Pond e Gernot Stiegler – projeto completo (produto, embalagens e identidade visual) da Rico Sorvetes, 1971;
- David Pond – Proda embalagens, 1972;
- Diagraphis Desenho Industrial Ltda. – marca para Serviços Aéreos Cruzeiro do Sul, 1970; cadeiras de estádio e anfiteatro para a Peterco;
- Ernesto Hauner – cadeira de fibra de vidro, da Mobilinea, 1972;
- Goebel Weyne – identidade visual da Prospec, 1972;
- Guilherme Cunha Lima – programação da Agrofétil para a Alcântara Machado, 1972;

- Hugo Kovadloff e João Calabrese – programação visual de empresa de ferramentas;
- Jorge Zalszupin e Arnold Wolfer - poltrona de auditório L’Atelier;
- Karl Heinz Bergmiller – linha de escritórios Escriba, 1972;
- Livio Levi – quatro luminárias – Metalarte, 1972;
- Mario Paulo Valentim Monteiro – barbeador elétrico para a Point Spa, 1970;
- Marilena Carvalho – terminal de concentrador de teclado – Serpro, 1971;
- Paulo Milton Bandeira e Erasmo de Holanda – programação visual para pranchetas reunidas (escritório dos autores) e programação visual para estúdio fotográfico;
- Ricardo Ohtake/Dalton De Luca – programação visual da PV galeria de arte;
- Roberto Verschleisser/Leo Visconti – identidade empresarial da Embaré, 1971; da Siderúrgica Hime; acessórios e componentes do metrô de São Paulo;
- Sonia Ramallete de Aguiar e Gérard Guerre – embalagens laboratório Amido, 1972;
- Wolfgang Schoeden – sifão, torneira e linha de aparelhos sanitários da Ideal Standard, 1972;
- Freddy van Camp cita também a participação de Lina Bo Bardi, Sergio Andrade, Roberto Lanari, Newton Montenegro, Glaucio Campelo e Marcelo de Rezende.⁴¹

Para Van Camp, esta Bienal

*mostrou um crescimento significativo de qualidade e de variedade da intervenção dos profissionais de design... Foram exibidos desde novas moedas a vinhetas para televisão, passando pelas imagens empresariais, cartazes e sinalização pública. Em termos de produtos foram apresentadas louças sanitárias, mobiliário, cadeiras executivas e projetos de vagões de metrô além de flash fotográfico e barbeador masculino, dentre outros.*⁴²

Talvez aí estivesse o resultado dos planos econômicos do governo militar que apoiavam a política de substituição de importações e de exportação de produtos manufaturados.

Gostaria de comentar aqui dois dos projetos de identidade visual desenvolvidos por ex-alunos da ESDI: a marca da IBRAC, de Arísio Rabin, e a marca do Real Café, de Joaquim Redig, ambas de desconcertante partido figurativo e narrativo, o que parece desmentir a ideia do pensamento único e vigilante do dito “design alemão”. Há outros trabalhos expostos nesta Bienal que fogem das escolhas construtivistas, mas não me refiro a elas, pois foram desenvolvidas por designers de outras escolas, tais como Ricardo Ohtake e Dalton De Luca (FAU/USP) e David Pond (*Institute of Design*, Chicago).

À ESDI coube a organização de duas mostras: *Homens trabalhando* e *Sinalização urbana*. Com elas era claro o alinhamento da escola com questões que fugiam do “banquete do consumo”, tão criticado na I Bienal. A escola fazia declaração da importância do design, ao trabalhar questões como ergonomia (aqui no sentido original, da relação entre trabalhadores e seus instrumentos) e certo ordenamento urbano, necessário na sociedade de massas.

40 VAN CAMP, *op. cit.* Consegui algum material primário sobre a Bienal de 1972 e me valho aqui também do texto de Freddy van Camp, realizado para exposição que recuperou as três Bienais do MAM-RJ, realizada em Curitiba em 2010.

41 *Ibidem*.

42 *Ibidem*.

Catálogo da Bienal de 1972.

Acima, o projeto de Joaquim Redig para o Real Café que substitui a síntese por uma espécie de narração icônica.

Abaixo, detalhe da identidade visual da empresa Indústria Brasileira de Alimentos Congelados (Ibrac), de produtos da pesca, que segundo seu autor, Arísio Rabin, alternava diversas figuras como camarão, siri, peixe, rã, patas de lagosta em imagens trabalhadas em alto contraste sobre fundo branco (informação concedida à autora em e-mail recebido em 05/10/2012).

Fotos da Autora.

(Fonte: MAM-RJ)

Segundo Van Camp, a Bienal Brasileira de Design foi a primeira do gênero no mundo.⁴³ O fato de prosaicos objetos do cotidiano se transformarem em obras temporárias de prestigiado museu certamente é um passo para plasmar o campo do design brasileiro. Nesse segundo momento da relação escola-museu, a institucionalização é muito mais densa. A ESDI já estava estabelecida enquanto escola fundadora do ensino superior de design no Brasil, subvencionada pelo governo estadual e reconhecida pelo Ministério da Educação. O Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro absorvia designers em seu núcleo profissional, confiando a um professor da ESDI o sistema expográfico de suas salas. Promovia Bienais internacionais de desenho industrial, mobilizando várias instâncias do governo federal e buscando reconhecimento na mais prestigiada sede da arte moderna e do design internacional que era o Museu de Arte Moderna de Nova York.

Se comparamos esse quadro com o do IAC, observamos grandes mudanças na direção da autonomização do design, com a formação de um campo específico. O IAC mal conseguiu verbas municipais para se sustentar. O MASP era alvo de constantes denúncias, inclusive de manter em seu acervo obras falsificadas. A imprensa que abria espaço para o Museu e o IAC era exclusivamente a que pertencia a seu fundador Assis Chateaubriand. Os demais organismos de imprensa ignoravam sistematicamente suas ações.

O IAC existiu no período imediatamente anterior ao governo JK e seu grande salto industrial. Já as iniciativas cariocas

(Escola Técnica de Criação, ESDI, Bienais de Design) se realizaram durante e depois do governo JK, em pleno processo de industrialização, de urbanização acelerada e da formação de uma sociedade de massas, características básicas para o desenvolvimento do desenho industrial. O design dentro de museu, com a ação das Bienais, mostra como adquiriu outro território, além daquele da representação, do design gráfico. Os produtos industrializados no Brasil com a participação de designers foram exibidos em museu. E o MAM-RJ consolidou, nos anos 1970, uma estrutura de pesquisa voltada não mais para exposições ou ações de divulgação do desenho industrial, mas uma equipe que funcionava como força tarefa de ações governamentais alheias ao território cultural, o IDI-MAM.

3 O design no MAM do Rio de Janeiro – IDI MAM

Tempos depois da I Bienal de Design, de 1968, foi instalado no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro o Instituto de Desenho Industrial (IDI), sob a coordenação do designer e professor da ESDI KARL Heinz

⁴³ VAN CAMP, *op. cit.*, p. 25.

Bergmiller.⁴⁴ Ex-aluno de Ulm, Bergmiller trabalhara em São Paulo no primeiro escritório que adotou a nomenclatura desenho industrial no Brasil, o forminform, era responsável, antes da abertura do IDI MAM, pelos projetos expográficos do Museu e da própria Bienal de 1968. Ele também sugeriu que a escola se encarregasse da parte didática da Bienal para, segundo ele próprio⁴⁵ e Souza⁴⁶, dariam um rumo de trabalho ordenado, no momento em que a ESDI passava por inúmeras crises, atravessada, não podia deixar de ser, pelo movimento estudantil e pela resistência à ditadura militar e ao modelo de sociedade que se desenhava.

O material do Instituto, pelo menos o tornado público até agora, é parco e o principal documento que lista seus principais projetos é uma publicação de 1978, realizada por seus integrantes.⁴⁷ Nele, o IDI tem a data de nascimento fixada em 1968, ano da I Bienal de Design. No entanto, ao pesquisar documentos de época, o logotipo IDI surge em papel timbrado mais tarde, apenas em 1970. Freddy van Camp, que trabalhou no projeto da I Bienal, sob orientação de Bergmiller, afirma que, em 1968, o IDI ainda não existia.⁴⁸

De toda forma na documentação do MAM há menção a um projeto de Centro de Desenho Industrial (*Design Center*) elaborado em 1969 que se encarregaria dos projetos das Bienais de Design.

O plano do IDI entregue à direção do MAM-RJ consta de cinco itens, os quatro primeiros de atividades do Instituto e o último de orçamento.

Nas atividades estão listadas

- 1) Um curso de pós-graduação
- 2) Um centro de desenho industrial com arquivo e documentação e a promoção de conferências, seminários e mesas redondas.
- 3) A realização de exposições, entre as quais a Bienal Internacional de Design do MAM-RJ; exposições itinerantes; exposições didáticas e atividades de intercâmbio
- 4) Uma área de Informação. Publicação de revista do IDI; publicações, programas de televisão, audiovisuais e filmes.

O orçamento previa a contratação de três professores em regime de tempo integral.

Os planos do IDI MAM para 1971 envolviam uma série de atividades ligadas à montagem das exposições da Bienal em capitais brasileiras e latino-americanas, além de estudos e contatos para a Bienal de 1972. O plano previa também a realização de uma exposição de desenho industrial brasileiro e de uma mostra de brinquedos fabricados no Brasil e também com exemplos estrangeiros.

Estas atividades, ao que se saiba, não foram realizadas. Demorou alguns anos até que o IDI encontrasse sua vocação, calcada na encomenda de projetos de grande alcance, por parte do governo federal.

Até então o IDI e o próprio MAM haviam se envolvido em tarefas tradicionais do design. Suas mostras fora das Bienais diziam respeito a objetos tridimensionais bem desenhados, segundo a lógica do

⁴⁴ Em 1969, o Museu de Arte Moderna da Nova York (MOMA) enviou carta ao MAM-RJ oferecendo uma réplica de sua coleção, sob a condição de que o Museu abrisse uma Fundação de Design. O assunto será desenvolvido no capítulo 4.

⁴⁵ Entrevista concedida à autora em 31 de agosto de 2012.

⁴⁶ SOUZA, *op. cit.*

⁴⁷ MUSEU DE ARTE MODERNA DO RIO DE JANEIRO. Instituto de Desenho Industrial. *Sem título*. Rio de Janeiro, 1978.

⁴⁸ Entrevista concedida à autora em 30 de agosto de 2012.

good design ou da *gute Form*⁴⁹, com ênfase nos itens domésticos (talheres) e à imagem empresarial, em suma, a representação de grandes empresas por meio do design gráfico.

Desse modo, podemos fazer uma relação com a produção do IAC/MASP, cujos alunos trabalharam, sobretudo, no design gráfico empresarial e cultural. E também incursionaram, mesmo que modestamente, no design de móveis, caso de Estella Aronis e Irene Ruchti.

A terceira Bienal, realizada em 1972, torna patente mudança digna de atenção. No período de intenso crescimento da economia brasileira, de formação de extensa burocracia estatal e de expansão das classes médias urbanas, as manufaturas de móveis se equiparam para atender o mercado corporativo e os prédios governamentais. Empresas como OCA, Móveis Teperman, L'Atelier, Escriba entre outras, participavam desse mercado propondo novas modalidades de móveis de escritório, inclusive os do *landscape office*⁵⁰ ou escritórios panorâmicos. Havia mercado para produtos sofisticados dirigidos ao mercado imobiliário. Iniciativas mais ousadas do design industrial acabaram vindo do estado brasileiro em suas demandas, especialmente no final dos anos 1960 e durante os anos 1970.

Nos anos 1970, o II Plano Nacional de Desenvolvimento (1974–1979) colocou em prática grandes projetos de infraestrutura, especialmente em energia (elétrica e nuclear), transportes e siderurgia. Grandes obras de engenharia civil foram realizadas. A indústria automobilística continuava central na nossa economia. Foi um período de crescimento acelerado.

Nesse momento, após a III e última Bienal, o IDI MAM deixou de trabalhar no registro museal a que se propusera inicialmente e passou a prestar serviço público, desenvolvendo projetos não para uma empresa em particular, mas criando uma ordenação geral que pudesse atender a demandas variadas do setor privado e público.

A exportação de produtos manufaturados recebeu incentivos governamentais. Entre eles, o Ministério da Indústria e do Comércio, por meio da Secretaria de Tecnologia Industrial, se voltou para o desenho industrial como meio de tornar competitivos os produtos manufaturados brasileiros para exportação. A indústria de calçados exportara, seguindo Bergmiller, cerca de 1 milhão de dólares.⁵¹ E o MINC queria a participação do IDI-MAM no projeto de incremento das exportações. Foi desenvolvido o Manual para Planejamento de Embalagens, cujo objetivo era instrumentalizar os fabricantes a desenvolver seus invólucros específicos, visando racionalização, economia de fluxo da embalagem, normatização das unidades de carga. A equipe trabalhou com um engenheiro de embalagens no projeto, que compreendeu o planejamento dos invólucros não só do ponto de vista do design, como também do ponto de vista do catálogo, do marketing e da engenharia. Segundo a publicação do IDI de 1978,

foi criado um alfabeto compatível com diversos meios de impressão. Foram diagramados os símbolos internacionais mais utilizados, de modo a facilitar sua reprodução.⁵²

A última parte do Manual foi dedicada a projetos didáticos de produtos que poderiam estar na pauta de exportações do país e que tivessem relação com o público consumidor final. Café solúvel, produtos têxteis, um jogo de café de porcelana; uma embalagem para a laranja in natura e outras para seus derivados como geleia e suco concentrado; e ainda uma embalagem para autopeças.

Além do manual, foram realizados cursos de embalagem, cada um de quatro semanas, dirigidos a profissionais envolvidos com o planejamento de embalagens. Os cursos foram coordenados por designers com participação de pessoas de diversos setores da indústria. A divulgação do Manual contou com uma exposição intitulada *Embalagem, design e consumo*, com painéis e áudio visual, aberta em agosto de 1975 no MAM do Rio de Janeiro. Em seguida foi instalada em Recife, em março de 1976, na sede da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE); na Associação Comercial da Bahia, em Salvador, em abril de 1976; na Faculdade de Arquitetura em Porto Alegre, em junho de 1976; e, finalmente em São Paulo, no Museu da Imagem do Som, em setembro de 1976.

O segundo projeto apresentado pelo IDI MAM (1978) foi de mobiliário escolar. Novamente, o apoio dado ao projeto foi de órgãos governamentais: o Centro Brasileiro de Construções e Equipamentos Escolares (CEBRACE) e o a Companhia de Construções Escolares do Estado de São Paulo (CONESP).

O texto relativo a esse projeto diz o seguinte:

*O trabalho, de natureza interdisciplinar, veio reforçar um ponto de vista firmado pelo IDI desde sua fundação em 1968: O de que o design em países como o Brasil pode e deve ser orientado para objetivos outros que não o lucro imediato, que visa a dimensão do produto industrial representada apenas por seu valor de troca.*⁵³

A ideia central do trabalho foi orientar os setores envolvidos com a aquisição, o uso e a produção de mobiliário escolar “na definição de critérios adequados a cada requisito”. Partiu de análise de vários móveis existentes, todos com muitos erros de dimensionamento que provocariam desconforto e problemas de “estruturação corporal”.

O projeto se baseou em conceitos de ergonomia e desenvolveu um conjunto de recomendações e também parâmetros técnicos e construtivos, organizados a partir da experiência de realizar alguns modelos de móveis. Foram modelados cinco sistemas de mobiliário: para salas de aula; para oficinas e laboratórios; para múltiplo uso; para superfícies verticais para guarda de objetos.

Três tamanhos de carteira escolar foram sugeridos, de modo a atender crianças e jovens. Levaram-se também em consideração os espaços exíguos das salas de aula. Todo o projeto teve a intenção, segundo o documento de 1978, de incentivar a indústria e as pequenas oficinas artesanais ou manufatureiras a criar novos produtos. “Artesãos, marceneiros e carpinteiros existem em todo lugar”, reconhece Bergmiller, “mas como é que ele consegue fazer um mobiliário adequado? Então foi fornecido como ele constrói isso. Era feito para todo o Brasil mesmo. Uns adotaram, outros não adotaram”.⁵⁴ Também

52 MUSEU DE ARTE MODERNA DO RIO DE JANEIRO. Instituto de Desenho Industrial. *Sem título*. Rio de Janeiro, 1978.

53 *Ibidem*.

54 Entrevista concedida à autora em 31 de agosto de 2012.

49 A Boa Forma é a tradução da expressão alemã *gute Form*, formulada por Max Bill em exposição realizada na Suíça em 1949 e que se tornou um conceito base da escola de Ulm que o artista suíço dirigiu. Difere do *good design*, que se originou em mostra realizada em Chicago, mas que se coadunou com o ideário do MOMA, desde a fundação de seu departamento de arquitetura, em 1929. Enquanto a boa forma é indissociável das condições de sua produção, mantendo certos compromissos éticos com o mundo do trabalho, o *good design* se preocupa apenas com a forma final dos objetos. Entre nós, as definições estritas perdem sentido, na medida em que se trata de fomentar indústrias de bens de consumo para livrar o país de seu ‘atraso’ histórico. No caso, a *Gestaltung* (o fazer da forma) e o bom desenho tornaram-se praticamente sinônimos.

50 O *landscape office* ou escritório panorâmico segue a lógica dos aviões da II Guerra Mundial, segundo HOOKWAY, Branden “Cockpit”. In: COLOMINA, Beatriz, BRENNAN Annmarie e KIM Jeannie. *Cold war hothouses*. New York, Princeton Architectural Press, 2004.

51 Entrevista concedida à autora em 31 de agosto de 2012.

foram levadas em consideração diferenças regionais. Novamente de acordo com Bergmiller, era preciso ter cuidado ao desenvolver móveis, pois em certas regiões a ideia é que as crianças sentassem no chão.

Negava-se, aparentemente, a adesão a um padrão tido como universalista, tanto no reconhecimento de que os móveis seriam feitos por pequenas oficinas como, do ponto de vista do usuário: não se tratava de um estudante genérico, apenas entendido com parâmetros antropométricos (as diferentes fases da vida estudantil), mas que apresentavam diferentes hábitos corporais. Hoje a crítica bastante superficial à ESDI é feita, entre outros critérios, por adotar pretensa universalidade.⁵⁵

O IDI MAM fechou as portas em 1978, logo após o incêndio do MAM–RJ. Segundo Bergmiller,

*O museu não tinha suficiente sensibilidade para entender a utilidade do próprio IDI para o museu. O IDI nunca custou um tostão para o museu, o IDI se autofinanciou através de verbas que nós lutamos para ganhar, com convênios com o Itamaraty, Ministério de Indústria e Comércio, Ministério da Agricultura, Ministério da Educação. Anos depois, o presidente do MAM, que era dono do Jornal do Brasil, me chamou e achou que ia recomendar. Eu coloquei para ele o seguinte problema: vamos dividir as responsabilidades, porque o museu precisa assumir certas responsabilidades, precisa garantir o dinheiro mensal para manter uma estrutura. A partir disso a coisa não foi para frente, porque os problemas eram outros.*⁵⁶

4 O design estratégico dos anos 1970

A ação do IDI se coadunava com outros grandes empreendimentos de caráter público que se realizavam no Brasil e que eram comandados pelo governo da ditadura militar. Em São Paulo, a Avenida Paulista foi alvo de reequipamento urbano, em 1973, encomendado pelo governador do estado Laudo Natel,

55 As posições contrárias ao ensino da ESDI como calçado em Ulm tem na jornalista da área de design Maria Helena Estrada uma de suas vozes. Ao reportar-se de Ulm, ela diz: “Uma consequência desastrosa desse pensar já aconteceu no Brasil, onde uma rígida estrutura de pensamento, uma metodologia rigorosa e abstrata foi ‘importada’ e proclamada como única verdade universal e possível, capaz de trazer o Brasil à modernidade. Os pressupostos da Escola de Ulm tiveram o efeito de uma camisa-de-força e, no dizer de Andrea Branzi, o design brasileiro perdeu a sua riqueza expressiva, bloqueada na busca de uma improvável e inútil ordem”. ESTRADA, Maria Helena. “O mundo que nos rodeia e atinge”. *Casa Vogue*, n. 3, maio-junho 1987, p. 46. A posição de A. Branzi, acima mencionada, parece reproduzir aquilo que Immanuel Wallerstein denomina de *particularismo essencialista* como forma de opor-se ao universalismo “científico”. WALLERSTEIN, Immanuel. *O universalismo europeu. A retórica do poder*. São Paulo: Boitempo, 2007. Posição semelhante defende o pesquisador Guilherme Cunha Lima: “And if functionalism lost in this fight at the front part of the architecture, was particularly happy in the design field, of dependency we stayed prevented from accepting our own way of being. This is not to say that functionalism is not a good idea, or that should be avoided, but we mean that it is not the only valid solution to make design. We must not stay in a position of dogmatic acceptance of exogenous ideas, however tempting they might be. With the acceptance of these and other dogmas in the attempt to update ourselves historically in relation to the culture of the central countries, we give up a large slice of our history, an entire experience, the struggles of our ancestors, only to feel that we part of a continuous European history, moreover, a few decades late.” LIMA, Guilherme Cunha. *Pioneers of Brazilian design*. Paper apresentado na Oitava Conferência do International Committee for Design History & Design Studies, São Paulo: FAU/USP/Mackenzie, 6/09/2012.

56 Entrevista concedida à autora em 31 de agosto de 2012.

eleito por voto indireto do colégio eleitoral.⁵⁷ O projeto realizado pelo escritório de design Cauduro & Martino, com a colaboração da paisagista Rosa Kliass, redesenhou o sistema de sinalização da avenida, com totens informativos de leitura vertical. A avenida recebeu ainda abrigos de ônibus, jardineiras, quiosques, assentos e teve suas calçadas padronizadas e redesenhadas. O projeto requalificava o novo centro financeiro de São Paulo e uma de suas principais artérias, cartão postal da cidade. Projeto e obra foram realizados sem consulta pública e sem concorrência.

Nessa mesma época, o prefeito de Curitiba, arquiteto Jaime Lerner⁵⁸, conduziu um processo de reforma urbana, incorporando o design como atividade de projeto de móveis, nomenclatura e sinalização urbanos. É desse período o projeto da nova rodoferroviária de Curitiba, o calçadão da Rua das Flores com as cúpulas de acrílico roxas desenhadas pelo arquiteto Abrão Assad.

Em 1975 foi montada no Rio de Janeiro uma equipe de design no Instituto Nacional de Tecnologia, cujas tarefas eram subsidiar programas de governo, mais *hardware* ainda que as encomendadas ao IDI: desenho de máquinas agrícolas a serem empregadas na colheita de mandioca e de cana – ligadas a programas de pesquisa de substitutos do petróleo.

A Petrobras já havia incluído o design não apenas no projeto de identidade visual, assinado pelo escritório de Aloísio Magalhães, mas no desenho de bombas de gasolina, realizados no escritório PVDI do Rio de Janeiro, também nos anos 1970. Magalhães, aliás, firmou vários contratos com o Estado, tendo sido responsável pelo redesenho do dinheiro brasileiro, encomenda da Casa da Moeda.

Em 1975, ainda, uma agência de comércio exterior da Petrobras, chamada Interbrás, formou uma espécie de consórcio de empresas para vender automóveis, televisores, refrigeradores e outros bens de consumo duráveis nos mercados emergentes. Sob a marca guarda-chuva Tama, esses produtos chegavam ao mercado africano, a partir da Nigéria, de quem o Brasil comprava grande quantidade de petróleo.

A Embraer, empresa de capital misto (governamental e privado) para fabricação de aviões, lançou no começo dos anos 1970, os modelos *Bandeirante*, de passageiros, e *Ipanema*, dirigido ao mercado agrícola.

Em São Paulo (1974) e no Rio de Janeiro (1979) foram inauguradas linhas de metrô, resultado de projetos de engenharia nacionais. Os vagões, a identidade visual, o sistema de sinalização foram realizados por equipes de designers brasileiros, Roberto Verschleisser, no Rio, e o GAPP (Grupo Associado de Pesquisa e Planejamento, cujo titular era o engenheiro Sergio Kehl) em São Paulo.

A política relativa à informática revela os ambiciosos planos do governo federal.⁵⁹ Foi criada em 1976 a Comissão de Coordenação das Atividades de Processamento Eletrônico (CAPRE), vinculada à Secretaria de Planejamento da Presidência da República, que deu início à reserva de mercado para mini e microcomputadores.

Nos anos seguintes a reserva foi ampliada para equipamentos de controle de processos; superminicomputadores; comandos numéricos; semicondutores e instrumentação; CADs e robôs industriais. Em 1984, o Congresso Nacional transformou a reserva de mercado em lei. Toda a política protecionista

57 As informações que seguem foram retiradas de LEON, Ethel e MONTORE, Marcelo. “Brasil”. In: FERNÁNDEZ, Silvia e BONSIEPE, Gui (org.). *Historia del Diseño en America Latina y el Caribe*. São Paulo: Blucher, 2008.

58 No período da ditadura militar, os prefeitos das capitais eram escolhidos pelo governo central.

59 Todas as informações sobre a política de informática desse bloco foram retiradas de MELO, João Carlos. *A incrível política nacional de informática*. Rio de Janeiro: Edição do Autor, 1982.

acabou tendo como resultados a formação de empresas de computação, que desenvolveram hardware e software internos. Desenvolveram também design de equipamentos, tais como os da Prologica e outros. Resultaram ainda em tecnologia de automação bancária e, subsequentemente, projetos de cabines de autoatendimento dos bancos.

Ao mesmo tempo em que o Estado comandava ações estratégicas com fortes resultados para o design brasileiro, continuavam a existir as manufaturas e indústrias de móveis modernos, cujos proprietários eram, muitas vezes, arquitetos ou designers. Podemos citar, entre outras, a Mobília Contemporânea, de Michel Arnoult; a Oca que, a essa altura, já fora vendida por Sérgio Rodrigues a um grupo empresarial; o L'Atelier, de Jorge Zalsupin; a Mobilinea de Ernesto Hauner; a Hobjeto, de Geraldo de Barros; a Arredamento, com design de Ricardo Arastia; a Anatom, de Mario Ewerton Fernandes, ex-aluno da ESDI; a Tora, com projetos de Alberto Reis e Luiz Carlos Dória; a Celina, a GEA, a Escriba, de José Serber (cujo designer era Karl Heinz Bergmiller), a Securit dos Magnelli, a Probjeto, de Leo Seincman, a Teperman, de Milly Teperman.⁶⁰ Nesse período havia também fábricas de artefatos plásticos como a de Alessandro Ventura, a Hevea e a Goyana, de São Paulo, e a Flexa, do Rio que inovavam no lançamento de utensílios domésticos de desenho moderno.⁶¹

Também nesse período o design gráfico alcançava maior amplitude. Alexandre Wollner continuava sua carreira atendendo empresas privadas e públicas.⁶² Aloísio Magalhães tinha como clientes as grandes empresas estatais e se tornaria, ele próprio, secretário do Ministério da Cultura, diretor do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e criador da Fundação Pró-Memória.⁶³ Gostaria de registrar aqui duas marcas encomendadas por organismos governamentais desse período, muito esquecidas nas coletâneas brasileiras de design gráfico, e que perduraram muito. Uma delas é da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (EBCT), resultado de concurso público lançado pela empresa. O vencedor foi Eduardo Rodrigues, estudante de arquitetura e urbanismo. Outra marca desenvolvida nesse período foi a do Instituto Nacional de Previdência Social, também resultado de concurso cujos vencedores eram alunos da FAU/USP: Hortensia Espallargas Gimenez, Geny Yoshilo Uehara, Wilson Bracetti e Felix Alves de Araújo.

60 Joaquim Tenreiro encerrou suas atividades em 1968, depois de ter desenhado e fabricado móveis de latão para o Itamaraty.

61 Muitas dessas empresas ainda não foram estudadas. Seria importante fazer pesquisa com panorama produtivo mais amplo.

62 WOLLNER, Alexandre. Design visual 50 anos. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

63 Nos últimos anos o trabalho de Aloísio Magalhães vem sendo reverenciado como alternativo à produção racionalista alemã (por exemplo, ANASTASSAKIS, Zoy. "Design em contexto: algumas considerações sobre o caso brasileiro". *Agitprop*, 45, ano IV, julho de 2012. Disponível em: http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=ensaios_det&iid=102&Titulo=ensaiosp. Acesso em 1 de agosto de 2012). Parece-me equivocada a oposição feita entre Magalhães e os 'racionalistas'. Antes de tudo, na produção gráfica, as escolhas são da mesma matriz formal, basta comparar. Em segundo lugar, a atuação de Magalhães nos organismos culturais do governo da ditadura militar poderia ser mais estudada. O sociólogo Renato Ortiz vê Aloísio Magalhães como "uma figura típica deste empreendimento atual; empresário, dinâmico, ele procura se ocupar do que existe de mais tradicional na história das ideias: a memória do homem brasileiro". ORTIZ, Renato. *Cultura Brasileira e Identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1985, p. 118. Talvez seu perfil fosse extremamente adequado para o cargo que exerceu. Como os governos da ditadura militar brasileira, concentravam-se nele características de favorecimento de avanços técnicos a serviço de pensamento retrógrado.

Não só no interior dos aparelhos de Estado foi desenvolvido o design gráfico. A indústria cultural cresceu muito: Editora Abril e TV Globo, indústria editorial, cinematográfica e fonográfica tiveram no design gráfico de várias matrizes formais um aliado de imagem e representação. A imprensa alternativa de caráter política/cultural se expandiu com vários jornais (*Pasquim*, *Opinião*, *Movimento*, *Bondinho*, *Versus*, *Em Tempo*, assim como a imprensa feminista – *Brasil Mulher* e *Nós Mulheres*), abrindo espaço, em alguns casos, para inovações formais no design editorial.⁶⁴ A contestação política /cultural encontrou designers à altura, como Rogério Duarte, autor de capas de disco dos artistas tropicalistas e do Cinema Novo.

Nesse período o comércio 'de design' se limitava a poucas lojas adeptas da Boa Forma, entre as quais no Rio, a Bom Desenho e, em São Paulo, a Interdesign. No entanto, o design passava a ter presença estratégica em setores muito amplos.

Vale a pena relatar a formação da loja de design da época para mostrar até que ponto chegava a cruzada moderna, que tentava mudar o gosto do público consumidor, estimulando, ao mesmo tempo a produção de objetos brasileiros. Talvez o primeiro ponto comercial loja aberto com a preocupação de divulgar e vender design moderno tenha sido a Bom Desenho do Rio de Janeiro. Fundada em 1964, pouco depois da abertura da ESDI, pelo arquiteto e entusiasta do desenho industrial Arthur Lício Pontual, o ponto foi concebido estrategicamente em Ipanema, próxima das lojas de móveis modernos que, frequentemente, solicitavam objetos para compor a apresentação de suas peças. A designer Maria Thereza Pontual Colasanti era irmã caçula de Pontual e passou a tomar conta da loja e projetar vários de seus itens de venda.

Sem balcões, isto é, sem intermediários, para que os clientes pudessem tocar nos objetos e examiná-los, a loja faturava pouco, e seus proprietários tinham interesse de difundir o desenho industrial moderno, com objetos bem desenhados e de baixo custo, segundo Thereza. É interessante observar que iniciativa semelhante com relação ao comportamento do público foi tomada pela empresa Mobília Contemporânea, que também se propunha a fazer do comprador uma espécie de montador de móveis, ao oferecê-los desmontados e embalados em caixas para que pudessem ser transportados para casa pelo próprio comprador. Thereza Pontual Colasanti conta que, na época, era difícil que fornecesse para listas de noivas, por exemplo, pois seus objetos de aço inox eram considerados 'hospitais' e cristais lisos soavam pobres perto dos lapidados. A loja lançou objetos projetados especialmente, como os jogos americanos plásticos brancos que tinham líquidos coloridos e espumosos como recheio, trabalho de Amelia Toledo. Thereza e, mais tarde, seu marido Henrique Colasanti, desenhavam peças e as mandavam produzir.

Trata-se, portanto, de comércio completamente distinto das chamadas lojas "design" que surgiram muitos anos depois, especialmente a partir dos anos 1990. A preocupação dos proprietários era a do bom desenho, a rigor, peças fabricadas em série ou industrialmente, anônimas e com preços baixos. As lojas de design posteriores, geralmente, dão grande importância à autoria e a peças únicas ou exclusivas.

64 Ver, por exemplo, a diagramação "suja" de jornais como *Bondinho* e *Pasquim*, o surgimento de caricaturistas como Cássio Loredano, entre outras.

Acima: marca do Instituto Nacional de Seguridade Social. Abaixo: marca da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos: longa duração.

(Fonte: Arquivo Marcello Montore)

Boa parte da produção de design dos anos 1970 foi registrada na exposição *O design no Brasil história e realidade*, realizada em 1982 por Lina e Pietro Bardi no Sesc Pompeia, abarcando a produção industrial brasileira, cuja curadoria ficou a cargo de Pietro Bardi, e de objetos que Lina denominava de pré-artesanais brasileiros.⁶⁵

É, portanto, falacioso dizer que a década de 1970 foi uma década “perdida” para o design brasileiro, como tenho ouvido em muitos debates. Esta afirmação se revela, antes de mais nada, anacrônica, pois parte do princípio de que design é igual às experimentações de linguagem, aos *ready-made*, à *objetística*⁶⁶ e ao fabrico artesanal dos anos 1990 em diante. Mesmo as lojas “design” abertas a partir de 1990 têm outro conceito, ao assumirem a efemeridade, a produção caseira e ao se destinarem, num primeiro momento aos pares.

Ignorar esse passado significa cair nas armadilhas do pensamento único e absolutista do mercado, especialmente do mercado saturado. No Brasil, o design provou, nos anos 1970, sobretudo na vigência do II PND, sua vocação de enfrentar projetos complexos capazes de ter peso significativo na vida cotidiana da maioria. Parte da direção da FIESP compreendeu esse potencial e tentou aproveitá-lo. É o tema de nosso próximo capítulo.□

65 Aqui é clara a oposição entre a curadoria de Pietro Bardi, que escolhe toda sorte de produto industrial, inclusive alguns afastados de opções construtivas; e de Lina Bo, que já há tempos se desencantara com as possibilidades do design industrial universalista e trilhava outro caminho, o de valorizar o que chamava de pré-artisanato brasileiro.

66 A respeito da objetística, termo cunhado por Gui Bonsiepe, ver nota 31 do capítulo 5.

CAPÍTULO 4

A COLEÇÃO DE DESIGN MOMA/FIESP: MISTÉRIOS E SEGREDOS

*Quanto à história, ela só pode ser uma ciência da
mutação e da explicação da mudança.*

Jacques Le Goff

*A memória humana é um instrumento maravilhoso, mas falaz.
Esta escassa confiabilidade de nossas recordações só será explicada
de modo satisfatório quando soubermos em qual linguagem, em
qual alfabeto elas são escritas, sobre qual material, com qual
instrumento: ainda hoje, é uma meta de que estamos longe.*

*...uma recordação evocada com excessiva frequência, e
expressa em forma narrativa, tende a fixar-se num
estereótipo, numa forma aprovada pela experiência,
cristalizada, aperfeiçoada, ataviada, que se instala no lugar
da recordação não trabalhada e cresce à sua custa.*

Primo Levi

*O fascínio de uma coleção está nesse tanto que revela e nesse
tanto que esconde o impulso secreto que levou a criá-la.*

Italo Calvino

Palácio Mauá (5º e 6º andares).
Primeira sede do Núcleo de Desenho Industrial da FIESP.

Fonte: blog.pittsburgh.com.br/2012/03/predio-fiesp/

1 Coleção MOMA: pré-história

A Federação das Indústrias do Estado de São Paulo é proprietária de uma coleção de design, cuja origem é o *Museum of Modern Art* (MOMA) de Nova York. Ela chegou à sede da Federação em 1978, mas a história de sua doação/compra/permanência no Brasil é bem mais longa.

Em 1969, meses depois da realização da I Bienal de Design do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, seu diretor Maurício Roberto e a diretora adjunta, Madeleine Archer, receberam de Emilio Ambász uma carta. Ambász, designer argentino radicado em Nova York, trabalhava no MOMA e estava para se tornar curador de design da instituição, cargo que ocupou até 1976. Foi de sua responsabilidade a exposição de design italiano *The new domestic landscape*, realizada no museu nova-iorquino em 1972.

Para tornar-se apto a receber a doação, o MAM deveria, segundo as exigências de Ambász, organizar um Instituto de Pesquisa em Desenho Industrial e um Centro de Exposições de Desenho Industrial que funcionariam com verba própria, mantido por fundação independente a ser criada e da qual o MOMA participaria.

O MOMA faria circular a exposição em vários países da América Latina e a doaria à Argentina ou ao Brasil, países, de acordo com o documento, “onde as circunstâncias sócio-econômico-industriais possam garantir o máximo de possibilidades para o desenvolvimento do desenho industrial.” A carta define:

A exposição de Desenho Industrial do MOMA constituirá o Núcleo de um Centro de Exposições de Objetos Industriais. Tal Centro terá uma função avaliativa, não somente ao exibir a coleção permanente, mas também ao realizar exposições temporárias de projetos nacionais e estrangeiros, com a finalidade de aproximar o público em geral e a indústria em particular, com o desenho industrial como manifestação socioeconômica e cultural. Além disso, o Centro realizará seminários para a indústria sobre assuntos relacionados a DI.¹

O ofício enviado ao MAM é idêntico ao que foi remetido à União da Indústria Argentina (UIA). Seu conteúdo estabelece um programa de ação com a abertura de um Instituto de Desenho Industrial capaz de promover pesquisa própria ou pesquisa encomendada pela indústria. O MOMA estabelecia as metas do virtual Instituto, tais como a “preparação de técnicos de ensino e pesquisadores”.

O documento aponta ainda “circunstâncias e argumentos” estrangeiros e nacionais favoráveis à criação do Centro de Exposições e do Instituto. A primeira circunstância estrangeira é “a reorientação de importantes fundações americanas com vistas à América Latina, especialmente com relação ao desenvolvimento tecnológico”.

A segunda circunstância fala da decisão do Conselho Internacional do MOMA “de orientar grande parte de suas atividades e fundos para a América do Sul e a África”.

Já as circunstâncias nacionais são “o desenvolvimento econômico e industrial do Brasil em relação à capacidade do seu mercado interno e das possibilidades de exportação”. E também

1 Arquivo MAM/RJ, “Ofício do MOMA assinado por Emilio Ambász endereçado a Mauricio Roberto e Madeleine Archer”, s/d, doc. datilografado.

A necessidade de desenvolver patentes nacionais para solucionar os problemas do custo e exploração de patentes estrangeiras. Evitando-se também o problema de exportação de produtos fabricados sob licença para países onde a mesma licença está sob controle de firmas locais.²

No Brasil as instituições relacionadas ao ofício que estariam envolvidas na construção do instituto e do centro são o MOMA NY, o MAM-RJ, o Ministério do Planejamento, o Ministério da Indústria e dos Transportes, o Ministério das Relações Exteriores, a Fundação Getúlio Vargas, a Confederação Nacional das Indústrias, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico, o Conselho Nacional de Pesquisa e o Banco Nacional da Habitação. O documento previa que a verba para a realização do Instituto viria da agência Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), em 90 dias após a assinatura da carta de intenções anexada ao ofício.

Por fim, o MOMA se outorgava o direito de decidir sobre que país deverá receber a coleção, Brasil ou Argentina, “dependendo das condições que ofereçam ambas as partes” [sic].

Pouco antes, em 19 de novembro de 1969, o artista plástico Rubens Gerchman escreveu de Nova York uma carta ao diretor do MAM, Maurício Roberto. Nela anunciou as intenções do MOMA de fazer circular a exposição de desenho industrial e de doar duas coleções, uma para Buenos Aires e outra para o Rio de Janeiro.

Diz Gerchman:

Veja que genial. Eu bem sei das dificuldades que vocês têm (econômicas) de respirar. Mas posso dar uma sugestão. O Walter Moreira Salles faz parte dos amigos do MOMA daqui. E o Rockefeller tá interessado no Brasil. Um pouco de açúcar pode resolver muita coisa.³

Em 1 de dezembro de 1969, Madeleine Archer respondeu a Ambász dizendo que a situação política do Museu estava em ‘low tide’, e assim continuava. O texto é vago e expressa a esperança de que a situação brasileira seja mais positiva, se ainda der tempo.

A Gerchman ela responde contando da iniciativa de Ambász que condiciona a doação da coleção à criação de um Instituto de Desenho Industrial com verba de cem mil dólares/ano. Na Argentina, continua ela, quatro entidades governamentais assinaram uma carta de intenções. No Brasil as entidades Itamaraty, CNI, Ministério da Indústria e Comércio, Ministério do Planejamento e outras concordaram em assinar, mas não efetivaram a promessa. De toda forma, a exposição só poderia ser realizada em 1971, pois em 1970 seria realizada a II Bienal de Desenho Industrial no MAM-RJ.

Em 24 de setembro de 1970, Maurício Roberto escreveu em carta a Emilio Ambász que o MAM-RJ queria sediar a exposição do MOMA, apesar de saber da decisão de abrigá-la definitivamente em Buenos Aires.

Pouco tempo depois era inaugurada a segunda Bienal de Design, seguida da formação do Instituto de Desenho Industrial do MAM, dirigido por Karl Heinz Bergmiller, professor da ESDI, ambas iniciativas do MAM.

2 *Idem.*

3 Arquivo MAM/RJ, “Carta de Ruben Gerchman para Maurício Roberto”, 19/11/1969, doc. manuscrito.

Quais eram os interesses do MOMA ao fazer a oferta? Em 1969, o Brasil vivia o endurecimento da ditadura militar, depois da promulgação do Ato Institucional número 5 no final de 1968. Nelson Rockefeller, antigo conhecido das altas esferas governamentais brasileiras desde a II Guerra Mundial⁴, já havia atuado consistentemente na abertura de nossos museus, além de ter-se envolvido em outras áreas culturais.⁵

Durante a guerra, segundo Tota, o interesse do governo americano e de Rockefeller era combater a miséria, terreno fértil para nacionalismos exacerbados, nazismo e comunismo. Fazer dos países sul-americanos aliados dos Estados Unidos significaria combater sua pobreza e transformá-los em fornecedores de matérias primas vitais.

Em 1969, o panorama era outro. Extinto o programa da Aliança para o Progresso, que vigorara desde 1961⁶, o grande perigo mundial era o socialismo, especialmente depois da vitória da Revolução Cubana, do alastramento dos movimentos civis em 1968, inclusive dentro do território norte-americano.

O governo militar brasileiro continuava a promover a industrialização em larga escala. Grandes empresas já estavam aqui instaladas e as classes médias e altas passaram a ter muito mais peso que antes tanto nas esferas de poder quanto de consumo. O desenho industrial, sem dúvida, seria o meio pelo qual se reforçaria o *American Way of Life*, concebido como valorização dos espaços domésticos, da domesticação da vida civil, da onipresença dos bens de consumo familiares, sobretudo os eletrodomésticos, mas também o mobiliário. Haveria aí a promessa de uma democratização do consumo aliada à guerra contra as desigualdades, ideário estabelecido pelas doutrinas norte-americanas do pós-guerra e que se expandiram na Europa⁷. Pode-se pensar nessa proposta de doação como parte da estratégia cultural da guerra fria para a América Latina. É bom lembrar que a Bienal de 1969 foi palco de enorme exposição de arte norte-americana do período. E que havia um movimento de boicote internacional e nacional ao grande encontro das artes visuais.

O design era campo neutro, quem pensaria em geladeiras, fogões, utensílios domésticos ou poltronas de escritório e marcas institucionais como território de disputa política? Esse lugar cabia à arte, cujos autores podiam ser *enfants terribles* do *establishment*. Já os designers, esse eram aliados perenes da indústria, da racionalização produtiva, da representação empresarial capitalista, da busca pelo lucro.

O fato de o MAM–RJ ter sido escolhido como destinatário final da coleção não surpreende. Entre os museus brasileiros o Museu se destacava por ter criado as Bienais de Design, cuja primeira edição

ocorreu no turbulento ano de 1968 (ver capítulo 3). Nelson Rockefeller acompanhara de perto a fundação dos Museus de Arte Moderna e doara ao MAM–RJ algumas obras importantes.⁸

Tratava-se de consolidar a relação MOMA-MAM–RJ em outro território que não o das artes visuais que, no Brasil, ganhara bastante autonomia, o que se refletia na não adoção do expressionismo abstrato por nossos artistas.

Ora, tanto os planos do MAM quanto o apoio recebido pelo Ministério das Relações Exteriores eram coerentes com as exigências do MOMA. Também o Instituto de Desenho Industrial criado no período (ver capítulo 3) desenvolveu ação consequente com os desígnios do Museu nova-iorquino. No documento publicado em 1978, o IDI se apresenta como “departamento do MAM que, desde sua fundação, incluía design em seus planos”.⁹

O IDI assumia a proposta do MOMA. E o MAM era o único museu a expor desenho industrial. Além das Bienais, o MAM–RJ, por meio do IDI, realizou duas mostras no Museu: uma de imagem corporativa e outra de talheres, ambas itinerantes. Na documentação do MAM sobre as bienais não há qualquer troca subsequente de cartas entre o MOMA e a direção do Museu carioca.

Fica o mistério. Por que a mostra não ficou no MAM nem em Buenos Aires? Como chegou à FIESP em 1978?

A próxima notícia que consegui coletar desta operação ganha outra cena e personagens e data de aproximadamente 1976. Luiz Villares, dirigente da FIESP, procurou o designer Gui Bonsiepe em Buenos Aires. Bonsiepe dirigira o *Centro de Investigaciones de Diseño Industrial* (CIDI) argentino, de 1974 até o golpe militar de 24 de março de 1976. O CIDI era uma associação que promovia o design, por meio da divulgação dos principais escritórios privados. Bonsiepe fora convidado para mudar o rumo do Centro, transformando-o a exemplo do programa que implantara no governo da Unidade Popular do Chile até o golpe de 1973.¹⁰

Com a instalação da ditadura militar na Argentina, Bonsiepe foi destituído do CIDI e passou a trabalhar exclusivamente no escritório privado que mantinha com o colega Méndez Mosquera. Foi nesse período (1976, 1977) que Luiz Villares o visitou, sondando-o sobre a possibilidade de dirigir o Centro de Exposições que abrigaria esta coleção do MOMA.

Em 1976, José Mindlin e Luiz Villares entabularam uma negociação com o MOMA para trazer a mostra de desenho industrial para cá, em caráter permanente. Ao que parece, havia intenção do MOMA de realizar uma exposição itinerante. Mas Mindlin conseguiu convencer o conselho do museu nova-iorquino a vender a coleção pelo valor que deveria ser pago por sua exibição efêmera em São Paulo, 40 mil dólares.

Certamente Luiz Villares e Mindlin conheciam a trajetória de Bonsiepe, comprometido com o design enquanto motor de eliminação de desigualdades regionais; de autonomização tecnológica dos países periféricos, tendo trabalhado nesta direção nos governos chileno e argentino, pré ditaduras. O sentido desse convite talvez estivesse nessa direção: confiar a um nome internacional a tarefa de colocar o design no centro das atividades industriais paulistas.

8 LOURENÇO, *op. cit.*, p. 114.

9 MUSEU DE ARTE MODERNA DO RIO DE JANEIRO. Instituto de Desenho Industrial. *Sem título*. Rio de Janeiro, 1978.

10 Comunicado pessoal de Gui Bonsiepe à autora em 7 de agosto de 2012.

4 TOTA, Antônio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

5 LOURENÇO. Maria Cecília França. *Museus acolhem moderno*. São Paulo: Edusp, 1999.

6 Espécie de Plano Marshall para os pobres do continente. Ajuda de 20 bilhões de dólares a serem aplicados na América Latina, lançado por John Kennedy em 1961. Segundo Cecília Azevedo, o governo de Kennedy quis convencer o Congresso norte-americano de que a transferência de tecnologia e assistência financeira seriam responsáveis por tirar os países da América Latina do atraso. Essa ajuda ao continente sul seria feita “nos moldes da tradição filantrópica protestante que a família Rockefeller sempre pretendeu encarnar”. AZEVEDO, Cecília. *Em nome da América. Os Corpos de Paz no Brasil*. São Paulo: Alameda, 2008, p. 132.

7 Alguns autores, tais como Betts assim explicam as verbas norte-americanas para a escola de Ulm. Ver BETTS, Paul. *The authority of everyday objects: a cultural history of West German industrial design*. Berkeley; Los Angeles: University of California Press, 2004, p.144. Aqui, o crescimento nesse período só acentuou as desigualdades indicadas na frase do então super ministro da Economia, Antonio Delfim Neto: “é preciso fazer crescer o bolo para depois distribuí-lo”.

2 A criação do NDI

Projeto expográfico da mostra, desenho de Oswaldo Mellone. Arquivo da Autora.

A exposição chegou a São Paulo e foi instalada na antiga sede, no viaduto Dona Paulina. Segundo a designer Eliana Lenz, que trabalhou na montagem, levou um ano até que se organizasse e abrisse a mostra ao público com os requisitos do MOMA, que exigia, inclusive, que a exposição ou parte dela circulasse pelo Brasil. Foi realizado um concurso fechado do qual participaram, entre outros, os arquitetos veteranos Aurelio Martinez Flores e Maurício Roberto, e que foi vencido pelo designer Oswaldo Mellone. Mellone organizou a expografia a partir de uma estrutura quadriculada de ripas de madeira fixada no teto que suportava lonas tensionadas, fechadas por superfícies de madeira que, por sua vez, mantinham suspensos os objetos expostos. No chão o quadriculado se repetia com marcas, funcionando como sinalizador da mostra,

representado num totem na entrada da sala. O espaço era iluminado com luminárias industriais verdes.

É curioso observar que não se escolheu aqui o tradicional cubo branco. A opção foi por projeto próprio, de baixo custo, realizado com materiais disponíveis e fáceis. No teto, o quadriculado de ripas sustentava zíperes, que permitiam mudanças fáceis de *layout*. O partido de manter os objetos suspensos também quebrou com o paradigma da exposição artística, pois as lonas ficavam suspensas na altura aproximada do olho do visitante, que poderiam ver o objeto de vários ângulos e, no caso de certas peças, examinar partes escondidas, como sistemas de junção etc.

Foi nesse momento, 1977, que foi criado o Núcleo de Desenho Industrial (NDI), espécie de Design Center brasileiro, exatamente na época em que minguava o IDI MAM no Rio de Janeiro. José Mindlin, Dílson Funaro e Luiz Diederichsen Villares, diretores da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo e membros honorários do conselho internacional do MOMA, foram seus diretores e se responsabilizaram, junto ao MOMA, para expor permanentemente a coleção recebida.¹¹

11 As informações sobre esta aquisição foram prestadas por Eliana Lenz Cesar, designer formada pela FAAP que trabalhou com Iole de Freitas na montagem e manutenção da exposição da FIESP (1977–1980), além de ter escrito os textos de catálogos e organizado seminários; pela ex-secretária e depois chefe do Núcleo de Desenho Industrial da FIESP (1980–) e do Departamento de Tecnologia, Joice Joppert Leal, realizada em 31 de outubro de 2011; pela designer Cyntia Malaguti, que trabalhou no Núcleo de Desenho Industrial da FIESP (1989–2000), auxiliando na montagem e na produção do catálogo da exposição em 1998 e que foi curadora da nova exposição da entidade em 2006. A entrevista com ela foi realizada em 17 de dezembro de 2009. Também os catálogos e documentos do NDI são fontes: CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Núcleo de Desenho Industrial. *Mostra de Desenho Industrial do Setor de Eletro-Eletrônica*. [São Paulo]: s.d. CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. *Núcleo de Desenho Industrial*. [São Paulo, 1981], FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Centro das Indústrias do Estado de São Paulo. *Núcleo de Desenho Industrial*. [São Paulo]: s.d. CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Núcleo de Desenho Industrial. *MOMA Design*. [São Paulo]: s.d. FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Centro Cultural FIESP. *The Museum of Modern Art, New York, Design*. [São Paulo, 1998].

A aquisição, realizada entre 1976 e 1977, foi seguida da criação de um Núcleo de Desenho Industrial dentro da Federação, coordenado pelo economista Emilio Braga e assessorada por Iole de Freitas, ex-aluna da ESDI e pela designer Eliana Lenz. Em folheto, Mindlin, Roberto Della Manna e Luiz D. Villares, os três diretores do NDI, apresentam o novo organismo da FIESP como “encarregado da promoção do desenho industrial”.¹² E acrescentam:

Catálogo da 1ª Mostra MOMA/NDI. Acervo e foto da A.

Seu objetivo é conscientizar a comunidade empresarial, professores, comerciantes, consumidores e estudantes, da importância do desenho industrial, quer para o aperfeiçoamento do produto brasileiro, que como fator promocional da exportação de manufaturados, quer ainda, como elemento de criação de uma imagem característica de nossos produtos.

Pretende igualmente o NDI contribuir para a formação de um mercado de trabalho para os desenhistas industriais.

*Além de outros meios, considera importante utilizar-se de nossa herança cultural e da criatividade de nossa população.*¹³

No mesmo catálogo, Mindlin e Villares assinam texto explicando a coleção do MOMA:

A atual coleção de objetos que fazem parte da coleção permanente do Museu serve como introdução do Desenho Industrial do século xx. Ela reúne objetos selecionados por conselheiros e especialistas do MOMA, constituindo um acervo representativo da estética e da cultura de nossos tempos.

A partir de 1953, com a criação do Conselho Internacional do MOMA, foi possível um maior intercâmbio com outros países, a respeito de artes visuais contemporâneas.

Assim, a exposição brasileira do MOMA design, única cópia fora de Nova Iorque, na sede do CIESP – Centro das Indústrias de São Paulo – é o resultado dos esforços desse intercâmbio cultural que procura despertar a conscientização do Desenho Industrial como uma das expressões mais vivas da arte dos nossos tempos.

*A escolha do NDI/CIESP, para abrigar, em caráter permanente o MOMA, é o justo reconhecimento do desenvolvimento da indústria brasileira, notadamente àquela localizada no estado de São Paulo. [sic].*¹⁴

12 FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Centro das Indústrias do Estado de São Paulo. *Núcleo de Desenho Industrial*. [São Paulo]: s.d.

13 *Ibidem*. p. 2.

14 *Ibidem*. p. 6.

Acervo e foto da A.

Segundo Eliana Lenz, o NDI funcionava com uma espécie de conselho informal composto por empresários/designers (Geraldo de Barros, Michel Arnoult), empresários (Leo Seincman, da Probjeto), diretores da Associação Brasileira de Desenho Industrial, como Alexandre Wollner, Alesandro Ventura e outros. Goebel Weyne, Richard Buckminster Fuller foram alguns dos convidados a fazer palestras na sede do design da FIESP.

Algum tempo depois da inauguração, o NDI participou de uma feira de eletroeletrônica e lançou um catálogo de 30 páginas a respeito, com resultados da escolha de um júri com os melhores produtos, do ponto de vista do design, desse setor. Nela Mindlin, Della Manna e Villares dizem que:

No atual panorama da indústria brasileira, o setor Eletro-eletrônico é um dos que revelam ter atingido um grau mais satisfatório de tecnologia absorvida e, especialmente em alguns subsectores, chegando a gerar tecnologia nacional. Além disso, alguns produtos começam a dar sinais de aceitação no mercado internacional, principalmente ao desempenho de qualidade de seu desenho industrial.¹⁵

No mesmo catálogo explica-se a realização de uma pesquisa já realizada cujo objetivo foi fornecer insumos ao júri na seleção dos produtos e ajudar o NDI a se redimensionar e reorientar.

O NDI designou um júri formado por Alessandro Ventura, Carlos Alexandre, Ivan Tessari, Julio Maia, Manfred Peters e Paulo Noronha que, durante três sessões, escolheu produtos que constam no catálogo. Os artefatos premiados são das empresas seguintes: Lumini, Cobra, Condugel, Daruma, Dimep, Dominici, Gradiente, Icatel, Schlumberger, Micronal, Pelotas, Peterco, Quasar, Sisco, Vigorelli e Walita.

Ainda na mesma publicação, o economista Luiz G. Belluzzo assina pequeno texto em que afirma que “a indústria eletro-eletrônica brasileira cresceu a uma taxa média de 16% ao ano, superior àquela apresentada pelo conjunto da indústria de transformação”.

Diferentemente dos textos do próprio NDI que falam dos limites da importação tecnológica e da necessidade de participação do desenho industrial “não restrito à área da forma e do styling”, o economista vê no setor brasileiro “densidade suficiente para acompanhar e absorver os avanços tecnológicos”.

15 CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Núcleo de Desenho Industrial. Mostra de Desenho Industrial do Setor de Eletro-Eletrônica. [São Paulo]: s.d. p. 4.

Entre 1979 e 1980, aproximadamente, o NDI realizou exposição de design urbano brasileiro, chamado “design para a comunidade”¹⁶, apresentando a cabine de telefonia pública¹⁷, os metrô do Rio e São Paulo, o projeto da Avenida Paulista e outros.

Em 1982, foi formado o Departamento de Tecnologia dentro da FIESP, que abarcou o Núcleo de Desenho Industrial. José Mindlin, lembrando a compra da coleção, diria, em 1998: “Já naquela época víamos o design como importante ferramenta de inovação tecnológica e não apenas como frivolidade estética, como muita gente o considerava”.¹⁸

Depois de uma década de intenso crescimento da economia brasileira e, em particular, da indústria brasileira, com políticas de proteção assumidas pelo Estado, parte da direção da FIESP aliou-se ao mundo dos designers industriais que, nesse momento era formado também por pequenos empresários da área de mobiliário. Adotou o ideário moderno substanciado nos produtos exibidos pelo MOMA (e presente entre os designers industriais/manufatores de móveis) e propôs uma espécie de corrida contra o tempo para que o design fizesse parte da cultura industrial brasileira e concorresse para sua autonomização técnica.

Diferentemente do período do IAC, imediatamente anterior a Juscelino Kubitschek, em que os industriais a manterem algum contato com a escola foram pequenos fabricantes de tecidos e cristais, o núcleo que defendeu o design na FIESP era formado por empresários de grande peso: José Mindlin, diretor da Metal Leve; Luiz Villares, da Villares; Dilson Funaro, proprietário da Trol¹⁹; e Roberto dela Manna, dirigente da Federação.²⁰

Esta aliança já estava, de certa forma, expressa na ABDI, que não fazia distinção entre prestadores de serviços em design (caso de Alexandre Wollner e Livio Levi, por exemplo) e pequenos empresários que tinham o design como centro de suas empresa (Michel Arnoult). Ganhou peso substantivo ao ser integrada por diretores da Federação paulista.

Folheto de divulgação do NDI. Acervo e foto da A.

16 A informação sobre esta exposição foi dada por Eliana Lenz em entrevista concedida à autora em 12 de setembro de 2012. A autora tentou conseguir material a respeito na FIESP, nas bibliotecas da USP e da UERJ, junto a particulares sem êxito.

17 A cabine telefônica de fibra de vidro é utilizada até hoje no Brasil. Houve toda uma controvérsia a respeito de sua autoria. Ela foi projetada por Chu Ming Silveira e prototipada e produzida pela Lafer. Percival Lafer acabou assumindo a autoria do projeto.

18 FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Centro Cultural FIESP. *The Museum of Modern Art, New York, Design*. [São Paulo, 1998].

19 Dilson Funaro era empresário interessado em design. Em entrevista à autora, Maria Thereza Pontual Colasanti contou que seu projeto de graduação na ESDI foi um brinquedo de encaixar que seria fabricado pela Trol. E que a fábrica Estrela teria plagiado o projeto e lançado o produto no mercado antes da empresa de Funaro.

20 Todos os entrevistados sobre a coleção FIESP falaram do papel secundário de dela Manna no processo e nos textos.

É tentador interpretar a iniciativa como retomada da tradição da história do design. Quase todos os livros de história geral do design apontam a *Deutscher Werkbund* (Associação Alemã para o trabalho), de 1907, como primeira entidade que reuniu artesãos/artistas/arquitetos/designers (alguns proprietários de pequenas manufaturas, como Henry van de Velde), funcionários do governo, críticos da cultura e dirigentes industriais. A *Werkbund* tinha como objetivo melhorar a qualidade do produto alemão, visando a exportação e promovia exposições do que seus membros consideravam serem objetos exemplares que fossem modelos para as indústrias e para os artistas ou designers. Quando os diferentes autores falam da *Werkbund*, tendem a acentuar o lugar que nela teve o arquiteto e designer Peter Behrens, consultor permanente da poderosa empresa de energia elétrica, a *Allgemeine Elektrizität Gesellschaft* (AEG). Behrens costuma ser chamado de designer total, aquele que projetou o edifício da companhia, seus cartazes e logotipos e uma série de produtos como chaleiras elétricas e ventiladores. A iniciativa privada, portanto, costuma ser protagonista desse momento da história do design, considerado singular e importante por demonstrar a aliança entre industriais e designers.

Seria possível, então, pensar na semelhança das iniciativas da FIESP desse período com a *Deutscher Werkbund* (Associação Alemã para o Trabalho). No entanto, se o conceito fundador tem similitude, o processo apresenta grandes diferenças.²¹ O Núcleo de Desenho Industrial da FIESP pouco conseguiu, parece, mobilizar os industriais brasileiros a arriscarem em resultados incertos, fruto de pesquisa técnico-formal. A cópia parece ter seguido seu rumo abrangente.

Quando os diretores da FIESP decidiram pelo NDI, o país deixava para trás sua época gloriosa de crescimento e entrava na chamada década perdida: endividamento, inflação e estagnação da economia brasileira. O Estado, nesse momento pouco fez pelo design e os grandes projetos públicos dos anos anteriores não se desdobraram, parece. Enquanto na Alemanha, no começo do século xx, o Estado teve grande peso nas políticas de melhoria dos produtos industriais e sua exportação. O pesquisador John V. Maciuka tem estudo recente sobre o período 1907–1914 da *Deutscher Werkbund*. Ele sublinha o importante papel do Ministério do Comércio alemão como incentivador dos princípios modernistas. Sua política atingiu em cheio as escolas de *arts and crafts* da Alemanha. Maciuka revela como, a partir de 1912, a Associação Alemã para o Trabalho desenvolveu uma rede internacional para mobilizar as exportações alemãs, em consonância com a política de Estado. Esse novo olhar sobre a *Werkbund* reduz a importância da AEG, isto é, da iniciativa privada nesta aliança com artistas e acentua a importância das políticas de Estado na promoção do design industrial.²²

No entanto, a relevância dada às exposições como meios de influenciar o gosto e divulgar o design nacional aproxima a *Werkbund* do NDI-FIESP. Em 1984, o Núcleo de Desenho Industrial da FIESP organizou grande exposição de design brasileiro²³ no quadro das mostras denominadas *Tradição e ruptura* da

Fundação Bienal de São Paulo, que, além de dedicar exposição às artes visuais, com curadoria geral de João Marino, promoveu uma mostra de arquitetura organizada pelo Instituto de Arquitetos do Brasil (IAB) e uma exposição de fotografia desenvolvida por Thomaz Farkas e Cristiano Mascaro.

As salas dedicadas a design apresentaram 300 produtos de 200 empresas, apenas cem dos quais haviam sido expostos dois anos antes no SESC Pompeia, com curadoria de Pietro Bardi e Lina Bo Bardi.

O catálogo da mostra tem textos assinados pelo presidente da FIESP/CIESP Luis Eulálio Bueno Vidigal Filho e pelo diretor do Departamento de Tecnologia/Núcleo de Desenho Industrial José Mindlin. Ambos comemoram o muito que já se fez nos últimos anos (5 de existência do NDI, 30 partir do IAC, ao qual Mindlin se refere). Em seguida, um texto sem assinatura faz um histórico do desenho industrial no Brasil a partir dos anos 1930, destacando os *brise-soleil* do Ministério da Educação e Saúde, projetado por Lúcio Costa. Nos últimos parágrafos do texto, quando se fala no presente, existe otimismo com relação à indústria e ao design brasileiros:

*Com a crise econômica internacional, surgem novas realidades para o setor produtivo. A exportação torna-se uma saída para diversas indústrias de transformação, que passam a necessitar de projetos com características brasileiras para competir nos mercados externos e reduzir custos de produção.*²⁴

Fala-se da participação de designers em projetos de grande complexidade, realizados nos anos 1970 e no começo dos anos 1980:

*Setores como o de bens de capital, por exemplo (...) vem investindo em “design” de produtos: são pontes rolantes, cabines de comando de trens, tratores e veículos em geral, concepção de habitat de vagões de trens e metrô, elevadores e automóveis, aviões e máquinas agrícolas, sistemas construtivos para fábricas e edifícios etc.*²⁵

E ainda se apontam novas questões para o designer industrial, revelando, ao mesmo tempo, intimidade com processos industriais da época e incapacidade de ver os difíceis tempos da economia brasileira.

A visão dessas conquistas, porém, não deve ser encarada com ufanismo, pois também é resultante natural do desenvolvimento industrial do país. Ao “designer” cabe agora uma responsabilidade ainda maior, à medida que os projetos tornam-se mais complexos, o conhecimento dos recursos tecnológicos mais decisivo, e a necessidade de projetar em grandes equipes interdisciplinares torna-se fundamental. Novas áreas de conhecimento como

21 Fazia parte de meu projeto inicial esta comparação. No entanto, a banca de qualificação me recomendou investir mais na pesquisa no Brasil, o que foi muito acertado. Se não tivesse pesquisado o material do IDI MAM, jamais teria sabido como começou a história da coleção MOMA/FIESP.

22 Ver MACIUKA, John V. “The globalization of the Deutscher Werkbund: design reform, industrial policy, and German foreign policy, 1907–1914.” In: ADAMSON, G.; RIELLO G. e TEASLEY S. *Global design history*. London/ New York: Routledge, 2011.

23 A exposição de desenho industrial faz balanço amplo da atividade. A escolha foi feita a partir de consulta a 160 projetistas, professores e empresários. Compreendeu seções de bens de capital (com meios de transportes); brinquedos, peças de construção civil, eletroeletrônica, som e telefonia, iluminação, instrumentos de precisão, mobiliário urbano, móveis, um setor têxtil; meios de transporte, um avião, ônibus e lancha, entre outros; utilidades domésticas (com

eletrodomésticos); programação visual, embalagem e editoração gráfica e logotipos. Os objetos não foram incorporados à coleção da FIESP. *Tradição e ruptura* homenageou o empresário Sandro Magnelli (Securit) e os designers Aloísio Magalhães, Bea Feitler, Livio Levi, Rino Levi e Ruben Martins.

24 FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Fundação Bienal de São Paulo. *Exposição Tradição e Ruptura. Desenho Industrial*. São Paulo, 1984, p.12.

25 *Ibidem*. p. 12.

as especializações da engenharia (...) da informática (...) e da ergonomia (...) exigirão do designer uma capacidade cada vez maior, estreitando o espaço de personalismo existente nos projetos das décadas passadas.²⁶

Nesse histórico, desenvolvido por década, os anos 1950 são caracterizados como “de otimismo”. A década de 1960 como de “institucionalização” e os anos 70 como período de ‘consolidação’ do design, a partir do IDI-MAM-RJ e do NDI da FIESP com a aquisição da coleção MOMA.

3 A coleção MOMA

A coleção do MOMA que chegou a São Paulo traça uma linha que vai dos móveis Thonet passando pela Bauhaus, por Rietveld, Le Corbusier. Avança para exemplos do chamado bom design dos anos 1960, a partir da linhagem dos objetos Braun, Olivetti, da produção dos Eames e dos escandinavos Aalto e Jacobsen, entre outros²⁷. Segundo Jonathan Woodham, a formação do acervo de design do MOMA foi pautada pelas indústrias afluentes, tais como Olivetti, IBM, H. Miller, Knoll e seu significado no mundo corporativo.²⁸

De acordo com o mesmo autor²⁹, o legado dos modernistas foi preservado em museus nos quais o modo de exibição em pedestais acentuou suas qualidades formais, separadas de seu contexto de uso e função³⁰. Tais galerias e museus teriam estabelecido hierarquias culturais e a mais celebrada destas instituições foi o MOMA.

No entanto, a seleção que aqui chegou incorporara alguns exemplos da produção que questionava o chamado *bom design*, ideário que se manteve no MOMA, a partir da glorificação da produção da Bauhaus do período Dessau/Gropius. Constan da coleção, por exemplo, a poltrona *Up1* de Gaetano Pesce, como também a *Sacco*, de Gatti, Paolini e Franco, ambas de 1969.

A formação desta coleção no museu nova-iorquino, aberto em 1929, foi realizada por seu primeiro diretor, Alfred Barr, que escolheu as peças a serem musealizadas no já previsto departamento de arquitetura e design, inaugurado em 1934.

A exposição *Machine Art*, de 1932, organizada pelo arquiteto Philip Johnson, fez rigorosa seleção dos objetos manufaturados e também de componentes industriais, que tinham em comum, segundo Johnson e Barr, a beleza abstrata das linhas retas e dos círculos, tornados superfícies e sólidos. É aí que se estabelece um padrão de objetos que exclui tanto o *Art Déco* (que naquele período ainda não ganhara

esse nome), assim como os objetos projetados pelos *stylists* e que abusavam do *streamlining*.³¹

A *Machine Art* era uma seleção que se pautava por critérios rigorosos, herdeiros do ideário Bauhaus/Le Corbusier e nem de longe compreendia a maior parte da produção industrial de objetos da vida cotidiana. Bem ao contrário disso, o que estava sendo divulgado eram, muitas vezes, objetos feitos artesanalmente. George Marcus conta o pitoresco caso do cachimbo artesanal fabricado pela Dunhill e que Philip Johnson quis incluir na exposição de 1932.³² A Dunhill, ciosa de suas tradições artesanais, se negou a emprestar o cachimbo para a exposição de “Arte da Máquina”. Foi preciso a intervenção de Nelson Rockefeller para que o cachimbo fizesse parte da mostra! Lewis Mumford diz que o que se procurava, ao se falar em “estética da máquina” é a forma que pareça feita a máquina, que pareça atingir toques de perfeição.³³

O historiador do design John Heskett assim resume as opções formais desse período:

*A reivindicação de uma forma lisa e geométrica era uma realidade ideológica e não refletia características inerentes aos processos de produção. Não era que a forma geométrica fosse a mais adequada em termos práticos, mas constituía, sim, uma poderosa metáfora do que podia ser idealmente a forma de uma era mecanizada. Esse foi um dos diferentes conceitos que surgiram, mas o exemplar poderia estender-se com igual validade ao conceito de aerodinamizar, com suas curvas orgânicas de lágrimas e suas linhas de velocidade.*³⁴

Estava formada pelo MOMA uma base para as escolhas formais, o modelo visual para o design cultivado, que seria absorvido pelas empresas de móveis para a elite, Herman Miller e Knoll, cujas peças povoariam as grandes empresas e as residências milionárias do pós-guerra. Esse conjunto de elementos,

Catálogo da exposição de 1932.

(Fonte: MACHINE ART. NYC: Abrams/MOMA, 1994)

26 *Ibidem*. p. 12.

27 A base documental para esta descrição é o catálogo da exposição realizado em 1998. FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Centro Cultural FIESP. *The Museum of Modern Art, New York, Design*. [São Paulo, 1998].

28 WOODHAM, Jonathan. *Oxford dictionary of modern design*. Oxford: University of Oxford, 2004. p. 302.

29 Idem. *Twentieth-Century Design*. New York: Oxford University Press, 1997, especialmente o capítulo 2.

30 A afirmação vai no mesmo sentido das palavras de Hans Georg Gadamer citadas por Poulot da grande revolução da arte destacada do contexto da vida e que não quer ser nada mais do que arte. Ver POULOT, Dominique. *Une histoire des musées de France*. Paris: La Découverte, 2005. p. 40.

31 MARCUS, George H. *Functionalist design an ongoing history*. Munique; New York: Prestel, 1995, pp. 116–117.

32 *Ibidem*. p. 121.

33 Apud *Ibidem*. p. 122.

34 “La reivindicación de una forma lisa y geométrica era en realidad ideológica y no reflejaba características inherentes a los métodos de producción. No era que la forma geométrica fuese la más adecuada en términos prácticos, sino que constituía una poderosa metáfora de lo que podía ser idealmente la forma en una era mecanizada. Éste fue sólo uno de los distintos conceptos que surgieron, pero el ejemplo podría extenderse con igual validez al concepto de aerodinamizar, con sus orgánicas curvas de lágrima y sus líneas de velocidad”. HESKETT, John. *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2002.

sobretudo os móveis “clássicos” do modernismo, sofreu mudanças sutis nos anos 1940 e 1950, graças a novos processos e adaptações de materiais estruturais e de revestimentos.

No catálogo da primeira exposição da coleção no Brasil, Arthur Drexler, então diretor do Departamento de Arquitetura e Design do MOMA, explica os critérios de formação do acervo: “A atual coleção trata, principalmente, de objetos úteis produzidos em massa feitos para servir um propósito definido”.

Segundo Drexler dois critérios são aplicados na seleção de objetos: qualidade e significado histórico.³⁵ Segundo ele,

Os objetos foram escolhidos pela sua qualidade, pois alcançaram ou foram tidos como responsáveis pelos ideais formais de beleza que acabaram por transformar-se nos mais importantes conceitos estilísticos de nossa época. O significado tem uma avaliação mais flexível. É adotado para os objetos que não são necessariamente obras de arte, mas que, mesmo assim, têm sido importantes no desenvolvimento do desenho (design).³⁶

Poltrona Sacco.

(Fonte: www.momentoitalia.com.br/arquitetura-e-design/a-cadeira-sacco-virou-o-design-do-avesso/)

Drexler confessa: “É provável que não seja possível nem desejável, adotar cada uma dessas definições com consistência perfeita”. Ele explica que, apesar de seu êxito de público, objetos de estilos “meramente passageiros ou bizarros” não foram incluídos na seleção, por fazerem parte de “estilos efêmeros”. No entanto, relata que, mais tarde, objetos efêmeros, como embalagens descartáveis e dispositivos eletrônicos sujeitos à rápida obsolescência acabaram por adentrar o Museu.

Os curadores que, no início dos anos 1940, sucederam a Philip Johnson no departamento de arquitetura e design do MOMA, Elliot Noyes e Edgar Kaufman Jr., também se pautaram por noções de *good design*. Em 1970, o já citado Emilio Ambász passou a ocupar o cargo de curador do departamento e sua atuação foi orientada pelo questionamento ao movimento moderno. Ambász foi escolhido para o cargo depois dos seminários, realizados no MOMA, de um dos pri-

meiros pensadores do pós-modernismo em arquitetura, Robert Venturi. Desse modo pode-se explicar a inclusão da *Sacco* e da *Up1* – ambas de 1969, claramente destoantes dos móveis tubulares e de compensado tratado a frio do alto modernismo – na coleção comprada pela FIESP.

35 DREXLER, Arthur. “Prefácio”. In: CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Núcleo de Desenho Industrial. *MOMA Design*. [São Paulo]: s.d.

36 *Ibidem*.

4 Trilhas historiográficas

Em nova exposição da coleção, realizada pela FIESP em 1998, foi apresentada a poltrona *Aeron*, produzida pela Herman Miller Inc., em 1994, acrescentada, portanto, à coleção original³⁷. E ainda a poltrona *Mole* de Sérgio Rodrigues, de 1957.

São 48 móveis, sete luminárias, 14 produtos de vidro, 17 utilidades domésticas e brinquedos, sete sistemas de embalagens duráveis (tais como potes Tupperware e galões de plástico rígido), 15 equipamentos, de acordo com o catálogo de 1998 e respeitando sua classificação.

A coleção do MOMA que nos chegou já estava ‘contaminada’ por exemplos do design pós-moderno, cujos pioneiros foram fixados pela historiografia como sendo grupos radicais italianos. Mas, mesmo em 1998, quando foi realizado o catálogo da exposição, não há em nenhum de seus textos, assinados por diretores e assessores da casa, designers convidados, diretores de programas e institutos oficiais de design e de tecnologia, qualquer menção a este debate candente entre o projeto moderno e o pós-moderno.³⁸

No mesmo ano de 1998 a galeria *Historical Design* de Nova York realizara exposição sobre o designer inglês Christopher Dresser (1834–1904). A exposição mereceu muitos comentários de críticos e historiadores e uma promessa por parte do curador do *Metropolitan Museum of Art* de que o museu programaria uma exposição sobre Dresser, o que de fato aconteceu anos mais tarde.

Christopher Dresser, mencionado quase de passagem por Pevsner em *Os pioneiros do desenho moderno*, foi redescoberto nos anos 1980, a partir de inúmeros estudos, numa típica virada historiográfica “a contrapelo”. A descoberta de seus desenhos, especialmente nos objetos metálicos, que demonstravam grande modernidade e que prevaleceriam na toada da simplificação formal do movimento moderno, colaborou para fazer recair sobre Sir Nikolaus Pevsner uma série de críticas. O autor de *Os pioneiros* teria escrito uma história de linha única, excluindo personagens e iniciativas fundamentais dos idos do século XIX e que teriam se confrontado com o ideário romântico de Ruskin/William Morris. Essa história monocórdica, construída em 1936, data da primeira edição do

Bule metálico de Christopher Dresser.

(Fonte: www.vam.ac.uk/users/node/8291)

37 Muito provavelmente, a cadeira foi doada por Milly Teperman, proprietário da Móveis Teperman, que representava a Herman Miller no Brasil. Milly Teperman também foi diretor da FIESP e trabalhou diretamente com José Mindlin no Detec/NDI. Na época da exposição de 1998 era diretor titular adjunto do Departamento de Tecnologia/Núcleo de Desenho Industrial.

38 Os textos do catálogo são muitos e, em sua maioria, enaltecem a atividade do design como parceira da indústria, da necessidade da forma aliada à função ou “da estética à tecnologia”. O presidente da FIESP, Carlos Eduardo Moreira Ferreira fala da posição central do design para a sobrevivência das empresas, e da Marca Brasil, já assumindo claramente um discurso dominante do papel do design no mundo globalizado. Em contraposição, Alessandro Ventura, empresário e designer, faz do seu texto um manifesto crítico da política econômica de abertura às importações. A *Sacco* entra na lista do bom design, talvez porque chancelada pelo MOMA. A poltrona monovolume abole a noção de uma forma perene presente nos móveis modernos.

livro de Pevsner, teria servido como monumento constitutivo da heroicidade da Bauhaus, herdeira de princípios do *Arts and Crafts*.

O debate antipevsneriano se realizou longe da FIESP. E talvez nem tenha chegado ao Brasil antes dos anos 2000 e ainda hoje se trava timidamente em minúsculos círculos acadêmicos. Os promotores da coleção/exposição MOMA/FIESP estavam alheios a esta discussão. De modo geral, faziam a apologia do design como formas adequadas a funções, encontro da estética com a tecnologia, de forma genérica, referendando uma diluição do ideário moderno.

Arco da Bear Archery.
(Fonte: www.rmsgear.com/sold_bows/bowshop_inventory_mastersold)

Entretanto, a coleção apresentada trouxe objetos de distintos mundos produtivos. Não faz a defesa da produção em massa, como poderíamos pensar, a partir dos textos do catálogo e, principalmente, pelo fato de tornar-se uma coleção da Federação das Indústrias. Não só porque é difícil pensar em produção de massa da poltrona Barcelona, de Mies van der Rohe, por exemplo, projetada para uso específico e cuja manufatura foi feita individualmente mesmo quando, mais tarde, fabricada pela *Knoll International*; ou da espreguiçadeira de Le Corbusier, produzida pela Cassina, mas também porque constam da exposição componentes isolados de equipamentos industriais, como duas hélices navais (é difícil que barcos sejam produtos de massa), um rolamento, uma pá de ventilador, uma válvula eletrônica e ainda um arco, de um conjunto de arco e flecha, criado pela Bear Archery, empresa dos anos 1930. O arco é uma espécie de Stradivarius dos arqueiros, item de esmero artesanal.

Há, talvez, aí uma espécie de fetiche do design industrial que se exprime em duas vertentes. Na primeira, trata-se, um pouco como fazem as fotos dos construtivistas russos, da capacidade de admirar a visualidade da repetição das formas industriais, uma espécie de reconhecimento da beleza serial; da repetição; do mecânico. A outra diz respeito à beleza da frugalidade presente em armas e instrumentos de trabalho.³⁹ O *good design* industrial, nesse momento, estava presente no mundo doméstico ou,

no máximo, no mundo dos interiores de escritórios. Os automóveis dos anos 1930 eram, predominantemente, objetos de *styling*.⁴⁰ Era preciso criar uma narrativa relacionando os objetos domésticos à beleza da máquina e dos objetos antiornamentais.

39 Esta observação fora feita por Gotfried Semper, quando, depois de ter participado ativamente da Exposição do Palácio de Cristal no ano anterior, publicou o texto “Ciência, indústria e arte”. É aí que reconhece que os objetos “cuja utilização não autoriza o supérfluo... carros, armas, instrumentos musicais e semelhantes demonstram-se mais solidez por sua apresentação refinada de suas formas estritamente prescritas”. SEMPER, Gottfried. “Science, Industry, and Art”. In: *The four elements of architecture and other writings*. Cambridge: Cambridge University Press, 1989. (“At best, objects whose seriousness of purpose does not permit the superfluos, such as wagons, weapons, musical instruments, and similar things, we sometimes make appear healthier by the refined presentation of their strictly prescribed forms”). Vários são os autores posteriores que tratam desta questão. Entre nós, o texto exemplar a respeito é assinado por Julio Katinsky. Ver “As cinco raízes formais do desenho industrial”. Arcos, Rio de Janeiro, vol. II, out. de 1999. pp. 16–43.

40 *Styling* foi o nome genérico que se deu à prática de designers norte-americanos consultores de empresas que não se alinhavam com os egressos da Bauhaus. Muitos dos objetos desse período e da lavra desses escritórios ganharam formas ovaladas alongadas (a forma de gota), além de traços horizontais repetidos (*streamlines*). Estas formas e a

5 Design brasileiro

A exposição de 1998 mostrou dois produtos brasileiros: a já citada poltrona *Mole*, de Sérgio Rodrigues, produto nada adequado à produção industrial e que ganhou prêmio num concurso realizado na cidade de Cantú, na Itália. E também os talheres para camping, projetados por José Carlos Bornancini e Nelson Ivan Petzold para a empresa Hercules, em 1973, e que foram vendidos durante anos na loja do MOMA.⁴¹ Dois objetos consagrados nas terras do bom design, Itália e EUA.⁴²

Nessa escolha estão indícios do tão falado “olhar estrangeiro legitimador”.⁴³ Pois os dois objetos selecionados foram reconhecidos fora do Brasil.⁴⁴

No entanto, é bom avaliarmos estas inclusões, mostrando como a questão do design é problemática, não só na coleção do MOMA (os critérios sobre o que é bom design, produção em massa x artesanal etc.), mas se estende em todas as coleções não monográficas ditas de design, em suma, encontra problemas sérios para uma definição, mesmo quando se circunscreve restritamente o período histórico apresentado.⁴⁵

A poltrona *Mole* é da família do sofá do mesmo nome, criado por Sérgio Rodrigues para atender ao pedido do fotógrafo Otto Stupakoff que tinha estúdio no Rio de Janeiro. Segundo Rodrigues, Stupakoff

Poltrona Mole, Sheriff, para os americanos, Sérgio Rodrigues, 1957.

(Fonte: takethemthannottakethem.wordpress.com/page/4/)

prática desses consultores foram rejeitadas em bloco pelos arquitetos e designers modernos.

41 Aqui certamente faz falta um dado relevante: saber se os talheres foram acrescentados à coleção ou se já faziam parte dela, uma vez que eram vendidos pelo MOMA, curiosamente sem o nome dos designers que a projetaram. Talvez tenha sido rastreada pela loja do MOMA, uma vez que a Hercules exportava esse item para os EUA. Assim também há grande controvérsia sobre a poltrona *Mole* de Sérgio Rodrigues. Joice Leal relata que era voz corrente na FIESP que a poltrona integrava a coleção do MOMA, o que nunca ocorreu. Ela levanta a hipótese de a *Mole* ter sido vendida na loja do Museu ou ainda ter feito parte de exposição temporária. De fato, Rodrigues tratou de exportá-la para os EUA, com o nome de *Sheriff*. De qualquer forma, trato aqui da incorporação de dois objetos brasileiros à coleção.

42 O design italiano foi muito promovido nos EUA. Em 1950 foi aberta exposição intitulada *Italy at work* no Museu de Arte do Brooklin, em que a Itália foi apresentada como nação liberta da ditadura e ajudada pelo Plano Marshall. Ver PAVITT, Jane. *Design and the democratic ideal*. In : CROWLEY, David e PAVITT, Jane (ed.). *Cold War modern design 1945–1970*. London : Victoria and Albert Museum, 2008, p. 81. A mostra circulou por 11 instituições nos EUA. O design da Olivetti, segundo a autora, “foi canonizado” pelo MOMA em 1952 e a loja de departamentos Macy’s promoveu uma grande venda de produtos italianos. O design italiano é analisado pela autora como expressivo de consumo individual vinculado a ideais democráticos. A Itália do pós-II Guerra teve seu nome associado a moda, design e luxo.

43 Este é um tema a aprofundar. Parece que há duas questões interligadas: a identidade brasileira dos produtos e o olhar estrangeiro que os legitima.

44 Como também, muitos anos depois, seriam incorporados à coleção da FIESP os produtos laureados no iF, industrie Form, prêmio internacional com sede em Hanôver, onde há importante feira industrial.

45 Até hoje a produção capitalista de massas não eliminou o fabrico artesanal e o manufatureiro. Muito do que se cultuou do design italiano, por exemplo, foi resultado de práticas manufatureiras e artesanais. A discussão do design/prática artesanal foi feita no capítulo 1.

pediu um sofá no qual pudesse “se jogar” em momentos de descanso em seu estúdio. Rodrigues era proprietário da Oca, manufatura de móveis de sua lavra. Este foi o caminho de muitos arquitetos/designers no Brasil dos anos 1950, que se tornaram fabricantes e até mesmo industriais respondendo, segundo contam, à negação dos empresários para que investissem em seus projetos. Estas manufaturas respondiam a demandas das novas classes médias que a urbanização promovia com o crescimento da verticalização. Respondia ainda ao crescimento da arquitetura moderna brasileira, para a qual havia poucas opções de móveis.⁴⁶

O sofá e a poltrona *Mole* têm estrutura de jacarandá maciço torneado, percintas de couro e grandes almofadões que servem de encosto, assento e braços, dando-lhe caráter, se não desconstruído, extremamente confortável e informal.⁴⁷ Impossível fabricá-lo se não de forma artesanal, especialmente nos anos 1950. Mesmo quatro décadas depois, quando a Steelcase International adquiriu a Oca, os móveis históricos de Sérgio Rodrigues passaram a ser fabricados fora da planta industrial, rigorosamente sob encomenda.

Talheres de camping, J. C. Bornancini e N. I. Petzold para a Hercules.
(Fonte: LEON, Ethel. *Design brasileiro quem fez quem faz*. Rio de Janeiro: Senac/V. Mosley, 2005)

Já os talheres de camping, projeto de Bornancini e Petzold, pertencem a outra linhagem, certamente mais próxima de um dos modelos de constituição do design industrial do século xx. É um produto dirigido a um público “anônimo”, ao mercado, foi projetado dentro das especificações da fábrica que o produziu, em aço inox, responde de forma evidente aos ditames do design industrial de reduzir ornamento, matéria-prima, espaço para transporte e estoque. Tem a engenhosidade de dispensar invólucro externo, fazendo dos rebites de um dos talheres a própria embalagem.

Diante desses dois objetos incorporados na coleção FIESP MOMA, somos conduzidos a duas das origens e práticas do design, que podem ter como antecedentes históricos representativos William Morris e Christopher Dresser. O primeiro se torna, ele próprio, um

empreendedor, fabricante das peças que deseja ver produzidas, recuperando, de certa forma, o ideário de conjugar pensar e fazer, pré-raphaelita, o que acaba tornando sua produção cara e restrita; Dresser, próximo do grupo de Sir Henry Cole, apresenta-se como art worker ou art advisor das empresas.⁴⁸

46 LEON, Ethel e MONTORÉ, Marcello. “Brasil.” In: FERNÁNDEZ, Silvia e BONSIEPE, Gui. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo: Ed. Blücher, 2008.

47 Maria Cecília Loschiavo dos Santos considera que a *Mole* caracteriza o design brasileiro por sua informalidade e ainda prenuncia a desestruturação de peças que se contraporiam ao gosto moderno, especialmente a poltrona Sacco, presente nesta coleção FIESP MOMA e que faz parte dos primórdios do design pós-moderno italiano (SANTOS 1995). Esta análise, bastante difundida, não apenas no meio acadêmico, mas também no mundo comercial do design, contribuem, a meu ver, para a ‘aura’ da *Mole*. Discordo de sua análise. Em primeiro lugar, creio que a *Mole* pertence à linhagem dos grandes assentos de conforto – pensemos na peça 670 de Charles Eames, que têm estrutura de matéria prima rígida e estofamento de matéria prima soft (aço e couro, madeira e couro, laminado e couro). Em seguida, creio que falar de um ‘modo brasileiro de sentar’, remete os hábitos ‘brasileiros’ àqueles do relaxamento e da preguiça, da ojeriza ao trabalho ou de possibilidade de jornada flexível de trabalho, caso infelizmente não generalizável, do encomendante da *Mole* e de intelectuais e artistas do circuito ipanemense do pós-Guerra.

48 Esse é o caso de José Carlos Bornancini e Nelson Ivan Petzold, formados em engenharia e arquitetura e que desenvolveram projetos para inúmeras indústrias – de móveis seriados a borrachas escolares, armas e tratores.

Por que a FIESP (ou uma parcela de sua diretoria) quis criar esta referência a partir do MOMA e acrescentou apenas dois objetos reconhecidos mundo afora?⁴⁹ Os dez anos que antecederam esta compra foram marcados por grandes iniciativas na área do design brasileiro, sobretudo em sua faceta industrial.

6 Memória ou história

É no momento de realização de grandes projetos do design brasileiro, concebidos autonomamente, que a FIESP compra a coleção MOMA. Por que a adoção desses modelos estrangeiros?

No catálogo de 1998, o diretor do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), José Rincon Ferreira, diz que:

*As peças da coleção constituem-se memória viva da criatividade humana, capaz de traduzir e sintetizar desejos, condições sócio-econômicas, culturas e inovações tecnológicas, em soluções materiais-formais. Mas, seu maior valor reside, sobretudo, em sua perenidade, não apenas enquanto matéria e formas, mas como o conceito de solução, eterna fonte de inspiração e desafio a superação de novos limites e na quebra de arcaicos paradigmas.*⁵⁰

No mesmo catálogo, José Mindlin afirma:

*Soubemos aproveitar as lições deste acervo, que aponta para a riqueza de linguagens, o sincretismo de concepções formais, a ousadia do ineditismo – algumas peças tornaram-se clássicos do design, definindo novos caminhos e tendências e principalmente, estimulando a criatividade.*⁵¹

E acrescenta:

*É importante lembrar que esta seleção de objetos foi elaborada pelos curadores do Museu de Arte Moderna de Nova York e reflete a qualidade e a diversidade dos objetos colecionados ao longo de décadas pelo Departamento de Arquitetura e Design daquele museu. Os critérios utilizados foram a utilidade, a qualidade e o significado histórico de cada peça. É significativa a inserção desta mostra na inauguração do Centro Cultural FIESP, um novo espaço que veio dinamizar a contribuição da indústria nessa área e resgatar as fontes desse engajamento, como comprova o conjunto de peças que estão abertas à visitação pública.*⁵²

49 As informações desse período constam de diversos textos da autora, especialmente de sua bibliografia. Ver, da autora, *Design brasileiro quem fez quem faz*. Rio de Janeiro: Senac/Viana Mosley, 2005; *Memórias do design brasileiro*. São Paulo: Senac, 2009; e, em co-autoria com Marcello Montore “Brasil.” In: FERNÁNDEZ, Silvia e BONSIEPE, Gui. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo: Ed. Blücher, 2008. E estão relacionadas no capítulo 3 desta tese.

50 FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Centro Cultural FIESP. *The Museum of Modern Art, New York, Design*. [São Paulo, 1998], p. 51.

51 *Ibidem*. p. 5.

52 *Ibidem*. p. 5.

A partir desses textos, mirando o catálogo da exposição de 1998⁵³, é possível discutir o tema da memória e da história, tentando entender a operação de compra da coleção e os desejos da diretoria da FIESP. Há neles uma dinâmica entre visões de passado e futuro; entre reconhecimento de uma instância – o MOMA – com atribuições inegáveis de julgamento de valor.

O conceito de memória coletiva, de Maurice Halbwachs e o contraponto que esse autor estabelece entre memória e história são valiosos para esta empreitada.⁵⁴ Segundo Halbwachs, a memória – que é sempre coletiva – se distingue da história; é corrente de pensamento contínuo e não artificial, pois mantém do passado o que ainda está vivo. Na memória coletiva não há linhas de separação nitidamente traçadas. Há várias memórias coletivas, no plural, o que também as distingue da história.

Já a história se coloca fora dos grupos e acima deles, operando divisões simples. Cada período é um todo independente do anterior e do seguinte. A história seria a memória universal do gênero humano. Mas não há memória universal. Toda memória coletiva tem como suporte um grupo limitado no tempo e no espaço.

A história simboliza em algumas mudanças bruscas e lentas evoluções coletivas. Já a memória coletiva retém as semelhanças. A história começa onde termina a tradição. A memória coletiva é o grupo visto de dentro, enquanto a história são os grupos vistos de fora.

Desse ponto de vista, que tipo de aquisição foi esta? Uma coleção “histórica”, pois como enfatiza José Mindlin, está apoiada nas qualidades individuais de cada objeto e também em sua significação histórica.

Ou uma memória, que significou para expressivas práticas do design europeu, norte-americano e brasileiro uma continuidade, a formação de certas linhagens, de paradigmas baseados nas experiências que dialogaram entre si: a das cadeiras Thonet com os móveis tubulares dos anos 1920, não só dos bauhausianos e de Le Corbusier/Charlotte Perriand/Pierre Jeanneret, como de muitos outros projetistas e fábricas⁵⁵; a dos móveis tubulares dos anos 1920 com as experiências de laminados do finlandês Alvar Aalto; a produção desses laminados com o chamado *organic design* realizado pelo casal Eames e por Eero Saarinen. A releitura que os próprios ex-membros da Bauhaus fazem de sua produção de aço tubular e de perfis de aço, já nos Estados Unidos e a produção de empresas comprometidas com o *International Style* como a Herman Miller e a Knoll.

Se existe uma memória do design, certamente ela foi transmitida pela continuidade de atuação e pelas heranças formais reconhecidas por alguns dos representantes da Bauhaus que fizeram escola nos Estados Unidos, entre os quais Walter Gropius, Mies van der Rohe, Lazlo Moholy-Nagy, Josef e Anni Albers, Marcel Breuer. E pela institucionalização operada por uma série de exposições que, desde a mostra *Machine Art* de 1932, trataram de estabelecer paradigmas de *good design*, nome de exposições realizadas pelo MOMA entre 1950 e 1955, que continham muitos dos itens presentes na mostra FIESP MOMA.

Também pelos redesenhos e novos contratos estabelecidos entre criadores e novas empresas fabricantes, caso de móveis de Breuer, fabricados pela empresa italiana Dino Gavina e que receberam, inclusive, novos nomes. Muito do vocabulário dos móveis tubulares dos anos 1920 foi adaptado por

designers e também pelo próprio MOMA, que refez, algumas vezes, o estofamento da cadeira *Barcelona*, de diferentes maneiras. Desta forma, forjou-se uma espécie de estilo Bauhaus, reunindo peças de diferentes origens e igualando preocupações singulares, como comenta George Marcus⁵⁶: a obsessão de Mies por materiais e luxo; as questões da produção em massa de Breuer e o foco em padrões de Le Corbusier tornaram-se equivalentes num sentido simplificador – de austeridade e monocromatismo.

Nenhuma destas mudanças vem à baila nas exposições do MOMA e menos ainda na mostra FIESP/MOMA.

Esta memória que incorpora lacunas e mudanças, como Halbwachs diz acontecer com qualquer memória coletiva, teve uma espécie de genealogia construída por Nikolaus Pevsner, cujo trabalho *Os pioneiros do desenho moderno*, de 1936, já mencionado, foi reeditado pelo MOMA em 1949. A construção dessa história do design vincula a Inglaterra (via *Arts and Crafts*) à Alemanha (*Deutscher Werkbund* e *Bauhaus*) cujas tradições foram herdadas pelos Estados Unidos.

Se existe uma memória coletiva no design que se reafirma nos Estados Unidos, por meio de inúmeros agentes e de constante atualização de objetos, ela se escora num relato historiográfico que constrói uma tradição de linha única.

Nessa perspectiva, a contribuição de Pierre Nora (1993) se faz decisiva, para entender o problemático trânsito entre memória e história que se realiza no interior do próprio MOMA e dos agentes que ele privilegiou: arquitetos e designers responsáveis pelo Alto Modernismo.⁵⁷

Para Nora, a memória é a vida, sempre carregada por grupos vivos e está

*Em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repentinas revitalizações.*⁵⁸

Já a “história é a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais. A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; a história uma representação do passado”⁵⁹.

Para Nora, a memória é aquela transmitida no hábito, ofícios por meio dos quais se transmitem os saberes do silêncio, saberes do corpo. Já a memória voluntária e deliberada é vivida como dever e não mais espontânea. Esta tem necessidade de suportes exteriores, porque não é vivida em interior.

Pode-se pensar esta memória viva de que fala o catálogo como um lugar de memória construído e reconstruído a partir de uma referência que buscou a genealogia do movimento moderno, encontrando-o numa vertente das chamadas artes decorativas inglesas (*Arts and Crafts*). Assim faz o texto de Nikolaus Pevsner; mas também as inúmeras mudanças operadas nos objetos que a própria coleção guardou e cujo caso mais conhecido é o da cadeira *Barcelona* de Mies van der Rohe. Esse objeto onipresente nas histórias do design foi sujeito a inúmeras modificações, tanto no perfil em X de sua estrutura

⁵⁶ *Ibidem*. p. 149.

⁵⁷ NORA, Pierre. “Entre Memória e História: a problemática dos lugares”. *Projeto História*. São Paulo: PUC, n. 10, pp. 07–28, dezembro de 1993.

⁵⁸ *Ibidem*. p. 9.

⁵⁹ *Ibidem*. p. 9.

⁵³ Difícil dizer se a exposição de 1998 conservou os mesmos objetos daquela de vinte anos antes, quando foi comprada. Já vimos que certamente uma peça foi acrescentada, visto que é de 1994.

⁵⁴ HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

⁵⁵ MARCUS, *op. cit.*, p. 94–144.

– que mudou de material e também de espessura, quanto na matéria-prima, na forma e cor final de seu revestimento. Como bem explica George Marcus, o visitante do MOMA vê uma Barcelona genérica, não a “original” feita para o pavilhão alemão da Exposição de Barcelona de 1929 nem a que o próprio Mies autorizou ser produzida pela empresa Knoll nos anos 1950.⁶⁰ Vê uma Barcelona híbrida, modificada pelo próprio Museu, sem que o visitante seja informado destas modificações.

Desse modo, pode-se pensar aí no papel do Museu mais como formador de certo gosto do que como seletor de um tipo de produção que, pelas inovações (levar o aço para os interiores, não distinguir espaços domésticos e de trabalho, preceitos do movimento moderno) seria passível de escrutínio pelos estudiosos.

Desde a mostra Machine Art, o MOMA se prestou a construir uma história, a partir de certa reconfiguração da memória. Nesse sentido, pode-se dizer que sua coleção comporta o conceito de lugar de memória do design moderno.

É possível entender a coleção do MOMA como lugar de memória, na acepção de Nora, para quem há uma espécie de equilíbrio instável, em nossa época despossuída de memória e plena de revisões historiográficas, de onipresença da história e dos historiadores. O autor francês diz que o que constitui os lugares de memória “é um jogo de memória e história, uma interação dos dois fatores que leva a sua sobre determinação recíproca. Inicialmente, é preciso ter vontade de memória” ⁶¹.

Desse modo, a operação de montagem da coleção de design do MOMA é passível de ser entendida como lugar problemático de memória. Muitos dos autores de seus objetos defendem posturas e atuam na área eleita pelos diretores e curadores do Museu como a do bom gosto highbrow, aquele que se distingue com clareza do gosto da grande maioria norte-americana, de classe média, cujas predileções foram tachadas de kitsch. A estratégia de consolidar esse gosto intelectual se afinou com as opções de grandes empresas internacionais de petróleo, computadores, bancos e grandes negócios mundiais de comunicações que floresceram especialmente no período posterior à II Guerra Mundial.

7 Sentido universalizante

A curiosidade, aqui, é entender qual sentido esta coleção teve para o Brasil e mesmo para a Federação das Indústrias de São Paulo naquele preciso momento. Como já descrito, o Brasil acabava de passar por período em que o design fora convocado a atuar em esferas produtivas e de serviços da maior relevância. Metrô, cidades, Petrobras etc. não inauguraram as atividades autodenominadas de design no Brasil, mas se seguiram a anos de práticas profissionais. O forminform, criado em 1958, foi o primeiro escritório a autodenominar-se desenho industrial do país; e as escolas, como o grupo de disciplinas de Desenho Industrial na FAU/USP, de 1962, e a ESDI, de 1963, o Mackenzie e a FAAP já existiam nesse momento.

⁶⁰ A história das sucessivas produções da *Barcelona* é contada detalhadamente por George Marcus, *op. cit.* Como a cadeira não tinha patente, foi reproduzida – e melhorada – por Gerry Griffith que conseguiu fabricá-la em aço inoxidável em meados dos anos 1950, enquanto a Knoll só introduziu o aço inox em 1964. É curioso perceber que o oligocromatismo da produção de Mies e de Breuer, especialmente, só remontam ao pós-guerra, pois nos anos 1920 e 1930 havia grande variedade de cores dos assentos e encostos das cadeiras tubulares.

⁶¹ NORA, Pierre. *op. cit.*, p. 23.

Em 1976, quando esta aquisição foi realizada, já havia certo lastro da atividade no Brasil e uma memória, justamente uma memória coletiva e não uma memória problematizada pela história. Memória porque incorpórea, porque se baseava nos feitos e numa espécie de transmissão oral de preceitos profissionais. Havia sobreposição dos poucos nomes que formavam os escritórios, lecionavam nas escolas e lideravam associações profissionais.⁶²

A possibilidade de fazer balanço crítico do design brasileiro foi demonstrada por Pietro Bardi e Lina Bo Bardi apenas três anos depois da compra da coleção do MOMA pela FIESP. Embora alguns dos itens mencionados acima não estivessem presentes nesta exposição, ela, no entanto, foi muito mais abrangente, listando várias gamas de produtos industrializados.

Qual seria, então o papel desta coleção FIESP/MOMA?⁶³ A aquisição dessa coleção opera uma espécie de compra de memória material, que teria função de modelo formal, em outras palavras, operando na esfera do good design, ou do gosto.

Luiz Diederichsen Villares ex-membro do Conselho Internacional do MOMA, diretor fundador FIESP/CIESP – Detec, assim se manifesta por escrito no catálogo da mostra de 1998:

A coleção de objetos de design do MOMA, cuja réplica foi enviada ao Brasil para a abertura do Núcleo de Desenvolvimento Industrial da FIESP/CIESP em 1979, foi criada numa época em que se acreditava no trinômio funcionalidade, beleza e economia como sendo as bases de um bom desenho industrial.

*Foi essa necessidade de desencadear um processo onde o contato serviria de estímulo, por meio da presença física dos objetos, que nos levou a trazer para o Brasil, em definitivo, o acervo desta exposição. Confiamos, na época, na vocação internacional do Brasil, país que sabre assimilar influências externas e desenvolver produtos elaborados próprios.*⁶⁴

Parece ser esse o desejo da diretoria da FIESP, mas se essa vontade resultou em alguma mudança teria de ser provado por pesquisa.⁶⁵

As dificuldades de realizar esta pesquisa seriam grandes, dado o desinteresse, até os anos recentes, de as empresas arquivarem seus documentos. As dificuldades de levantar a produção (e os projetos) das empresas já foram agudamente sentidos pela autora, inclusive na fábrica Móveis Teperman, que não guardou um só registro de sua história de cerca de 80 anos!

Para a historiadora Maria Eulália Lobo,

⁶² BRAGA, Marcos da Costa. *Organização profissional dos designers no Brasil: APDINS-RJ, a luta pela hegemonia no campo profissional*. Tese de Doutorado em História Social – PPGH/Universidade Federal Fluminense. Niterói, UFF, 2005.

⁶³ Tenho feito a pergunta a diversas pessoas, a alguns industriais, a intelectuais... A resposta tem sido geralmente uma variação da seguinte: “não há papel algum, não há sentido algum...”, o Mindlin se interessou, conseguiu bom preço e pronto”.

⁶⁴ FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Centro Cultural FIESP. *The Museum of Modern Art, New York, Design*. [São Paulo, 1998].

⁶⁵ Seria pertinente examinar até que ponto esta coleção se torna uma referência para as empresas brasileiras de bens de consumo. Esta seria uma pesquisa importante, a ser feita com base em ampla documentação das indústrias brasileiras dos setores abarcados pela exposição.

*As fontes empresariais no Brasil foram por longo tempo abandonadas. Somente as oficiais eram preservadas nos arquivos públicos. É muito comum as empresas destruírem os documentos mais antigos ou deixarem-nos sem qualquer critério de classificação, acumulados em depósitos. A regra geral é criar dificuldades de acesso à documentação.*⁶⁶

Como diz Julio Katinsky:

*Uma fonte preciosa de informações para caracterizar o desenho industrial brasileiro é o conjunto de catálogos comerciais produzidos ao longo pelo menos das quatro últimas décadas. Mas nem os próprios industriais, nem os historiadores se preocuparam em colecioná-los. Acresce a tradicional desconfiança existente em São Paulo entre homens “práticos” (industriais, comerciantes) e “teóricos” (“poetas” – “intelectuais”), fazendo com que esses dois termos de uma mesma realidade social e econômica se apresentem como dois mundos estanques e independentes.*⁶⁷

No entanto, seria uma pesquisa importante, não só ancorada na comparação com os objetos da coleção FIESP/MOMA, mas para levantar e entender questões das escolhas empresariais frente ao design.

As ações do Estado brasileiro, no período, apontam para uma inserção do design industrial como prática visando à modernização, ao desenvolvimento de áreas tecnológicas, necessárias numa sociedade que mudava rapidamente, com urbanização acelerada, criação de mercados internos de bens de consumo duráveis e grande expansão da indústria cultural.

Nesta última área, como mostra Renato Ortiz em seus trabalhos (1985 e 1998), o Estado foi decisivo ao implementar políticas e tomar iniciativas nas áreas de infraestrutura aproveitadas pelas empresas privadas, caso do cinema, da televisão, do mercado editorial etc.⁶⁸

Qual seria a postura dos empresários, sobretudo daqueles ligados a indústrias de bens de consumo? No catálogo da exposição de 1998, os discursos expressavam posições de momento econômico e político muito distinto daquele de 1979, quando se vivia o II Plano Nacional de Desenvolvimento, resultado de longo período de crescimento da economia brasileira.

É bem possível que, no quadro da modernização/internacionalização que o Brasil vinha vivendo, a compra desta coleção, a incorporação de duas peças brasileiras premiadas no ‘Primeiro Mundo’ tivessem o sentido de realizar simbolicamente uma espécie de atualização do universo cultural. Essa atualização poderia informar tendências formais dos bens de consumo. É como se a FIESP nos colocasse na rota internacional, não por incentivar qualquer tipo de cópia, já que José Mindlin não se cansava de repetir que deveríamos fugir das cópias e criar uma identidade brasileira para nosso design. Partilhávamos,

então, um sabor das proposições do gosto oferecidas pela mais reconhecida instituição de arte moderna, arquitetura e design do mundo.

Se assim entendemos esta aquisição, podemos admitir nela a cadeira artesanal de Sérgio Rodrigues, como resultado de uma visão de “bom design”. Se um arco de madeira faz parte da coleção, por que não a poltrona de madeira e couro premiada na Itália e exportada para os Estados Unidos?

Nos anos 1970, houve exponencial crescimento da indústria cultural brasileira e também das empresas de publicidade de capital brasileiro⁶⁹; “a cultura brasileira passa a integrar o mercado ajustado agora aos padrões internacionais”, diz Ortiz.⁷⁰

Se a coleção FIESP/MOMA integrou em 1998 dois elementos projetados e produzidos no Brasil, embora tenha deixado de lado vasta produção estratégica, pode-se pensar no impulso modernizador que, se fazia que a produção cultural brasileira passasse a disputar mercado no mundo (caso das telenovelas), poderia estender esta preocupação para os bens de consumo duráveis.

Em 1998, vários dos textos falavam da preocupação exportadora, da consolidação da Marca Brasil, do Programa Brasileiro de Design, iniciativas que procuraram (e procuram), sobretudo, melhorar a competitividade dos produtos brasileiros no exterior, já em pleno período da chamada globalização e da vitória do modelo neoliberal. Nesse sentido, esta aquisição se coaduna com a sempre presente vontade de exportar, tão cara aos industriais brasileiros, que costumam recorrer ao mercado externo, quando o mercado interno tem problemas.⁷¹

8 Coleção FIESP/MOMA: semióforo intermitente

A coleção FIESP/MOMA apresenta uma questão particular para que seja estudada sob o conceito de semióforo, de Krzysztof Pomian, referência nos estudos museológicos.⁷² Uma das características essenciais do semióforo é estar exposto ao olhar.

Ora, a coleção da Federação das Indústrias, adquirida em 1976, passou a maior parte de seu tempo escondida do público e mesmo dos estudiosos ou técnicos da instituição. Ela foi exposta a partir de novembro de 1979, no Palácio Mauá, sede da FIESP no Viaduto Dona Paulina, centro de São Paulo. Aí, foi considerada uma espécie de subsede do MOMA, como se depreende do texto-legenda de fotos de um dos folhetos do NDI-CIESP.⁷³ As fotos da exposição são descritas como “exposição permanente do MOMA-design do Museu de Arte de Nova York na sede do NDI-CIESP, em S. Paulo”.

Depois de algum tempo, cerca de dois anos, relata Joice Joppert Leal, a coleção foi encaixotada numa unidade da FIESP na Barra Funda. Mais tarde, esse acervo foi para o Senai, na Avenida Paulista. E, depois, para o prédio central da Federação, onde ficou guardada.

69 ORTIZ, *Moderna tradição brasileira*, op. cit., p. 197.

70 *Ibidem*. p. 205.

71 Cleber Aquino apud LOBO, *op. cit.*, p. 237.

72 POMIAN, Krzysztof. “Coleção”. In: *Enciclopédia Einaudi*. Volume I. Lisboa: Casa da Moeda, 1997.

73 CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Núcleo de Desenho Industrial. *Núcleo de Desenho Industrial*. [São Paulo, 1981].

66 LOBO, Maria Eulália L. “História empresarial”. In: CARDOSO, Ciro Flammarion e VAINFAS, Ronaldo (orgs.). *Domínios da história*. Ensaios de teoria e metodologia. Rio de Janeiro, Ed. Campus, 1997.

67 KATINSKY, Julio Roberto. *Desenho Industrial no Brasil meados do século XIX até 1970*. Fundação João Moreira Salles, março-agosto 1979, mimeo. Esse texto seria publicado posteriormente com cortes em ZANINI, Walter. *História Geral da Arte no Brasil*, v.2. Instituto Moreira Salles. São Paulo, 1983.

68 ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira & identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 2009; e, do mesmo autor, *Moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

Houve gestões da chefe do Departamento de Tecnologia, auxiliada pelo empresário Ricardo Semler, para conseguir uma sede própria para a coleção. Três ou quatro importantes casas pertencentes ao Estado foram aventadas e quase obtidas para esse fim: a Casa das Rosas, na Avenida Paulista, a Casa Modernista de Gregori Warchawchik, na Vila Mariana; um casarão tombado na Avenida Higienópolis.

Em 1995/96 vagou um dos andares da pirâmide da FIESP na Avenida Paulista e a coleção foi ambientada lá e aberta ao público em 1998. Segundo Joice Leal, colaboraram para esse fato os acordos da FIESP com o Programa Brasileiro de Design (PBD) estabelecido no Ministério da Indústria por Dorothea Werneck na gestão de Carlos Eduardo Moreira Ferreira como presidente da Federação.

Em 1998, quando foi inaugurado o espaço expositivo, foi preciso recuperar os objetos, de acordo com Joice Leal e Cyntia Malaguti. Segundo elas, várias das peças guardadas nos depósitos da FIESP haviam sumido, outras estavam quebradas. Além de José Mindlin, Milly Teperman encampou esse esforço de recuperação. Ambos entraram em contato com as indústrias – pois a maioria dos objetos estava em produção – para repor os itens danificados ou desaparecidos.

O Centro Cultural da FIESP foi aberto em 1998. Desde 1997, quando começou a reforma do espaço, houve interesse da parte do NDI/Detec que essa mostra ocupasse o espaço principal. No entanto, ela acabou sendo apresentada numa espécie de *mezzanino* posterior e não na sala frontal da FIESP.

Depois de desmontada, as peças voltaram a ser guardadas e tornaram a ser expostas em 2006, em exposição organizada por Cyntia Malaguti no espaço nobre da FIESP. A exposição constou de duas “alas”. A primeira se compunha dos objetos da coleção FIESP/MOMA. A segunda foi formada por peças brasileiras premiadas no *industrie Form*, de Hanôver, prestigiado prêmio internacional de design.

Não consegui levantar qual foi o tempo total de exposição desta coleção e calculo que ela foi aberta ao público durante, no máximo seis anos. Esse ocultamento da coleção contraria o acordo estabelecido com o MOMA que exigia a mostra permanente e também a peregrinação de partes do acervo que deveriam ser exibidas em outras cidades brasileiras.

Trata-se, portanto, de uma espécie de semióforo intermitente. É muito diferente de coleções de pintura e escultura ou de objetos do cotidiano que se prestam a políticas expositivas das instituições museais, mantendo muitos itens (às vezes até a grande maioria) de seu acervo guardado fora da vista do público. Mal ou bem, há como o público saber disso, pois o Museu organiza visitas a peças restauradas ou divulga que tais obras serão emprestadas a outras instituições. Existem catálogos extensivos e explicativos das coleções e documentos que datam suas origens.

Aqui a inteira coleção entra em cena rapidamente e é retirada e esquecida durante longos anos. Existem dois catálogos impressos, um de 1979 e outro, da exposição de 1998, não tem data e expõe ao menos uma peça acrescentada ao acervo.

Parece problemático reduzir a análise das coleções museais de design aos termos propostos por Pomian, uma vez que os objetos expostos são réplicas de itens que estão acessíveis no mercado, vale dizer, sua “aura” não é aquela do objeto único, característica das coleções de pintura, de escultura e mesmo de algumas das artes decorativas.⁷⁴

74 Piso em campo minado. Algumas das coleções de artes decorativas trazem, por exemplo, vasos de manufaturas de vidro... daí a possível exclusividade, mesmo que algumas das peças sejam quase idênticas a outras, o que não ocorre com os impressos, por exemplo, cartazes Art Nouveau de cromolitografia, rigorosamente iguais.

A “aura”, se podemos usar o termo, é outra. No caso dos museus de design (ou de artes decorativas que compreendem design), existem alguns propósitos, a meu ver, muito bem demarcados, sobretudo nos museus empresariais surgidos nos anos 1990/2000. No caso, tais museus respondem a estratégias de valorização da marca das empresas. Outros repetem versões da história que tendem à hagiografia de um grupo de designers. Há também os museus que constroem reflexão contemporânea sobre o design, entendido em sua faceta efêmera, vinculada ao mundo da moda. E ainda os que têm empreendido (caso do Victoria and Albert, exemplarmente) magníficos trabalhos críticos de pesquisa sobre certos períodos, entendendo o design como atividade que faz parte de uma antropologia do cotidiano, caso da exposição *Cold War Modern*, comentada no capítulo 2.⁷⁵

Não é o que acontece com as mostras desta coleção, que na última exposição foi chamada de Segredos do Design, e que, a meu ver, poderia ser batizada de *Segredos da FIESP*, tão longo período fica escondida.

Talvez o motivo desse esconde-esconde esteja fora da própria coleção e possa ser compreendida pelas lutas de poder na FIESP. Segundo Joice Leal, foi na gestão de Horácio Lafer Piva que o Departamento de Tecnologia foi desmontado, o acervo do NDI e sua biblioteca se dispersaram e perderam. “Foi um período completamente desfavorável para o design”.⁷⁶

Gostaria de identificar questões nem mesmo mencionadas que parecem fundamentais para a investigação da questão do gosto nesta coleção e na postura de, ao menos, alguns dirigentes da FIESP. Aqui amplio a hipótese que formulei em meu mestrado sobre o IAC, Instituto de Arte Contemporânea, primeira escola de design no Brasil. Esta coleção foi adquirida a partir da iniciativa de empresários ilustrados (José Mindlin, Dílson Funaro e Luiz Villares), que também foram responsáveis pela abertura do Núcleo de Desenho Industrial da Federação. Os três eram membros da sociedade de amigos do MOMA. Dílson Funaro era proprietário da Trol, fábrica de brinquedos e artefatos plásticos. Luiz Villares era diretor da empresa Villares e cuidava pessoalmente da coleção de obras de artistas concretos. José Mindlin era bibliófilo e amigos das artes.

Também entre nós, certamente, o chamado desenho industrial se exerceu em fábricas. Há inventores de escorredores de arroz, sandálias havaianas, engenhosos fechos de embalagens, máquinas e utensílios e tantos outros produtos no Brasil. Mas o design enquanto ação que incorpora a alta cultura (no caso, o *International Style*) a serviço do desenvolvimento técnico industrial é, muitas vezes, desencadeada por membros de nossa elite econômica e intelectual. Creio que caberia explorar em pesquisa este lugar dos empresários cultos relacionando-os com o design brasileiro.

Tanto a Metal Leve quanto a Villares tiveram suas identidades corporativas projetadas por designers de formação superior, Alexandre Wollner e Cauduro & Martino, respectivamente. O desenho industrial, para eles, remetia à representação da empresa, sua imagem. A Metal Leve, fabricante de

75 Raimonda Riccini, que pesquisa teoria dos objetos e musealização do design, cita a passagem de um colecionismo de peças únicas a um colecionismo de objetos comuns como correspondendo à passagem de um colecionismo “nobre” a um colecionismo “democrático”. RICCINI, Raimonda. “Diseño y teoría de los objetos”. In : FERNÁNDEZ, Silvia e BONISIEPE, Gui. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo: Blücher, 2008.

76 A observação da entrevistada pode, eventualmente, ser lida como luta de interesses dentro da FIESP. De 1997 até 2002 foi realizado na Federação, sob a presidência de Horácio Lafer o Prêmio Ecodesign. Em 2003 foi lançado catálogo dos três prêmios, com introdução de Lafer. O NDI teve história tortuosa, e foi desligado da Federação, passando a se chamar Centro São Paulo Design.

componentes industriais, não teria muitos motivos para ter designers no chamado chão de fábrica. A Villares desenvolveu design interno e teve a assessoria do escritório Cauduro&Martino para projetar cabines de elevadores, como a ML Atlas, de 1984.

Ao pensar esse lugar cultural de herdeiros vinculados à cultura, temos de lembrar de Ema Klabin, dirigente do grupo empresarial Klabin, cujo papel como colecionadora de artes e anfitriã tornou sua vida uma espécie de tarefa contínua de relações públicas.⁷⁷ Também é possível pensar no casal Crespi Prado, dono do palacete que hoje serve de sede ao Museu da Casa Brasileira, de que trato no capítulo 5. A residência do casal cumpria funções protocolares do homem público.

Aqui, no caso, temos a situação de herdeiros, homens, que têm um posto na empresa familiar, mas que são liberados de pesadas tarefas administrativas e investem noutro tipo de acumulação, a simbólico-cultural.

9 Museus empresariais

A iniciativa de comprar a coleção MOMA para a FIESP é bem anterior à febre de museus empresariais que surgiram a partir dos anos 1990 e que se conjugaram com as iniciativas de fundar centros de documentação de suas próprias histórias, publicando livros e promovendo outras iniciativas do gênero.

Alguns dos museus empresariais de design foram fundados quando empresas foram compradas por grandes grupos ou deixaram de ser empresas familiares. O museu se tornou assim componente de uma narrativa que individualiza a história empresarial. Diante do anonimato dos conselhos de acionistas; de gestões empresariais que substituem linhagens familiares; de *call centers* que se tornam a voz anônima das empresas, foi preciso criar marcas, identidades corporativas e um conjunto de ações que dessem nomes pessoais às empresas. Dona Benta, o avô da Bauducco e outros personagens constituem esse esforço de “*story telling*” das grandes corporações do modelo pós-fordista.

No período fordista, as grandes corporações eram marcadas por identidades geométricas ou formas estilizadas de objetos reconhecíveis. Lembremos da IBM ou da Shell. Na era do branding, é preciso criar outros meios de reconhecimento e mudar as estratégias corporativas, englobando a criação de histórias particulares e heroicas.

É nesse contexto que surgem os museus de empresas de design. É também nesse período que muito da produção industrial começa a migrar para as costas do Oceano Pacífico e que o ‘*core*’ das empresas se resume a seus centros estratégicos e de marketing.

Consolidadas como museus, as coleções como estratégia mercadológica também abrem a comunicação institucional entre museus oficiais e empresas. Desse modo, encontramos exposições de empresas em espaços museológicos consagrados, como mostras da Kartell no Beaubourg, por exemplo, ou do Ikea na *Pinakothek der Moderne* etc.

Alguns exemplos de museus empresariais da área do design são o Museu Alessi, da companhia Alessi – empresa de 1929, revigorada nos anos 1980 com a intervenção de designers pós-modernos (Alessandro Mendini como curador) e que trabalha com produtos para mercados saturados. Sua

produção, a partir dos anos 1980, exerce crítica frontal ao funcionalismo. Seus produtos são ornamentados à exaustão, configurados ironicamente, num primeiro momento, infantilmente em seguida, de forma antropomórfica ou zoomórfica, mantém narratividade referenciada no kitsch.

O Museu fundado em 1999 tem 550m² e funciona como “arquivo operativo” das atividades internas. Apresenta 20 mil itens – protótipos não fabricados e objetos fora de produção subdivididos por categorias de uso. Onze mil desenhos, 30 mil fotos, publicações monográficas, jornais e catálogos. A expografia é de Alessandro Mendini. Segundo definição interna, “é também um museu de artes aplicadas e desenvolve as funções típicas de conservar, valorizar e promover as coleções”.⁷⁸

Outro museu empresarial é o Museu Kartell 1988/89. A Kartell é uma fábrica de objetos e móveis domésticos de plástico fundada em 1949 e que teve sempre estreita colaboração de grandes nomes do design italiano.

A área expositiva é de 2 mil m² – para mais de mil produtos, desenhos, fotos, catálogos, protótipos. A exposição tenta consolidar os objetivos da empresa que são: sedimentar o plástico no ambiente domiciliar, substituir o vidro por plástico nos laboratórios, levando o prestígio do design italiano ao mundo. A Kartell participou da exposição *Italy: the new domestic landscape*, do MOMA em 1972 com três protótipos de propostas de habitação desenhados por Gae Aulenti, Ettore Sottsass e Marco Zanuso.

Thonet é mais um dos museus empresariais. A fábrica tem mais de 150 anos e é onipresente nas diferentes histórias do design. Sua cadeira modelo 14, marco da produção industrial, antecipou o *Art Nouveau*. A fábrica em Frankenberg, na Alemanha, é de 1889 e o museu foi aberto lá em 1989. Referência de grandes nomes do design mundial – manteve permanente contato com os modernistas. De Mart Stam, Marcel Breuer a Richard Sapper e Enzo Mari. Suas peças fazem parte de acervos permanentes dos museus de design. Há grande exposição permanente na Pinakothek der Moderne em Munique, peças no Victoria e Albert, no MOMA, no Museu de Artes Decorativas de Paris etc.

O museu que, apesar de fundado dentro de uma empresa, concorre com o circuito museal institucional é o Vitra. A empresa Vitra tem sede na Suíça e opera em 14 países. Foi fundada como negócio familiar em 1950 e tornou-se uma companhia profissionalizada em 1977. A sede principal do museu fica em Weil-am Rhein, Alemanha, a 30 minutos de Basileia, importante centro museológico. Tem uma segunda sede em Berlim. Inaugurado em 1989, começou colecionando peças de designers importantes na empresa, como Charles e Ray Eames, George Nelson, Alvar Aalto e Jean Prouvé.

O primeiro prédio do conjunto arquitetônico é projeto de Frank Gehry, aliás, seu primeiro projeto na Europa. O Museu se declara próximo a um museu público, do ponto de vista de sua independência e de suas funções. É autossuficiente, recebendo da fábrica Vitra uma suplementação básica anual. Mantém-se com a apresentação das exposições que organiza em museus e centros culturais do mundo. As mostras organizadas pelo Museu, muitas vezes, não partem de seu acervo, as peças são coletadas pelas equipes de curadores junto a empresas, instituições e colecionadores privados. Elas circulam na Europa, nos EUA e no Japão. Joe Colombo, Jean Prouvé, Osamu Noguchi, Design e arquitetura das viagens aéreas, Marcel Breuer, fotos de Alberto Sartoris (relativas à coleção de objetos Vitra), a Poética do Objeto Técnico, Cultura Doméstica no Mundo Árabe, Ingo Maurer, Verner Panton, Charles e Ray Eames, foram temas de suas realizações.

⁷⁷ A vida de colecionadora e anfitriã de Ema Klabin está contada em COSTA, Paulo de Freitas. *Sinfonia de objetos*. São Paulo: Iluminuras, 2007.

⁷⁸ <http://www.alessi.com/en/azienda/museo>. Acesso em janeiro de 2010.

Além de Frank Gehry, os arquitetos internacionais de renome como Tadao Ando, Zaha Haddid, Nicholas Grimshaw e Alvaro Siza realizaram projetos de pavilhões construídos em Weil-am- Rhein, no mesmo lote da fábrica de cadeiras. O Museu adquiriu um domo de Richard Buckminster Fuller e um posto de gasolina pré-fabricado de Jean Prouvé, expostos em seu pátio.

A coleção de cadeiras, base inicial do Vitra, não é mostrada em sua totalidade. Apenas cem peças são exibidas por vez na sede. O Vitra mantém laboratório de conservação e restauro de novos materiais – os plásticos. A coleção deu origem a miniaturas de cadeiras feitas em série e que são vendidas no mundo todo. Como uma empresa comercial, o Museu Vitra tem representantes em várias cidades do mundo.

O Museu de Design de Londres, inaugurado em 1989, é um caso distinto. Situado na South Bank do rio Tâmisa, local que foi objeto de grandes mudanças urbanas, seu financiamento inicial foi da Fundação Conran, criada em 1981 pelos proprietários da rede de lojas *Habitat*. Stephen Bayley primeiro curador, demitiu-se em 1989 e foi substituído por Helen Rees. Bayley protestou dizendo que museu não era feira comercial.

Enquanto arquitetura, o museu é “paradigma do estilo modernista”, segundo Barbara Usherwood.⁷⁹ Tem pequena exposição de design gráfico, duas exposições temporárias e uma mostra permanente do acervo com cerca de 2 mil objetos (dados de 2011).

Segundo Usherwood, suas verbas se compõem da seguinte forma: 1/3 dos fundos vem da Fundação Conran; 650 mil libras do Ministério do Comércio e da Indústria durante o período Thatcher (que desgostou da palavra museu); 100 mil libras do Gabinete de Turismo e uma verba de 20 mil libras da *London Docklands Development Corporation*.

Usherwood denuncia que o *Design Museum* recebeu todas essas verbas ao mesmo tempo em que museus como o Victoria e Albert e outras instituições públicas foram instados a procurar fundos privados. E que também a questão do prestígio parece evidente: Terence Conran põe seu nome junto de Guggenheim, Gulbekian, Getty e outros. Há aqui uma circularidade – o museu promove diretamente as lojas Habitat.

Os empresários podem estudar aí objetos do passado e, se tiverem seus produtos expostos, serão beneficiados com o prestígio. O museu promove seminários para homens de negócios e industriais. A coleção mantém em ordem cronológica fileiras de cadeiras, bicicletas, telefones, rádios e câmeras e uma pequena seção de tipografia.

Na maioria dos museus, as tentativas de contextualizar exposições em coleções permanentes apresentam um problema: as histórias têm de ser fabricadas em torno de objetos que foram coletados arbitrariamente. Aqui isso não deveria acontecer, pois o museu é recente e foi erguido de forma a funcionar explicitamente como Museu de Design, sem qualquer das imbricações com artes decorativas, artes industriais, técnicas etc.

Segundo Douglas Crimp: “A história da museologia é a história de todas as várias tentativas de negar a heterogeneidade do museu, de reduzi-lo a uma série ou sistema homogêneo [...] fé na possibilidade de ordenar o bric-à-brac do museu persiste até hoje”.⁸⁰

Para Usherwood, os problemas desse museu de design é que ele tem o gosto como critério. Para ela, o museu deveria deixar claro que sua seleção é uma das possíveis histórias do design. A primeira exposição temporária *Comércio e cultura* foi curada por Stephen Bayley e propôs o próprio museu como uma fusão positiva entre comércio e cultura.

Esse parece ser o sentido geral dos museus empresariais, mas certamente não o caso da coleção MOMA/FIESP/NDI. Aqui parece ter havido um esforço de construir uma aliança com os designers e com o Estado e defender o desenho industrial para empresários. Só uma ampla pesquisa poderá avaliar o alcance de suas atividades.

No entanto, as duas mostras da coleção do MOMA realizadas em 1998 e em 2008 reafirmaram noções de *good design* em um período em que a história do design como disciplina já constituía importante lastro crítico. A exposição de 2008, ao apresentar apenas os produtos brasileiros premiados pelo iF (*Industrie Form*) mantém a mesma concepção.

Certamente houve uma grande mudança de rota no NDI de seu início, se compararmos às ações posteriores, que caberia investigar em pesquisa específica. Se as mostras museais constroem narrativas, as mostras intermitentes da coleção MOMA da FIESP dos anos 1980 em diante acabaram por festejar o ‘consagrado design internacional’ (aí incluído o brasileiro). A esperança de que os anos posteriores à *Tradição e ruptura* (1984) trariam menos ‘personalismos’, como diz o texto de seu catálogo, não se realizou.

Ao contrário, com a crise econômica, foram fechados ou reduzidos muitos escritórios de grandes projetos; abriram-se lojas/ateliês dedicados à ‘alfaiataria’ de móveis domésticos. A narrativa se completou com a ação do Museu da Casa Brasileira que solapou o entendimento do design como ferramenta estratégica de intervenção na vida da maioria e se manteve no registro da biografia exaltadora, além de ter aberto grande espaço não crítico para o *star system* e a objetística. É o que veremos a seguir.□

79 USHERWOOD, Barbara. “The design museum form follows funding”. In BUCHANAN Richard; MARGOLIN, Victor (orgs.). *The idea of design: a design issues reader*. Cambridge; London: The MIT Press, 1995, p. 257.

80 CRIMP, Douglas. “On the museum’s ruins”. In: FOSTER, HAL. *Postmodern culture*. London: Pluto Press, 1985, apud USHERWOOD, pp. 263–264.

CAPÍTULO 5

MUSEU DA CASA BRASILEIRA: DESIGN NO PROCESSO DE ARTIFICAÇÃO

Uma tradição verdadeira não é o testemunho de um passado transcorrido; é uma força vivente que anima e informa o presente.

Igor Stravinsky

Por que é que seres humanos se submetem às trapaças da história prévia, enquanto meras criaturas veem tudo com seus olhos originais?

Saul Bellow

O sonho do artista é chegar ao Museu seja de que maneira for, enquanto o sonho do designer é chegar aos mercados de bairro.

Bruno Munari

Opor a individualidade à coletividade para resguardar os direitos da individualidade criadora e os mistérios da criação singular, é privar-se de descobrir a coletividade no âmago da individualidade sob a forma de cultura – no sentido subjetivo da cultura ou de Bildung – ou para utilizar a linguagem de Erwin Panofsky, do habitus que faz o criador participar de sua coletividade, de sua época e, sem que esta tenha consciência, orienta e dirige seus atos de criação aparentemente mais singulares.

Pierre Bourdieu

fonte: www.papodevinho.com/2011/08/vi-um-museu-com-grandes-novidades-da.html

1 Caminho sinuoso

O Museu da Casa Brasileira tem, desde 1992, o epíteto de museu de arquitetura e design. Seu prêmio de design se tornou referência nacional no mundo dos designers. Sua história, no entanto não é uma linha reta nesta direção. Para o pesquisador, é grande a tentação de perder-se nos meandros da história, investigando alguns dos debates que precedem a guinada do MCB para instituição voltada a arquitetura e design.

Esta definição se dá, num primeiro momento, com a criação do Prêmio Design do Museu, na gestão do publicitário Roberto Duailibi, de 1985 a 1988. Avança com a direção de Carlos Bratke (1992–1995) e se consolida no período de Marlene Acayaba, (1995–2002), que edita uma publicação comemorativa dos 10 anos do Prêmio.

Minha tentativa, aqui, é de restringir o foco, circunstanciando apenas o passado que permite a construção da nova vocação do Museu. A história do MCB possibilita inúmeras interpretações e a coleta de dados que fiz, com a leitura dos livros de atas de reuniões do conselho diretor, as publicações da própria instituição e algumas entrevistas foi dirigida a perceber os caminhos para a consolidação do design como declarada temática central.

O Museu não é nunca instituição fechada em si mesma, alheia ao próprio debate museal e a demandas sociais outras. Não compartilho de uma visão ingênua de que o destino do MCB como depositário do debate sobre design, arquitetura (e urbanismo?) estaria dado desde sua fundação, que se revela em frases como “Estávamos condenados ao design”.¹

O MCB poderia muito bem ter-se tornado um museu casa e chegou perto disso algumas vezes. Poderia ter sido um museu histórico, um museu do mobiliário artístico, um museu das artes decorativas.

Essa consolidação temática, a meu ver, foi facilitada pela opção de lidar com os objetos domésticos, constantes nas coleções de design de várias cidades do mundo, como tratei no capítulo 2. A confluência do doméstico com a noção corrente de design permitiu que o MCB adotasse o epíteto design com relativa fluidez, sem parecer paradoxal como soaria, se o Museu fosse de telefones, transportes, frascos de perfume etc.

De alguns anos para cá, a mostra permanente do MCB apresenta artefatos domésticos, especialmente mobiliário, dos séculos XVII, XVIII, XIX e XX. Alguns dos itens do século XX estão contidos em definições dos móveis modernos, a partir da pesquisa de Cecília Loschiavo dos Santos² e esta coleção não se choca com as mostras temporárias de design, arquitetura, cidades. Não se trata de um recorte à imagem e semelhança do Centro Georges Pompidou, aberto na mesma época, que expõe objetos modernos e contemporâneos em arte, arquitetura e design bi e tridimensional. Sua proximidade temática está próxima dos museus de artes decorativas, que alinham passado e presente. É o caso do Museu de Artes Decorativas do Louvre, que conciliou as atividades de guarda de artes decorativas e de formação de coleção de design moderno e pós-moderno com a ampliação de seu espaço expositivo em função desta aproximação entre design e doméstico.

1 É desta forma, naturalizada que o site oficial do MCB apresenta a transformação do Museu da Casa Brasileira para o Museu de Design: “A natural evolução do Museu como um espaço dedicado ao mobiliário e às criações em seu entorno justifica o nascimento do Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira, que se torna a mais conceituada premiação de design de produtos no país”. Disponível em <http://www.mcb.org.br/mcbText.asp?sMenu=P001&sOrdem=3>, acesso em 3 de novembro de 2011.

2 SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. *O móvel moderno brasileiro*. São Paulo: Edusp/Nobel/Fapesp, 1995.

2 Pré-história da doação: relações com os Crespi Prado e a Fundação

Em 8 de maio de 1968, a viúva do ex-prefeito de São Paulo Fábio Prado, Renata Crespi Prado, doou por meio de escritura pública à Fundação Padre Anchieta o solar onde residira com o marido, Fábio Prado, ex-prefeito de São Paulo de 1934 a 1938. Com terreno inicial de 72.636m²,³ o solar é uma construção neoclássica de 1200m² erigida durante os anos 1940 e que se prestou a residência do casal da elite paulistana⁴, além de servir-lhe de cenário para a vida pública que manteve até 1963, quando morreu Fábio da Silva Prado e dona Renata deixou o solar.

A doação de dona Renata⁵ foi condicionada ao uso do espaço para fins educativos e culturais. A Fundação, no entanto, alugou o prédio a um bufê.

Em 1970, a Fundação cedeu a mansão ao Governo do Estado de São Paulo, em regime de comodato de 90 anos. E o governo decidiu instalar lá um museu idealizado por Luis Arrobas Martins⁶, secretário da fazenda do Estado.

O Decreto-lei 246, de 29 de maio de 1970, criou o museu que se destinava a “recolher para compra, doação ou empréstimo, classificar, catalogar e expor convenientemente objetos de valor sociológico, histórico ou artístico ligados à cultura brasileira, particularmente paulista”.

O Museu foi batizado, então, de Museu do Mobiliário Artístico e Histórico Brasileiro e funcionou provisoriamente na Alameda Nothman, 485, uma vez que a sede do solar continuava alugada ao Bufê Torres, tradicional empresa de festas de São Paulo.

3 Esse número não corresponde ao que é divulgado pelo MCB, de 15 mil m², (hoje reduzido para a metade). O número foi encontrado em documento anexo a atas do MCB e talvez tenha relação com o *imbroglio* referido na nota 5.

4 O solar Prado retoma a arquitetura que prevaleceu nas obras oficiais do II Império. O modelo de casa teria sido o Palácio de Verão do Imperador Pedro II e sua família, em Petrópolis, transformado em Museu Imperial nos anos 1940. O projeto é do arquiteto Wladimir Alves de Souza. A discussão sobre o projeto petropolitano enquanto cidade branca, alheia aos problemas, ao clima e aos conflitos da capital do Império são muito bem discutidas por MARINS, Paulo César Garcez. “Habitação e vizinhança. Limites da privacidade no surgimento das metrópoles brasileiras”. In: SEVCENKO, Nicolau. (org). *História da vida privada no Brasil. Contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, v. 3, p. 149; e SCHWARCZ, Lília. *As barbas do Imperador*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, pp. 231–245. Foge aos objetivos desse trabalho, mas seria muito interessante entender esta filiação imperial, no momento em que a arquitetura moderna brasileira dá seu grande passo, não apenas com o edifício do Ministério da Educação e Saúde do Rio de Janeiro, mas com as encomendas de residências privadas por parte de estratos da elite brasileira. Fábio Prado, ex-prefeito de São Paulo de 1933 a 1938, foi engenheiro e, como prefeito, avançou o traçado de grandes vias, como a Avenida 9 de Julho (construindo o túnel sob a avenida Paulista) e a Avenida Rebouças. Foi também criador do Departamento de Cultura para cuja diretoria convidou Mario de Andrade.

5 A história desta fundação também precisa ser estudada. Duas fontes que pediram para não serem identificadas disseram que a doação foi praticamente exigida pelo governo do estado, depois que dona Renata teria loteado parte do terreno posterior do solar, de forma completamente irregular, desobedecendo a lei de zoneamento do Jardim Europa e também do tombamento do bairro. Como indícios destas afirmações estão os edifícios residenciais verticais de alto padrão, que ficam nos fundos no MCB.

6 Luis Gonzaga Bandeira de Mello Arrobas Martins (Jaboticabal, 30 de maio de 1920 — São Paulo, 3 de julho de 1977) formou-se na Faculdade de Direito do Largo São Francisco. Ocupou os cargos de Secretário de Planejamento e Secretário da Fazenda durante o Governo Abreu Sodré, e de Chefe da Casa Civil no Governo Paulo Egydio Martins, ambos no Estado de São Paulo. Idealizador do Festival de Inverno de Campos do Jordão, que leva o seu nome, o Museu do Palácio da Boa Vista (aberto ao público em 1970), do Museu da Imagem e do Som e do Museu de Arte Sacra de São Paulo.

O governo do Estado de SP celebrou novo convênio com a Fundação Anchieta em 12 de novembro de 1970 para a instituição do Museu da Cultura Paulista – mobiliário artístico e histórico brasileiro. O segundo decreto mudou, portanto, o foco do museu (de mobiliário para cultura) e sua abrangência – de brasileira a paulista. O debate possível de aprender sumariamente por meio da leitura das atas do Museu não chega a explicitar completamente as razões dessas escolhas.

É bom lembrar que os primeiros anos da década de 1970 foram marcados por grande recrudescimento da ditadura militar e que nesses anos se implantaram muitos museus histórico-pedagógicos com narrativas nacionais que reiteravam o autoritarismo.⁷

Do seu conselho diretor deveriam participar museólogo, historiador, especialista em antiguidades brasileiras e sociólogo. No contrato que regeu a doação, ficou estabelecida a menção obrigatória ao solar Fabio Prado. O comodato se reduziu a 50 anos.

Em março de 1971, um terceiro decreto do governo estadual mudou novamente o nome, agora para Museu da Casa Brasileira, sugestão do diretor, o historiador e jornalista Ernani Silva Bruno, com apoio de Luiz Arrobas Martins contra Paulo Duarte⁸, que insistia na contribuição de São Paulo para a vida nacional.

Bruno empreendia, havia alguns anos, extenso levantamento de objetos e usos das casas paulistas, fichando vocábulos e construindo uma espécie de enciclopédia de usos e costumes do passado. Esse trabalho continuou em seu período de diretor do MCB e foi editado na gestão de Marlene Acayaba, em 2002.

Foi preciso a intervenção do governo estadual para recuperar a posse do imóvel. A gestão dessa recuperação levou mais de um ano, período no qual o Museu teve sede provisória, funcionando com diretoria e conselho diretor.

Desde o início ficou claro que dona Renata Crespi Prado doaria objetos a serem expostos e que o Museu abrigaria uma coleção pertencente ao casal Crespi Prado. Foram mencionadas, nas atas de reuniões do conselho diretor do museu, placas de bronze com dizeres da doação a serem afixadas na fachada. Foram também discutidos os espaços adequados, dentro do solar, para a exposição desses objetos, que incluíam obras de arte.

O conselho diretor do Museu não chegou a acordo sobre questões que envolviam o lugar da coleção Crespi Prado no solar. Foram muitas as discussões em torno da colocação de placas, dos retratos e dos objetos. Em janeiro de 1975 foi criada a Fundação Crespi Prado e dona Renata se tornou presidente

do conselho curador em caráter vitalício. Os objetos sob a guarda do MCB deveriam voltar para dona Renata até sua morte. Depois disso, as peças iriam para a Fundação.

No entanto, não houve exata separação de corpos. Do conselho diretor do Museu participava sempre um ou mais membros ligados à Fundação Crespi Prado. Finalmente, no biênio de 1979/1980, a coleção Fundação Crespi Prado foi fundida com o MCB.

O abrigo da coleção Crespi Prado no Museu; a relação da Fundação Padre Anchieta com o MCB foram questões juridicamente (mas não só) intrincadas. Que espaço a coleção deveria ter no Museu? Como seria exposta? Quais as relações da Fundação com o Museu? Por várias vezes a Fundação acenou com a possibilidade de construir um prédio seu no jardim do solar. Em diversas ocasiões, o conselho diretor do Museu chamou a Fundação às suas responsabilidades na cessão de verbas para a manutenção predial do Museu. As discussões jurídicas em torno de comodato, concessão, uso público, permissão de uso e autorização de uso ganharam páginas nas atas dos conselhos diretores do Museu.⁹

Depois de idas e vindas, em 1996, a Fundação Crespi Prado expôs suas peças no Jóquei Clube de São Paulo, a convite de José Bonifácio Coutinho Nogueira, presidente da Fundação Crespi Prado e presidente do Jóquei, ex-presidente da Fundação Padre Anchieta. Seus membros anunciaram que procuravam local definitivo para o acervo.

Nesse período, José Mindlin era o presidente do conselho curador da Fundação Crespi Prado. Ficou acertado que a Fundação teria espaço no MCB para expor seu acervo composto de prataria (758), porcelanas (524) cristais (117), quadros (50), entre os quais Pedro Alexandrino, Di Cavalcanti, Portinari, Fachinetti, Almeida Júnior e Jean Ranc, móveis (65), tapeçarias (30), livros (38) e condecorações (22).

No livro editado pelo Banco Safra sobre o Museu da Casa Brasileira¹⁰, sua então diretora, Marlene Acayaba, diz que o acervo ocupava “em caráter permanente o andar superior do prédio, onde foram reproduzidos o quarto do casal, a sala de jantar, a sala de estar e a biblioteca”.¹¹

O acervo foi retirado de exposição em junho de 2010 e voltou, com nova configuração, em 29 de setembro de 2012.

Não me proponho a investigar esta relação e seus meandros, uma vez que ela pouco pesa sobre a musealização do design no Brasil. Certamente ela seria alvo de um estudo que continuaria a pesquisa empreendida por José Carlos Durand em seu livro *Arte, privilégio e distinção*, em que estão discutidas

7 Essas hipóteses se aprofundam a partir dos estudos sobre os museus histórico-pedagógicos desse período, como o trabalho de Simona Misan. Segundo a autora, os museus histórico-pedagógicos tinham como objetivos explícitos preservar a história do patrono e da cidade; deveriam servir para as aulas de Educação moral e cívica, enaltecer o passado, sobretudo paulista, e preservá-lo. De toda forma, se tivesse prevalecido a ideia de museu histórico, o MCB se afastaria da trajetória que resultou em Museu de Design e Arquitetura. Ver MISAN, Simona. “Os museus históricos e pedagógicos do estado de São Paulo”. *Anais do Museu Paulista*, vol.16, n.2, São Paulo, Jul./Dez. 2008.

8 Paulo Duarte foi político, historiador, jornalista, memorialista, figura importante nas artes e na inteligência paulistana. Lutou contra o Estado Novo e a ditadura militar, tendo sido atingido pelo AI-5. Foi ligado aos Mesquita de O Estado de São Paulo (depois rompeu com a família) e foi criador, entre outros, do Instituto de Pré-História em 1962, e da revista *Anhembi*. Ver MENDES, Erasmo Garcia. “Paulo Duarte”. *Estudos Avançados*. v.8, n.22, São Paulo Set./Dez. 1994. Disponível também em <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40141994000300018>. Duarte trabalhou com Fabio Prado no departamento de Cultura da Prefeitura de São Paulo, dirigido por Mario de Andrade. Foi líder da Campanha da Escola Pública dos anos 50 e 60. Ver LOPEZ, Adriana e MOTTA, Carlos Guilherme. *História do Brasil: uma interpretação*. São Paulo: Senac, 2008 pp. 682 e 823.

9 Além dos vaia e vens jurídicos da instalação e ocupação do Museu, há toda uma luta de bastidores difícil de depreender das atas. Na reunião de 5 de agosto de 1971, dona Renata Crespi Prado reclama que, segundo o dono do Bufê Torres, pessoas ligadas ao Museu haviam retirado as placas com seu nome e o de Fabio Prado como donatários do Museu, placas instaladas meses antes, na inauguração simbólica da instituição, que continuava sem sede. Silva Bruno retrucou, dizendo que as placas haviam sido retiradas por imposição do dono do bufê. Nesse momento, Paulo Duarte diz ter tido conhecimento que a Secretaria de Turismo tinha a intenção de acabar com o MCB e com o Museu de Arte Sacra e o Palácio de Campos de Jordão (ata de reunião de 5 de agosto de 1971).

10 *O Museu da Casa Brasileira*. São Paulo: Banco Safra, 2002, p. 5. O Banco Safra organizou coleção dedicada aos principais museus brasileiros. Ao conseguir esta publicação, editar dois livros sobre o Prêmio Design e editar as fichas de Ernani Silva Bruno, Marlene Acayaba disse estar consciente de ter elevado o patamar do Museu a uma esfera de reconhecimento institucional. Em entrevista à autora, realizada em 12 de setembro de 2011.

11 *O Museu da Casa Brasileira*. São Paulo: Banco Safra, 2002. p. 5.

algumas das relações privado público nos museus brasileiros.¹² Ou o livro de Regina Abreu, *A fabricação do imortal: memória, história e estratégias de consagração no Brasil*.¹³

De toda forma, está evidente aí um território plástico de público e privado. As escolhas do conselho, as exigências de dona Renata Prado fazem o Museu ser regido por indivíduos, movidos por interesses ou visões de mundo particulares. Aqui caberia rever a noção de público e privado. E passo a me valer da discussão realizada por Chin-Tao Wu que se apoia em John Thompson, Raymond Williams e Jürgen Habermas.¹⁴ O público, segundo Thompson, seria relativo ao poder político institucionalizado, em suma, ao estado. O privado se ater a atividades econômicas privadas a ao domínio doméstico.

Williams mostra como o privado seria sinônimo de participação ou acesso limitado, privativo. E o público seria aberto ou à disposição do público, noção abraçada por Habermas em sua visão de “esfera pública”. A crescente intervenção do Estado da II Guerra Mundial em diante tornou a esfera pública uma de suas responsabilidades. Enquanto o setor privado é composto pelas empresas que têm direito de tomar suas decisões. Wu demonstra como nessa divisão de público e privado passou a existir o chamado terceiro setor, público e privado ao mesmo tempo.

Muitos museus brasileiros são geridos atualmente por essas instâncias. No MCB, a “entidade” de terceiro setor que rege a captação e distribuição de recursos há alguns anos é uma sociedade chamada *A Casa*, com programação própria, de temáticas semelhantes às do MCB. A Fundação Crespi continua a ter presença forte no conselho do Museu. Como as contribuições privadas para a cultura são exercidas em regime de facilidades e isenções fiscais, pode-se dizer que o setor público (estatal) financia essas entidades que repassam as verbas para os organismos do estado.

O MCB parece ter saído, se é que saiu, de uma direção (o conselho diretor) que, muitas vezes, exorbitava seu sentido particular e patrimonialista para atualizar-se no modelo do comando do terceiro setor.

3 O zig-zag: características de cada direção

Depois de examinar atas de reunião do conselho do MCB e muitos outros documentos, vejo que houve várias concepções em disputa. E mais, não há pureza química em cada uma delas. O percurso também não é linear, cumulativo. São vais e vens intrincados, que fazem pesar a instituição de um lado para o outro, desde seu começo.

Os meandros dos objetivos do Museu são muitos, apesar de sua curta existência. As definições que regem suas atividades são várias e contraditórias, mesmo em seu primeiro conselho diretor.

12 DURAND, José Carlos. *Arte, privilégio e distinção: artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil 1855–1985*. São Paulo, Perspectiva, 1989.

13 ABREU, Regina. *A fabricação do imortal: memória, história e estratégias de consagração no Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

14 WU, Chin-Tao. *Privatização da cultura a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80*. São Paulo: Boitempo; SESCSP, 2006. p. 43.

Confrontam-se, muitas vezes, diferentes noções para o Museu, que a pesquisa das atas e algumas outras publicações do MCB tenta evidenciar.¹⁵

1º Período (1970–1979)
Museu da Cultura Paulista – Mobiliário Artístico e Histórico Brasileiro
Museu da Casa Brasileira

Diretor: Ernani Silva Bruno, jornalista, animador cultural.

Desde o começo não há definição sobre caráter do Museu. Museu casa? Em vários momentos desta gestão, inclusive em 14 de agosto de 1975, quando José Mindlin, então Secretário de Cultura, Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo, promete verbas para o Museu, concebendo-o como matriz de museus casa de São Paulo.

Na primeira reunião do Conselho Diretor, realizada em 20 de novembro de 1970 (fora da sede), o Museu foi chamado de Museu da Cultura Paulista. Como havia verba (820 mil cruzeiros) para se adquirirem peças, instala-se discussão a respeito dos critérios de compra.

O conselheiro Eldino da Fonseca Brancante (autor de *O Brasil e a louça da Índia*) pediu definição que orientasse aquisição. Segundo ele, as proporções e a beleza do solar exigiam que ali se colocasse apenas mobiliário nobre. Seria interessante que se adquirissem móveis de acordo com o ambiente ou móveis didáticos. Paulo Duarte contestou – um Museu da Cultura Paulista e secundariamente de mobiliário deveria ser aberto a vários objetos e móveis de diversos períodos.

O conselho (26/11 /1970) teve dificuldades para decidir as aquisições de peças, pois algumas delas vinham de Pernambuco e, por isso, talvez estivessem fora do âmbito do Museu da Cultura Paulista. Aventaram-se relações com o Palácio de Campos do Jordão, o Museu de Arte Sacra e o Museu Paulista que poderiam enriquecer o Museu, legando-lhe peças que seriam mais coerentes no MCB.

Logo em seguida, mencionou-se a possível aquisição de um piano que teria pertencido a D. Pedro I e de uma batuta que teria sido de Carlos Gomes.¹⁶ D. Renata Crespi Prado doou um busto seu feito por Victor Brecheret que poderia ser inaugurado em 25 de janeiro de 1971, dia da fundação da cidade de São Paulo, quando estava prevista a abertura do novo museu ao público.

Em 15 de dezembro estabeleceu-se que a comissão poderia adquirir, dentro da verba de 600 mil cruzeiros, destinada pelo governo do estado ao MCP, tudo que representasse

valor sociológico, histórico ou artístico ligado à cultura brasileira, particularmente à paulista, em especial móveis, alfaia, talhas, trajes, joias, elementos iconográficos, dmlógicos [sic] e etnológicos, de torêutica, de artesanatos, documentos, livros e papeis de qualquer natureza que possam interessar ao estudo dos costumes do Brasil, em particular de São Paulo, visando principalmente a reconstituição de interiores das casas brasileiras, nomeadamente as paulistas, das origens até o presente e ainda sobre o mobiliário e as artes

15 Os documentos das exposições não existem ou não são acessíveis no MCB.

16 Aqui está um indício da fetichização de objetos de herois do passado. Carlos Gomes enalteceu nosso passado indígena, mas foi devidamente aclamado na Europa.

*decorativas de interesse para a sociologia e a história dos costumes do Brasil, particularmente em São Paulo.*¹⁷

Compraram-se várias peças, de vários períodos armários, papelerias, oratórios, cômodas, catre D. José, cofre-arca, pias batismais, viola, prato de D. Pedro II, bengalas de Pedro de Toledo e estribos do marechal Floriano, travessas da Companhia das Índias, batuta de Carlos Gomes, indicando a vocação de tradicional museu histórico.

Um mês depois se travou no conselho debate sobre o nome do Museu. Houve quem pedisse a redução do nome para Museu da Cultura Paulista, abrindo mão do mobiliário artístico e histórico brasileiro. Daí a proposta de o museu se chamar Museu da Cultura Paulista.

Ernani Silva Bruno explicitou nesse momento sua visão de que a área de atuação do novo Museu não devia se confundir com a do Museu Paulista. No novo museu as peças “deveriam valer por si mesmas e não por haverem pertencido a homens célebres”.¹⁸

Octales Marcondes sugeriu que o Museu poderia se chamar Museu da Civilização Brasileira, Paulo Duarte rebateu alegando não existir civilização, mas sim cultura brasileira. Aqui as atas esclarecem pouco. Num primeiro momento, não parece haver debate que contrapor a noção francesa de *civilisation* com a germânica de *Kultur*, segundo conceituação de Norbert Elias, desenvolvida posteriormente por Terry Eagleton.¹⁹

Octales Marcondes Ferreira sugeriu o nome Museu Paulista da Cultura Brasileira. Dez dias depois o assunto voltou à baila, já com uma proposta de Ernani Silva Bruno de que o Museu se chamasse Museu da Casa Brasileira. No debate, Luis Arrobas Martins, presente à reunião, manifestou-se a favor do novo nome, pois se mostrava “fiel ao nome primitivo e também aos objetivos inicialmente fixados, isto é, a reconstituição dos ambientes de lares brasileiros em todas as fases da história do Brasil”.²⁰

Paulo Duarte defendeu a manutenção do nome Museu da Cultura Paulista, chamando a atenção “de tudo quanto São Paulo fez para o Brasil”.²¹ Depois de duas votações, o nome Museu da Casa Brasileira foi adotado. Desse modo distinguiu-se, ao menos no nome, o já firmado Museu Paulista do Museu da Casa Brasileira.

17 Lei de 12 de novembro de 1970.

18 Arquivo MCB, Ata de 11/01/1971.

19 EAGLETON, Terry. *A ideia de cultura*. São Paulo: Editora da Unesp, 2003, pp. 21–22. Não há transcrição da defesa ou da crítica dessas concepções nas atas examinadas, portanto sua discussão se assenta em hipóteses não comprovadas. A afirmação de Duarte não parece ser a mesma do pensamento alemão que faz a diferença entre a *civilisation* francesa (mundana e material) e a *Kultur* alemã, ligada à elevação do espírito por meio das artes, da música e da filosofia. Vide ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990, v. 1. Parece-me que a noção aqui se aproxima dos postulados de Aloísio Magalhães, que diz que o processo civilizatório se constrói por acúmulo. Magalhães denuncia a absorção de valores estranhos à nossa identidade cultural “no período que resultariam em descontinuidade”. Desse modo o acúmulo e a continuidade da cultura resultariam em civilização. MAGALHÃES, Aloísio. *E Triunfo?* Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho, 1985, pp. 50–53.

20 Arquivo MCB, Ata de 21/01/1971.

21 Talvez aí esteja um confronto com os Museus Histórico-Pedagógicos que se implantavam. E também, dada a participação de Duarte na luta política contra o Estado Novo, São Paulo seria, nesse momento, baluarte contra a ditadura militar e seus mandatários, nenhum deles paulista.

Havia nas definições afastamentos e aproximações com o Museu Paulista. Em 1970, este museu fazia 76 anos e continha coleções de história natural, mobiliários, jornais e objetos da cultura indígena.²² E desde sua fundação esteve ancorado na ideia de construir um passado glorioso para São Paulo, a mesma definição dos museus histórico-pedagógicos, e consolidando a adesão de São Paulo à República.

Nos anos 1920, o Museu adotou o passado bandeirista, a exemplo do que já havia feito o Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo.²³ O diretor Affonso Taunay, nos anos 1920,

*Introduz nesse imaginário da independência a ideologia paulista [...]. O bandeirante, associado à proeza da extensão do território e predecessor do tropeiro, do fazendeiro de café e do capitão de indústria, tem suas iconografia e ideologia gestadas no Museu Paulista.*²⁴

Segundo Schwarcz, o museu

*cumpriu perfis diferentes. Em um primeiro momento é como um ‘gabinete de quinqui-lharias’, a serviço da elite local e em homenagem a ela que o museu se afirma. No próprio monumento, que pouco se assemelhava a um museu, revelava-se o casamento da ideia de construção de uma ‘grande e imponente obra’ com os desejos da elite paulistana de se fazer representar na esfera da cultura.*²⁵

Nos anos 1970, São Paulo já se firmara como capital econômica do país. Já empreendera, desde os anos 1950, inúmeras iniciativas de aggiornamento cultural, entre os quais a fundação dos museus MASP e MAM; já sediava havia 20 anos a Bienal de Artes Plásticas. Em outras palavras, a grandeza paulista já estava representada na cena cultural e tinha pretensões internacionais. Mais que isso, o próprio Museu Paulista fora integrado à Universidade de São Paulo em 1963. Parece, portanto, deslocada no tempo esta discussão sobre paulista/brasileiro que se realiza no MCB.

Como entender este debate tardio? A composição do Conselho? Alguma resistência paulista diante do governo federal, cujas primeiras figuras voltavam a ser ditadores gaúchos?²⁶ A leitura das atas faz lembrar o que dizem Carlos Guilherme Mota e Adriana Lopez: “‘Cultura’ era, até então, [1964] assunto para a hora da sobremesa das oligarquias nativas, bacharelescas, diletantes e viajoras”.²⁷

Dessas primeiras discussões e aquisições, já é possível perceber que existiam distintas concepções em disputa para o Museu. Eldino Brancante tendia à noção de museu casa. Paulo Duarte para a concepção de um museu da história paulista. A visão de Paulo Duarte, expressa dois anos depois, é de que o MCB deveria ser um museu da sociologia brasileira devendo conter obras como dos pintores

22 SCHWARCZ, Lília. “A construção de uma identidade paulista”. In BUENO, Eduardo (org.). *Os nascimentos de São Paulo*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004, p. 176.

23 *Ibidem.*, p. 164–174.

24 MENEZES, Ulpiano T. Bezerra de. “Museu Paulista”. *Estudos Avançados*. São Paulo: n. 22, 1994.

25 SCHWARCZ, *op. cit.*, p. 181.

26 Não me arrisco a entrar nesta seara, que me afastaria muito de meu tema.

27 LOPEZ, Adriana e MOTA, Carlos Guilherme. *História do Brasil uma interpretação*. São Paulo: Senac, 2008, p. 728.

Jean-Baptiste Debret, Johann M. Rugendas e Charles Ribeyrolles que documentaram a casa brasileira antes do século xx.²⁸

Ernani Silva Bruno defendia um museu com vocação de etnografia empírica que tematizasse a casa brasileira, seus objetos, sua culinária, seus materiais de construção. No caso parece ter havido embate entre duas concepções: a do museu de preservação do passado, próximo do museu histórico, celebrando as glórias de São Paulo, guardando e expondo os ecos materiais da guerra civil de 1932.

Em abril de 1971, a definição mais precisa do Museu voltou à discussão do Conselho. O conselheiro Paulo Duarte não concordava com a definição do principal objetivo como sendo a constituição dos interiores das casas brasileiras. Para ele, a casa deveria ser a expressão de cultura e civilização e não apenas seus móveis e utensílios.

O mesmo Paulo Duarte, em 4 de junho de 1971, opôs-se a uma proposta de curso intitulada *História da civilização nrsileira*, sugerida por Ernani Silva Bruno, que também sugeriu o curso *Evolução da casa brasileira*. A discussão não parou aí. Dias depois, ao discutirem as alterações do regulamento do Museu, o diretor reivindicou a supressão da palavra “paulista” do texto. Paulo Duarte manifestou-se a favor da manutenção, que seria vantajosa em vista de “razões políticas”. A palavra foi mantida.

Em 1971, ainda longe da sede definitiva do Museu, a Escola Paulista de Arte e Decoração (Espade) deu um curso a cerca de 300 alunos, primeira aproximação do MCB com esse universo das “artes decorativas”.

O tema casa foi objeto de conferências de Carlos Lemos (“Equipamentos da Casa Brasileira”), de Paulo Duarte (“Significado da Casa brasileira - Museu e o Solar Fabio Prado”).

A inauguração da sede definitiva foi marcada para o sesquicentenário da Independência do Brasil. Ernani propôs a reprodução do ambiente da casa brasileira na época da Independência.

O Museu se mudou para a sede definitiva em agosto de 1972. Em 1973 foram realizados seminários da Escola de Sociologia e Política na sede do Museu. Talvez aí estivesse a mão de Waldisa Rússio Camargo Guarnieri, pioneira da museologia em são Paulo. Segundo o site do Instituto de Estudos Brasileiros, ela

*Organizou as estruturas jurídicas e administrativas do Conselho Estadual de Cultura (1968), do Museu de Arte Sacra de São Paulo (1969) e do Museu da Casa Brasileira (1970). No final de 1970, foi nomeada diretora técnica do Museu da Casa Brasileira, cargo no qual permaneceu até 1975. Nesse ano, passou a exercer as funções de assistente técnica para museus na Secretaria de Cultura, Ciência e Tecnologia do Estado, responsabilizando-se pelo projeto de pesquisa sobre os museus do Estado de São Paulo (1976–1977) e pelo projeto museológico da Casa Guilherme de Almeida.*²⁹

Waldisa Rússio fez mestrado e doutorado sobre museologia na Escola de Sociologia e Política. Seu nome surge já nas primeiras atas, como redatora do regulamento do Museu.³⁰

Durante esses primeiros anos são vários os relatos de doações e propostas de doações e também de aquisições do Museu, tais como pratos, telhas, ferro de passar roupa, piano, móveis. Nada mais distante do design que se fazia na época, conforme apontado no capítulo 3.

Não há atas de reuniões do Conselho de 1973 a 1975.

Em 14 de agosto de 1975, o secretário de Cultura do Estado José Mindlin prometeu um milhão de cruzeiros para a reforma do Solar Fábio Prado. O Museu seria, então, segundo Mindlin, uma espécie de centro de estudos ou instituição de pesquisas para orientar os museus de casas existentes ou a serem fundados em São Paulo. Nessa época, é bom lembrar, Mindlin instituiu o prêmio Boa Forma para produtos industriais na Secretaria de Cultura. O design, portanto, já tinha dois espaços institucionais em São Paulo: o NDI e a própria Secretaria da Cultura do Estado.

Não há atas do Conselho de 1975 para 1979. Em 1979, o diretor Ernani Silva Bruno se desligou do MCB para trabalhar no Museu da Imagem e do Som.

2º Período (1979–1985)

A diretora escolhida foi Myriam Ellis, historiadora, professora titular de História do Brasil, pesquisadora do Instituto de Estudos Brasileiros (IEB) da USP. Assumiu em junho de 1979, com contrato de regime de tempo integral com a USP, da qual foi liberada para dar expediente diário no MCB, segundo seu relato em ata de reunião. Myriam Ellis é parente de Antonio Sylvio de Cunha Bueno, pai de Antonio Henrique Cunha Bueno, que era, então, secretário de cultura do Estado.

Em sua gestão, as discussões do Conselho penderam para a constituição de museu casa e museu histórico. O MCB passou a ter estreito contato com o IEB, a partir de Myriam Ellis, e promoveu algumas das atividades em conjunto com o Instituto.

As primeiras atas da nova direção já dão conta de um conjunto de atividades variadas como exposição de artesanato chileno, pintura infantil, Brecheret, exposição de artistas paraguaios e venezuelanos.

Voltou a discussão do museu casa, a partir do conselheiro Pedro Brasil Baudecchi, que defendeu a preservação das características do Solar, como exemplar talvez único do período da industrialização paulista.

Em 1980 se realizou exposição de joias brasileiras junto com lançamento de livro *A jóia contemporânea brasileira*, de Ricardo Wagner.

Em 1981 continuaram as doações de roupas, móveis, telefone, rádio e moedor de café. Renata Crespi faleceu em fevereiro de 1981. O Conselho do MCB decidiu não mais aceitar doações. Além disso, abriu a possibilidade de doação de material dispensável ou inútil a outros museus.

Fica claro que a aquisição de peças e doações não havia seguido caminho capaz de formar uma coleção coesa, dadas as indefinições do museu, que durante todo o período de Myriam Ellis continuou sem qualquer debate no conselho sobre sua natureza e seus objetivos. Três anos depois, foi a própria Myriam Ellis que doou ao MCB uma poltrona estilo Renascença realizada pelo marceneiro Nardelli nos anos 1920 e alguns aparelhos de rádio.

Myriam Ellis promoveu uma série de atividades em conjunto com o Instituto de Estudos Brasileiros, como seminário de Cultura Indígena, palestras sobre literatura brasileira, reunião da Sociedade Brasileira de Pesquisa Histórica.

28 Arquivo MCB, Ata de 26/07/1971.

29 Disponível em <http://www.ieb.usp.br/topico.asp?categ=1&subcateg=1&topico=55>. Acesso em 24 de junho de 2012.

30 Arquivo MCB, Ata de 30/04/1971.

Há aí três tipos de cursos:

1. Para diletantes: artes decorativas (jardinagem, pintura em porcelana); mitologia clássica e astrologia; noções de enologia; o chá – uma filosofia de vida;
2. Alguns cursos de história do Brasil: história da colonização, ourives no Brasil Colonial, estigma e identidade social em contexto interétnico, judeus e judaizantes no Brasil, Julio Prestes e a 1 República; Revolução de 1932;
3. Alguns cursos de arte e arquitetura: como curso de Tilde Canti sobre mobiliário brasileiro, impressionismo e *Art Nouveau*; modernismo, arquitetura religiosa, entre outras. O curso de *Evolução da arquitetura brasileira* (abril de 1980), ministrado pelo arquiteto Eduardo Kneese de Mello, atraiu cerca de 200 alunos.

Foram realizados alguns que parecem ter sido escolhidos ao acaso, ou melhor, aproveitando a disponibilidade de ofertas: a presença portuguesa no Peru, literatura, artistas paraguaios, o Renascimento do Japão, seminário Austrália e Nova Zelândia, impressões de viagem, ópera.

Em dezembro de 1983, já no fim da gestão de Myriam Ellis, o diretor do Departamento de Museus e Acervos do Estado (DEMA), Zélio Alves Pinto, propôs, em clara atitude crítica à gestão, que a programação cultural do MCB fosse feita de acordo com o que considerava mais condizente com a designação MCB. Myriam Ellis respondeu na reunião do Conselho que, na falta de verbas para realizar seminários, exposições etc. condizentes com a expressão Casa Brasileira, vinha incentivando a vida da entidade, cujo nome seria suficientemente amplo para abarcar matéria de ordem vária. Era mais saudável dinamizar o museu com o que estivesse à mão do que paralisar as atividades.

Em 3 de fevereiro de 1983, M. Ellis comunicou ao Conselho ter chegado ao termo do seu trabalho de redistribuição dos móveis nas várias dependências reservadas à exposição permanente do Museu

*De acordo com os critérios de reconstituição [...] de ambientes, de ordem cronológica-histórica e com as normas estéticas exigidas para uma disposição equilibrada e harmônica das peças do acervo: mobiliário e objetos de utilidade doméstica e de adorno.*³¹

Tratou-se, em princípio, de uma ordenação não de museu casa (o Solar Prado), mas de um museu histórico com foco na organização da moradia em diferentes períodos históricos.

Foram anunciados na reunião do conselho diretor a instalação de cordões de isolamento e o uso de pantufas³² pelos visitantes. E também a distribuição de um guia mimeografado sobre o MCB. A queixa de falta de verbas era assunto constante nas reuniões do conselho. Não havia dinheiro sequer para pagar palestras.

Conforme as atas, a Secretaria de Cultura do Estado parecia interferir cada vez mais na direção do Museu, por meio do diretor do Departamento de Museus e Arquivos. Ele anunciou, em agosto de 1983, que o órgão de turismo do estado, Paulistur, tinha a intenção de incluir o MCB em suas atividades, organizando visitas de 10 minutos para 30 pessoas. Em outubro desse ano, livros de arte, quadros e esculturas que pertenciam à Divisão de Defesa do Patrimônio Cultural, recém-extinto, foram doados ao MCB.

31 Arquivo MCB, Ata de 03/02/1983.

32 Procedimento adotado no Museu Imperial de Petrópolis. E que traz consigo significado classista: o visitante plebeu não pode contaminar com seus sapatos sujos o recinto nobre.

Em janeiro de 1984, Zélio Alves Pinto anunciou o desejo de construir no solar uma galeria de vidro para abrigar exposições de arte. Em atitude de intervenção na autonomia do conselho diretor, anunciou, em maio, que as exposições deveriam ser aprovadas pelo DEMA. Em junho, a revista *Projeto* propôs exposição de arquitetura bancária, que se realizou nesse ano, ao mesmo tempo em que continuavam os cursos de jardinagem, pintura em porcelana, as palestras de história. Em resumo, existia quase uma esquizofrenia nas atividades do Museu, que promovia cursos para donas de casa com tempo ocioso, ao mesmo tempo em que apresentava exposição de um dos aspectos dinâmicos do mercado de arquitetura, os bancos.

Em novembro e dezembro de 1983, o Conselho discutiu uma exposição de Desenho Industrial a ser promovida pelo NDI/FIESP³³ em convênio com a Secretaria do Estado da Cultura e que deveria ser inaugurada em fevereiro de 1984. A mostra deveria permanecer no museu durante todo o ano de 1984 com o objetivo de projeção do perfil da situação do Desenho Industrial no Brasil e particularmente em São Paulo. Aí se vê novamente uma espécie de intervenção branca da Secretaria no Museu.

A expressão Desenho Industrial foi mencionada pela primeira vez em 3 de novembro de 1983, treze anos depois da fundação do Museu.

A equipe de pesquisa do MCB não soube informar se a mostra foi realizada ou não. Segundo Joice Joppert Leal³⁴, que dirigiu o NDI/FIESP, tal exposição nunca foi organizada no MCB.

3º Período (1985–1986)

O diretor do quadriênio foi o publicitário Roberto Duailibi, o D da agência de propaganda DPZ, situado nas proximidades do Museu. O MCB deu uma completa guinada na direção de se tornar um museu espetáculo e mediático.³⁵ Foi então que se criou o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira.

Já na primeira reunião do conselho diretor, em 26 de junho de 1985, Duailibi propôs a criação da Sociedade de Amigos do Museu, que se encarregasse de conseguir fundos para a instituição. Esta era uma das práticas dos museus norte-americanos e britânicos, como bem explica Chin-Tao-Wu em seu livro *Privatização da cultura a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80*. Os nomes a serem convidados seriam de pessoas influentes, bem relacionadas com conhecimentos nas áreas empresariais que pudessem levantar fundos para a instituição.

Duailibi recomendou que se estudassem eventos a serem realizados no Museu e que fossem cobrados, como meio de obter recursos financeiros, outra das estratégias comentada por Wu em sua pesquisa. Propôs ainda mudar critérios de exposição para itens mais chamativos tais como a cama da Imperatriz Leopoldina³⁶, que acabou não se realizando. Preocupou-se com a contratação de uma

33 Trata-se da apresentação da coleção do MoMA, de propriedade da Fiesp, que consta deste trabalho, capítulo 4. Provavelmente a exposição migrou para a fundação Bienal, quando foi realizada a grande mostra *Tradição e ruptura*.

34 Em entrevista realizada em 31 de outubro de 2011.

35 Deu uma guinada para... mas jamais se tornou!

36 É dispensável comentar o machismo e o oportunismo “sex-oriented” da proposta, tal seu escancaramento.

assessoria de imprensa para divulgar as iniciativas do museu. Anunciou a futura exposição *A cadeira e a evolução do design*.³⁷

Na segunda reunião do conselho diretor, o conselheiro Mario Pimenta Camargo, diretor da Fundação Crespi Prado, propôs que o Museu abrigasse restaurante ou salão de chá. O diretor propôs a realização de vídeo sobre as obras do MCB.

Em setembro Duailibi anunciou show de Hermeto Pascoal, paralelo à Bienal de Artes. Em dezembro de 1985, o conselho questionou o contrato firmado entre a Fundação Crespi Prado e o MCB. Ficou estabelecido que a Fundação fizesse melhorias na casa para utilizar algumas de suas partes. Nesse momento, Zélio Alves Pinto encomendou a Maria Alice Milliet o projeto “morada brasileira”.

Foram anunciadas as exposições para 1986: coleção de arte Roberto Marinho, a exposição dos resultados do Prêmio de Design Museu da Casa Brasileira, uma mostra de tecelagem, resultado de pesquisa interna e a exposição da coleção Crespi Prado; os 113 anos do Liceu de Artes e Ofícios; uma mostra de Indumentária e a mostra *A cozinha brasileira*.

Em dezembro ocorreu no Museu o lançamento do Anuário do Clube de Criação, tradicional publicação de autoexaltação dos publicitários; um concerto promovido pelo empresário Max Feffer para seus convidados, com contrapartida de doação ao MCB pelo empréstimo da casa.

Em janeiro anunciou-se o pedido de Zélio Alves Pinto a Maria Alice Milliet para a organização da exposição *Morada paulista* dividida em quatro momentos: a fazenda de café, o palacete paulista, a casa modernista e os anos 50. A equipe do Museu já estaria pesquisando para esta exposição.

No catálogo da mostra³⁸ há textos de do secretário da Cultura Jorge da Cunha Lima, de Zélio Alves Pinto, de Roberto Duailibi, Denise Mattar e Maria Alice Milliet. O texto assinado por Zélio Alves Pinto diz o seguinte:

Levado pela falta de recursos, a unidade que fora criada com um fim específico, abandonava sua vocação e se especializava em generalidades para sobreviver.

Assim, até bem pouco tempo, era com um a dicotomia entre a ação cultural e a entidade que a promovia: Ikebana no Museu da Imagem do Som, iluminuras no Museu da Casa Brasileira e etcétera.

Isto se explicava porque, não dispondo de meios para promover sua própria ação cultural, o Museu era obrigado a aceitar as ofertas que recebia da comunidade para não morrer de inércia, porém aceitando-as, expunha-se a uma descaracterização que comprometia sua própria vocação.

*Uma das propostas de nossa administração foi inverter esse processo iniciando em 1985 com a exposição Cadeira evolução e design e dando seqüência o Prêmio MCB de Design e a Morada paulista, eventos promovidos este ano e que redimensionaram o Museu da Casa Brasileira dentro de seu espaço cultural.*³⁹

37 A história da cadeira foi uma das primeiras exposições didáticas do MASP. LEON, Ethel. IAC – Instituto de Arte Contemporânea. Escola de Desenho Industrial do MASP (1951–1953): primeiros estudos. Dissertação de Mestrado. Orientação: Júlio Katinsky. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 2006.

38 Tive acesso a esse material por meio de Maria Cecília França Lourenço e não no MCB.

39 *Morada Paulista. O estilo nosso de cada época*. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 1986, p. 11.

A exposição privilegiou quatro momentos das casas de elite paulistas, de 1860 a 1960 e teve como subtítulo *O estilo de cada época*. Os quatro momentos eram a fazenda do café, o palacete, a casa modernista e a dita residência funcional. Em suma, a exposição poderia ter-se chamado *A morada da elite paulista*.

Em junho de 1987, o conselho comemorou o Prêmio ICOM, recebido pela exposição *Morada paulista*. Também o Festival de Promoção Embalagens e Design premiou o catálogo da exposição e os troféus criados pela DPZ.

Pouco se sabe mais sobre esta gestão, a partir das atas de reunião e dos documentos encontrados no MCB. Nesta reunião de junho de 1987, a última registrada, aprovaram-se exposições como *O ferro de passar passado a limpo*, curadoria de Fernando Lemos; *A cozinha Brasileira*, com patrocínios; *Viagem pelo Brasil e História do escritório*, esta última organizada pelo designer Karl Heinz Bergmiller. Cedeu-se espaço para um número especial da revista *Projeto* dedicado a design.

4º Período (1987–1989)

Diretora: Maria de Lourdes Mônaco Janotti, professora de História FFLCH/USP.

Nessa gestão, o Museu se afastou da orientação anterior. Apesar de manter o Prêmio Design, não se orientou por visão profissional dos designers, e apontou para o caminho da pesquisa em torno das questões da casa, mas de alcance antropológico/histórico e sociológico com ênfase no conceito de cultura material.

O professor Ulpiano Bezerra de Menezes, membro do novo conselho, pediu discussão sobre objetivos do museu. Parecia haver algum mal-estar com a gestão anterior, pois nas atas do conselho se registra a necessidade de contato com antiquários e antigos frequentadores afastados do MCB nos anos anteriores. Também se viu a necessidade de restabelecer contato com a Fundação Crespi Prado, que havia cessado. Propuseram-se exposição e palestras sobre o trabalhador brasileiro. Bezerra de Menezes apresentou documento – que o MCB não localizou em seus arquivos – sobre o Museu. Ficou claro, pela ata, que havia uma preocupação com a coleta de testemunhas contemporâneas; com a formação de um sólido setor de pesquisas e da necessidade de a equipe técnica fazer também a documentação do Museu.

Propuseram-se exposições como *Casa café e cortesia*, uma viagem pelo interior paulista; anunciou-se o I Colóquio de Pesquisadores do MCB, cujo tema seria *Escravidão e abolição*. O conselho decidiu repensar o Prêmio de Design MCB. E a proposta, feita pelo jornal de publicidade e marketing *Meio & Mensagem*, de uma mostra de Saul Bass, reconhecido designer gráfico norte-americano, foi aprovada pelo conselho, com a declaração de voto de Ulpiano Bezerra de Menezes de que esse tipo de exposição não faria sentido. (A mostra acabou não se realizando, pois foi cancelada pelo jornal *Meio & Mensagem*).

O Prêmio foi rediscutido em julho de 1988 e se propuseram duas categorias: objeto e projeto, demonstrando mais clareza com relação ao quê e como poderia ser julgado. O júri seria composto por representantes docentes da FAU/USP, do Mackenzie, do Instituto de Artes da Unicamp, pela ESDI, por um representante da Associação de Desenhistas Industriais de São Paulo (ADISP) e por alguém do conselho do MCB. Estava aí o desejo do conselho diretor de que o Prêmio, assim como o museu, ganhasse estatuto mais próximo dos estudos acadêmicos. Três meses depois o conselho estabeleceu que coubesse à

Comissão de Desenho Industrial e de Artes Gráficas da Secretaria Estadual de Cultura indicar nomes para o júri do Prêmio MCB a serem aprovados pela secretaria.

A lógica, portanto, é universitária, de pesquisa, distante do que se fazia no período anterior, de Duailibi, quando o museu assumira características mais mediáticas.

Em 1988, eleito o novo governador (Orestes Quércia que substituiu André Franco Montoro), Maria de Lourdes Mônaco Janotti colocou o cargo à disposição e os conselheiros enviaram carta de demissão à Secretaria de Cultura do Estado. De toda forma, anunciou-se o II Colóquio de Pesquisadores do Museu para junho do mesmo ano, assim como a exposição *Evolução do design italiano*.

5º Período (1989–1991)

Diretor João Marino, diretor durante os anos 1990 e 1997 do Museu de Arte Sacra.

Esta curta gestão não apresenta características muito claras. Continuaram as dificuldades para o estabelecimento de boas relações entre o Museu e a Fundação Crespi Prado. O contrato celebrado entre as duas instituições não foi aprovado pela Fundação Padre Anchieta.

O regulamento do Prêmio, que previa a doação de toda peça premiada ao Museu, foi modificado. O diretor João Marino alegou falta de espaço para o Museu abrigar e expor sua coleção permanente e as mostras temporárias. Houve oferta de doação de geladeira americana, que foi recusada. Mas um tear manual mineiro foi aceito. Foram negados os pedidos de exposição da Rhodia, de produtos têxteis; o do Prêmio Dahruj de design têxtil, mas aprovadas exposições de artes decorativas em prata e pedras brasileiras, assim como uma exposição de ikebana e de pintura primitiva. Em princípio, parece que o Museu retomou o caminho das artes decorativas, do antiquariato, em detrimento dos aspectos contemporâneos da cultura material.

6º Período (1991–1992)

Diretora Claudia Vada

Não há registro das atividades, reuniões e conselho diretor entre maio de 1990 e janeiro de 1993, quando foi nomeado o arquiteto Carlos Bratke como diretor do Museu.

7º Período (1992–1995)

Diretor: Carlos Bratke, arquiteto.

Nesse período volta a proposta abandonada pela gestão de 1986, de ‘modernizar’ o museu, isto é, divulgá-lo e acentuar a importância da iniciativa privada, retomando o caminho trilhado por Duailibi. Bratke apresentou plano de quatro anos e a proposta de delegar poderes à Sociedade de Amigos do Museu. O crítico de arte Jacob Klintowitz ficou responsável pelo plano de trabalho da Sociedade de Amigos por cinco anos. Foram aprovados exposições e cursos pertinentes a estas áreas: curso de desenho avançado da entidade privada IDEA, exposição de velas, organizada pelo designer italiano radicado

no Brasil Luciano Devià e para a qual ele deveria conseguir patrocínio; o Prêmio Opera Prima, dirigido a jovens arquitetos, por Vicente Wissenbach, o Prêmio Jovem Arquiteto do IAB; o Prêmio Design do Museu que conteria de 3 a 6 categorias. Um curso de design de moda foi apresentado ao conselho e João Marino, então conselheiro, considerou-o incompatível com a proposta do MCB.

Nessa gestão, um refrigerador Gibson foi aceito em doação, o MCB cedeu espaço ao Prêmio Design Vogue e foi aprovado o Prêmio Internacional da Moda Smirnoff. Veja-se a contraposição, portanto, ao período de Marino e de Janotti.

Ricardo Ohtake, então secretário de Cultura do Estado no governo de Luiz Antonio Fleury Filho, propôs que o museu se dedicasse a arquitetura e design com independência em relação ao IAB e sugeriu duas exposições anuais de arquitetura, uma dedicada a projetos nacionais e outro a internacionais. O editor da revista *Projeto*, Vicente Wissenbach, sugeriu um acervo do “móvel desse século” com exemplares de Sérgio Rodrigues, Tenreiro e Bratke. A pesquisadora Maria Cecília Loschiavo dos Santos, funcionária da Secretaria de Saúde, ficou responsável por esse projeto junto com o comerciante de móveis Marcel Marmor e o designer Freddy van Camp. Foi então que o MCB se destinou explicitamente a arquitetura e design.

8º Período (1995–2002)

Diretora arquiteta e pesquisadora Marlene Acayaba.⁴⁰

No prefácio do livro editado pelo Banco Safra sobre o Museu em 2002, Marlene Acayaba fez curto relato de sua avaliação ao tornar-se diretora da instituição em 1992. Segundo ela, “havia ocorrido uma ocupação caótica, resultado de anos de sobreposição de objetivos e administrações muito divergentes”.⁴¹ Tratava-se de orientar o museu para que se tornasse Museu da Casa e dos Costumes brasileiros

Em seu discurso de posse, ela anunciou que:

*As peças interessantes, ou seja, aquelas com valores estéticos, históricos, representativos dos costumes ou porque pertenceram a pessoas ilustres, ou simplesmente porque são brasileiras serão separadas e constituirão o nosso novo acervo.*⁴²

E também que:

Este acervo, então, passará a ser exposto de forma que o móvel apareça contextualizado através de fotos da época ou descrições históricas. A partir do objeto, poderemos criar

40 Não tive acesso às atas do conselho desse período, exceção feita às três primeiras reuniões da segunda gestão da diretora, em 1998. As informações que seguem constam de livro publicado pelo banco Safra e de entrevistas com Wilton Guerra e Marlene Acayaba, além do discurso de posse da diretora, obtido diretamente com ela.

41 *O Museu da Casa Brasileira*. São Paulo: Banco Safra, 2002, p. 5.

42 O discurso foi obtido diretamente de Marlene Acayaba e está em formato digital. ACAYABA, Marlene. “Discurso de posse no Museu da Casa Brasileira”. 20 de março de 1995. Documento digital, arquivo da autora.

*ambientes semelhantes ao momento de sua concepção. Recriaremos, desta maneira, um espaço de lembranças e sonhos.*⁴³

No entanto, algumas das orientações dadas pelo museu nas gestões de Duailibi e Bratke seriam mantidas, a saber, a dedicação às questões de arquitetura e design. Mas, o MCB abrigava a coleção da Fundação Crespi Prado, como “boa ideia do que a elite paulistana, da primeira metade do século xx, podia adquirir, em antiquários europeus e brasileiros para colocar em suas casas.” Também o espaço físico foi restaurado no sentido de “conservar a magia do espaço privado de outrora”.⁴⁴

O pavimento superior do Museu seria um museu casa. No térreo havia uma exposição permanente de móveis e objetos brasileiros ordenados em ordem cronológica, do século xvii até o século xx. E também as salas destinadas a exposições temporárias, de arquitetura e design.

Marlene Acayaba diz que “achava importante mostrar como vivia uma família da elite paulistana, a primeira filha de imigrantes rica que se casa com alguém da família tradicional”.⁴⁵

Ela conta:

Quando o assunto coleção Crespi Prado voltou à baila, propus que fosse feito um comodato e, desse modo, a coleção voltou para o Museu e ocupou o andar superior. Isso foi possível graças ao José Bonifácio que era além de presidente da Fundação Crespi Prado, fora presidente da Tv Cultura.

*A exposição dessa nova ala foi aberta por Mario Covas e a ideia era, de fato, mostrar como vivia uma família da elite paulistana. Um historiador da arte italiano achou inacreditável que tivéssemos aquela coleção de pintura italiana guardada.*⁴⁶

Nesta gestão houve busca de definições conciliatórias e, para tanto, foi preciso reduzir o acervo do Museu. Muitos objetos foram enviados para outras instituições. Acayaba relata:

A arquiteta e pesquisadora Glória Bayeux e eu estudamos o móvel brasileiro e organizamos uma exposição do acervo na qual lançamos o livro, assinado pela Glória. Nunca achei que eu deveria assinar os livros da produção do Museu. Decidi também que não havia sentido ampliar o acervo, pois não tínhamos lugar. Era importante organizar o que já tínhamos, mantendo a coleção de móveis históricos, pré-modernos.

Havia quantidades de livros doados que não faziam sentido naquela biblioteca, todos desorganizados, achavam-se objetos no meio dos livros, até dentadura! A mesma coisa com o acervo, sem pé nem cabeça.

Em dois anos organizei o que era de interesse e doei as demais peças para 17 museus de São Paulo. Doamos 350 medalhas para o museu da Polícia Militar, medalhas da Revolução

⁴³ *Ibidem.*

⁴⁴ *O Museu da Casa Brasileira.* São Paulo: Banco Safra, 2002, p. 5.

⁴⁵ Entrevista concedida à autora em 12 de setembro de 2011.

⁴⁶ *Idem.*

*de 1932. Muita coisa foi para o Museu da Imigração O nosso acervo parecia um lixão, mal tratado, com cupins.*⁴⁷

O historiador José Wilton Guerra, coordenador da pesquisa do MCB, assim resumiu a instituição:

*“centro de pesquisas e publicações, museu do mobiliário e do objeto, além do espaço em que frequentemente são expostas mostras de design e arquitetura, tornou-se uma instituição dinâmica e reveladora das questões culturais relacionadas com o tema ‘A Casa Brasileira’.”*⁴⁸

Em 1998, ao assumir seu segundo mandato, Acayaba disse, na primeira reunião do Conselho, que sua pretensão fora “transformar o Museu da Casa Brasileira numa casa-museu”. Ela acentuou

*A magia do espaço privado de outrora e o valor sentimental [...] testemunho histórico de uma outra época, e a nostalgia que suscita é fundamental. [...] a casa museu parece um lugar encantado, onde o tempo parou, retendo uma coleção particular e uma museografia histórica, um traço de vida e do gosto privado de outrora.*⁴⁹

Nesta mesma reunião, Acayaba diz que o Museu

*é um centro de investigação sustentado em três pilares fundamentais: O Prêmio Design, [...] o Móvel da casa Brasileira, com sua história contada em livro e CD-rom; e o material sobre Os Equipamentos, Usos e Costumes da Casa Brasileira, a ser divulgado em fascículos ilustrados.*⁵⁰

Ainda na mesma ocasião⁵¹, convidado pela diretora, o consultor de marketing cultural Yacoff Sarkovas apresentou resultado de pesquisa empreendida sobre o MCB. Sua proposta foi de restringir os objetivos do MCB para a questão do habitar, com ênfase no design de produtos da casa e também arquitetura, urbanismo e paisagismo.

Entre outras sugestões estão as de lazer e entretenimento, como realizar concertos musicais e fazer um “charmosíssimo café”. Aconselhou ainda que se fizessem excursões, a partir do Museu para conhecer bairros como Belenzinho e Brás e também para que fossem catalogadas “residências particulares que sejam representações extraordinárias da casa brasileira, para que estas famílias abram suas casas uma vez cada bimestre para que visitas possam ser feitas, monitoradas, guiadas pela própria Instituição”.

As ideias do consultor revelam que o público almejado, além do profissional (arquitetos, designers etc.) é o dos bairros nobres da cidade. As “excursões” seriam feitas a bairros populares, de ônibus; e as

⁴⁷ *Idem.*

⁴⁸ *O Museu da Casa Brasileira.* São Paulo: Banco Safra, 2002, p. 9.

⁴⁹ Arquivo MCB, Ata da primeira reunião do Conselho diretor, 17/09/1998.

⁵⁰ *Ibidem.*

⁵¹ *Ibidem.*

visitas a residências referenciais que, como se sabe, são aquelas das elites econômicas, que moram nos bairros centrais, não implicam transporte coletivo. Tais propostas reforçam mais ainda certa confusão na esfera do público e privado, que o MCB carrega.

O debate que se segue é eloquente e revela, mais uma vez, na história do Museu, as divergentes posições que abraça. José Mindlin reivindicou uma dessacralização do Museu; Carlos Guilherme Mota defendeu a construção de um centro de saber sobre o tema da casa e da cidade, capaz de atrair pesquisadores.

O debate não continuou na segunda reunião, realizada em 29 de outubro de 1998. Acayaba relatou a informatização das 28 mil fichas de Ernani Silva Bruno e a própria discussão de como esse trabalho deveria ser editado revela as diferentes preocupações: o historiador Carlos Guilherme Mota reivindicou que o editor fosse especialista na disciplina de História; o jornalista Roberto Dimbério, representante da Editora Abril, propôs a verificação do público-alvo e que o material fosse cedido a uma editora.

Acayaba fez imprimir os livros de Ernani Silva Bruno quatro anos depois, pelo próprio MCB, ao mesmo tempo em que organizou o livro da coleção de museus, patrocinada pelo Banco Safra. Fez editar dois catálogos sobre os primeiros quinze anos do Prêmio Design. Restabeleceu a exposição da coleção Crespi Prado. Enfim, conciliou várias tendências em disputa no Museu, no qual, de toda forma, o design tem importante lugar. Esse lugar foi aberto e mantido a partir do Prêmio Design.

4 O Prêmio Design

Em 26 de junho de 1985, durante a reunião do Conselho diretor do Museu, o novo diretor Roberto Duailibi anunciou “lançamento do Prêmio Museu da Casa Brasileira para o melhor design de móveis e objetos”. Em setembro a curadora Denise Mattar se encarregou da formação do júri a ser composto por Zélio Alves Pinto, da Secretaria de Cultura; Roberto Duailibi, José Mindlin, pelo NDI/FIESP, pelo presidente do IAB, por dois desenhistas industriais a serem indicados por entidades de classe; um crítico de arte e três jornalistas da área de móveis e decoração.

Na segunda reunião do conselho diretor, avaliou-se o regulamento do prêmio de Design, redigido pela funcionária do museu, Bárbara Abramo. Estava em questão o julgamento de peças comercializadas, criadas no Brasil e realizadas a partir de 1980. O prêmio propôs três categorias: móveis, equipamentos domésticos e materiais de decoração. Destoando das propostas, o historiador Nicolau Sevcenko, conselheiro, falou da necessidade de valorizar móveis populares, sugestão recusada pelo conselho.

É com a instituição do Prêmio Design que o MCB se tornou referência para os profissionais da área, passando a promover reuniões, debates e mostras. Em 1986, quando foi criado, fazia dois anos que se realizara a mostra *Tradição e ruptura* (ver capítulo 4) dentro da Fundação Bienal, que dedicou uma seção a design organizado pelo Núcleo de Desenho Industrial da FIESP que já existia há oito anos. E, em 1987, seria realizada a primeira mostra de decoração chamada *Casa Cor*, que reúne decoradores e empresas da área. Talvez aí se vivesse o incremento do consumo doméstico como parâmetro maior de felicidade ou êxito pessoal, em detrimento dos aspectos públicos da vida social. Antes disso, a abertura da rede de lojas Tok Stok já mostrava esse novo lugar do design. Aberta em 1978, a Tok Stok comercializou produtos da Innovator sueca que, por sua vez, ganhou exposição no MASP no mesmo ano.

Nessa época, a economia brasileira entrara na chamada década perdida. Os investimentos em design público haviam praticamente cessado. Escritórios como GAPP, Forma e Função, dedicados a projetos complexos, passaram a ter grandes dificuldades de sobrevivência. O grupo empresarial Forsa que detinha o controle do L’Atelier, da Ferragens Brasil, da Labo e da Hevea fechou suas portas. Surgiram, nesse momento, os autores/ateliês, fabricando peças manufaturadas em pequenas séries nas tradições da marcenaria, da tecelagem e de outros ofícios e cujos compradores eram gente abastada. Foi o caso de Fúlvio Nanni, Carlos Motta, Etel Carmona, Compasso Arquitetura e Design, Estúdio Erre, Maurício Azeredo, Companhia dos Tapetes Ocidentais, Arte Nativa Aplicada, Porfírio Valadares, Pedro Useche, Reno Bonzon, Jacqueline Terpins, Ovo Design, Rosenberg/Ring, Agora é Moda entre outros, premiados no MCB.

No plano internacional as políticas culturais dos governos Reagan e Thatcher davam as cartas no mundo. Seus modelos de livre mercado tornavam os museus dependentes dos patrocínios privados (muitas vezes financiados por incentivos fiscais e outras artimanhas dos estados mínimos). O modelo encontrou plena ressonância sob a batuta do publicitário Roberto Duailibi, que assumiu a direção do Museu em 1985 e lá ficou até 1989.

Em 5 de dezembro de 1985 travou-se discussão no conselho diretor sobre a importância de ter a imprensa no júri do prêmio de design. Em junho de 1986, o conselho diretor rediscutiu a composição do júri do Prêmio Design: seriam quatro representantes (e não mais três, como antes acordado) da imprensa especializada; um representante da Associação dos Desenhistas Industriais de São Paulo, um do NDI/FIESP; um membro do conselho diretor do Museu; o diretor do DEMA; um membro da comissão de Desenho Industrial da Secretaria Estadual de Cultura e, se possível, um representante do Ministério da Cultura, cujo titular era, nesse período, Celso Furtado. Nesta composição, os organismos governamentais teriam tanto peso quanto a imprensa.

Nesse período começou a aproximação do Museu com o mundo mediático e o Prêmio Design foi peça fundamental dessa estratégia. Do júri do primeiro Prêmio fizeram parte o arquiteto Márcio Mazza enquanto colaborador da revista *Casa Vogue*; Maria Luiza Carvalho, editora da revista *Módulo*, Olga Krell, diretora da revista *Casa Cláudia* e Vicente Wissenbach, editor da revista *Projeto*. Foi a composição de júri com maior percentagem de jornalistas, de 1986 a 2002.

Em 1987, um ano depois do estabelecimento do Prêmio Design, a rede de lojas de móveis e acessórios para casa Tok Stok lançava produtos de designers do star system internacional, com ênfase em itens de Philip Starck, além de abrir um Café Design, com mostras de trabalhos de designers.⁵²

⁵² Disponível em <http://www.tokstok.com.br/app?page=Home&service=page>. Acesso em abril de 2012.

	Arquitetos	Designers	Jornalistas	Professores	Instituições
1986	2	1	4	-	4
1987	3	5	2	-	4
1988	1	3	-	1	2
1989	2	1	1	-	1
1990	1	1	1	2	1
1991	1	1	-	3	-
1993	2	4	2	-	-
1994	6	2	1	-	-
1995	3	3	1	1	-
1996	4	3	-	-	-
1997	3	3	1	-	1
1998	3	5	2	-	-
1999	2	5	2	-	-
2000	3	5	1	-	-
2001	1	8	2	-	-

Participantes do júri por atividade

As primeiras edições

As peças a serem inscritas teriam de se ater a móveis e objetos residenciais. Poderiam se inscrever autores ou empresas. Contrariando o próprio regulamento, entre os vencedores estavam projetos não residenciais: uma família de cadeiras de uso empresarial, a *Múltipla* da empresa Fergo, o computador da Prológica, desenhado por Luciano Deviá e acessórios para mesa de escritório. Mas também a cadeira *Paulistano* de Paulo Mendes da Rocha, fabricada em pequena série; e uma mesa de cabeceira de autoria de Fúlvio Nanni, exemplo das influências do design pós-moderno italiano devidamente adaptado (e abrandado de sua radicalidade) para o mercado. Uma mesa para bar que não fora produzida em série, um conjunto de aparelho de som da empresa Gradiente. Além desses, foram destacados um jogo de utensílios plásticos térmicos, fabricação da PNS, de Paulo Nilson Souza. E o conjunto de tecidos desenvolvidos pela Arte Nativa Aplicada.

Com esses prêmios, o MCB valorizava igualmente projetos (sem produção), produtos feitos em pequenas séries, peças únicas e produtos industriais. Esta elasticidade permaneceu durante anos no Prêmio MCB, o que possibilitou abrir, cada vez, mais as inscrições para peças construídas sem objetivos do chamado “desenho industrial”. Essa tática talvez fosse baseada na ideia de constituir ponte entre os designers e as empresas, discurso sempre presente nas iniciativas de design em museus, desde as Bienais do Rio de Janeiro. No entanto, a Bienal do Rio e as mostras do NDI compreenderam somente os produtos industrializados e lançados no mercado, enquanto no Museu da Casa Brasileira os modelos

e as peças únicas eram julgados nas mesmas categorias (ver tabela). Essa estratégia viria a favorecer o designer/autor.

A edição seguinte, de 1987, no entanto, foi marcada por produtos manufaturados em pequenas séries, caso dos móveis de Carlos Motta e do estúdio Erre e da luminária da Arquitetura da Luz. Mas tiveram forte presença produtos industriais, alguns da esfera do mundo do trabalho, como o micro-computador da Digirede, projeto de Roberto Brazil, uma *composer* gráfica, da Forma computadores, projeto de Neissan Monajem e um telex da Lapsen, projeto do escritório Forma & Função.

Os computadores e afins devem sua existência ainda nesse período à lei de reserva de informática (aprovada em outubro de 1984), que proibia a importação desses bens, o que estimulou o desenvolvimento de empresas brasileiras da área. Ao mesmo tempo, a ideia do estúdio, do móvel feito por marceneiros ou confiados a terceiros e comercializados em pequenas lojas dos bairros centrais de São Paulo marcam características do período.

Elas se intensificam no ano seguinte, com a premiação da cadeira *Gaivota*, de Reno Bonzon, outro dos designers/marceneiros que passaram a vender sua produção de pequenas séries; e de Maurício Azeredo, premiado por peças de madeiras maciças, construídas nos moldes da marcenaria, bem distante do mundo industrial. Outros móveis fabricados em pequenas marcenarias também receberam prêmios, além de protótipos e de produtos industriais, como geladeira e linhas de torneiras.

Embora o Prêmio esteja longe de constituir reflexo do estado da arte da indústria brasileira, fica claro que as políticas de Estado encontram ressonância aqui. Logo depois da eleição de Fernando Collor à presidência e a abertura das importações, os produtos industrializados rareiam nas edições de 1989 até 1997. (ver tabela) E ganham força projetos de pequenas séries ou modelos e peças únicas que, em 1990 chegam a 20, enquanto os produtos industrializados somam apenas seis.

Essa equiparação de itens industrializados, fabricados em pequenas séries ou mesmo únicos evidenciou algumas mudanças na oferta de móveis. Muitas das pequenas indústrias/manufaturas de móveis residenciais modernos do período de industrialização intensiva (Oca, Móvel Contemporânea, l’Atelier, Mobilinea instaladas no governo JK em diante) já haviam fechado ou mudado de vocação (caso da Probjeto que se dedicou a móveis de escritório). Seus objetivos iniciais haviam sido produzir móveis de qualidade a um público das novas classes médias urbanas. Nos anos 1980 surgiu um novo perfil de arquiteto/designer/empreendedor que fabricava suas próprias peças em oficinas artesanais (Carlos Motta, Reno Bonzon) ou que terceirizava a produção (Fúlvio Nanni, da Nanni Movelaria). Esse momento produtivo abriu espaço para intervenções que aproximam as peças de uso cotidiano de objetos escultóricos, sem qualquer preocupação com a formatação industrial, das séries, da grande produção. E também avizinhou esses designers dos consumidores de alto padrão aquisitivo, habituados ao consumo de grifes.

Esse design é dado constante em nossa realidade. Como observou o economista Luciano Coutinho em 1997: “O design para lotes diminutos de produtos de luxo, semi-artesanais, sempre existirá, mas não é suficiente para alavancar as atividades de design de forma bem estruturada e profissional”.⁵³

53 COUTINHO, Luciano. “Estratégia empresarial e design”. Palestra proferida no workshop *Interação com a indústria em debate*. DI, jan. de 1997, n. 15, p. 5.

	Industrializados	Pequenas séries	Modelos ou peças únicas	Projetos	Indeterminados
1986	5	3	1	-	-
1987	10	5	1	-	-
1988	6	6	2	1	3
1989	1	3	1	2	1
1990	6	18	2	7	-
1991	1	8	4	-	1
1993	5	8	3	-	3
1994	3	9	2	-	3
1995	4	13	2	-	2
1996	5	6	4	-	3
1997	6	3	-	-	-
1998	8	11	2	-	4
1999	6	4	3	-	-
2000	5	4	3	-	-
2001	13	4	2	-	-

Produtos vencedores. A categoria projeto desapareceu depois de 1991. Aquilo que chamamos aqui de modelos ou peças únicas é denominado pelo mcb de ‘protótipos’.

Lustre fabricado por Edith Diesendruck e detalhe da luminária SSS, projeto de Fabio Falanghe e Giorgi Giorgi Jr, produzida pela Lumini.
(Fonte: www.mcb.sp.gov.br/ e www.lumini.com.br)

54 Eu mesma já escrevi e já mostrei em exposição as três peças da SSS, projeto de Giorgi Giorgi Jr. e Fabio Falanghe: o modelo construído pelo estúdio com improvisado de ferramental; a peça fabricada pela Lumini, de base metálica; e a subsequente, produto da Artemide, cuja base é de plástico injetado. Esse é um estudo de caso que vale a pena por mostrar como o design industrial não é resultado de gesto individual. As opções técnicas de cada empreitada conformam também o objeto.

A equiparação dessas esferas tão distintas no mundo produtivo (a alta costura e a confecção de massa) se coaduna com a ideia de que “tudo é design”, não importando a escala e o circuito de consumo, que compreende a distribuição. É desse período em diante que a palavra designer se torna onipresente, batizando cozinheiros, cabeleireiros, manicures, joalheiros, ceramistas.⁵⁵

5 Quando o nome vale por marca

Até o próprio tempo envelhece. Pirâmides, arcos de triunfo e obeliscos são pilares de gelo que derrete. Nem mesmo aqueles que encontraram um lugar sob as estrelas do céu conseguiram manter sua glória para sempre. Nimrod perdeu-se em Órion, Osiris na Síria. Apenas três carvalhos viveram mais do que as maiores linhagens. Colocar o nome em alguma obra não assegura a ninguém o direito de ser lembrado, pois quem sabe se não foram exatamente os melhores que sumiram sem deixar rastros.
W.G. Sebald

A partir do período de Carlos Bratke, os prêmios passaram a ser nomeados, homenageando figuras do passado: Prêmios Joaquim Tenreiro, Lina Bo Bardi, Gregori Warchawchik, Roberto Aflalo, Flávio de Carvalho, Lasar Segall e Fúlvio Nanni, esse último destinado a ensaios críticos.⁵⁶ E em 1992 a exposição dos premiados foi acompanhada de salas de homenagem a designers. A ideologia carismática dos autores acompanhou a exposição do acervo do Museu. Nela estão até hoje móveis do passado, anônimos, e peças do chamado modernariato, todas assinadas.

A importância da grife dos autores, pressuposto do design autoral de algumas grandes empresas norte-americanas e europeias⁵⁷ se (r)estabeleceu também na pequena produção artesanal⁵⁸. Ela atingiu, no Prêmio, uma área importante. A consagração dos designers como autores somada à flexibilização da produção do período pós-fordista foi terreno fértil para a produção de objetos sazonais ou exclusivos.

55 A professora Ana Claudia Berwanger vem discutindo o tema. Em artigo sobre o design ou o desenho industrial na revista Veja, de 1969 a 2009, ela mostra como, a partir de 1994, as reportagens da revista entendem o design como algo que proporciona o deleite, “valorizando os produtos pela sua capacidade de promover sensações positivas, como a tranquilidade, o humor, a alegria, e até mesmo o arrebatamento e a gratuidade”. Segundo Berwanger, “as reportagens do quadrante da Informação predominam até o fim dos anos 80, enquanto as reportagens do quadrante da Euforia passam a predominar fortemente a partir de 1994”. BERWANGER, Ana Claudia. “Concepções de design no Brasil, de acordo com a revista Veja”. *Agitprop*, 36, Ano III, janeiro de 2011.

56 Também não analiso aqui esta última categoria, bastante confusa até a gestão recente de Miriam Lerner. Ensaio crítico pode ser dissertação de mestrado, tese de doutorado, livro publicado, artigo enviado a Congresso, portfólio de designer. Convidada algumas vezes para integrar o júri dessa modalidade, escrevi sobre esta questão, que resulta, na área editorial, da mesma matriz dos produtos: a justaposição de projeto, modelo ou peça única e produto industrializado ou fabricado em pequenas séries de modo manufatureiro.

57 Basta lembrar a grife de Raymond Loewy que, desde os anos 1930, era assumida por indústrias de eletrodomésticos, automóveis, carrocerias de ônibus, locomotivas, entre outros. As grandes empresas de mobiliário moderno norte-americanas; as fábricas italianas, especialmente as do pós II Guerra Mundial. Entre nós, salvo engano, o designer começou a ser nomeado de forma mais ampla, (não apenas apondo sua assinatura em certos produtos como capas de livros ou discos) pelos próprios designers, a partir das exposições.

58 Restabelece-se, pois o designer de móveis manufator já fora fenômeno do pós-Guerra, tais como Joaquim Tenreiro, Sérgio Rodrigues (Oca) e coletivos como o do Móveis Branco e Preto.

Também o otimismo gerado pós queda do muro de Berlim foi um ingrediente da chamada “autoprodução” dos designers. Robert Kurz diz que nos anos 1990, enquanto há deterioração econômica, germinam ideias de otimismo, jovialidade e alegria:

*Nem a coerção burocrática intensificada nem a crítica social estavam na ordem do dia, mas sim a total “auto-responsabilidade” na crise. Indivíduos permanentemente autônomos deveriam, cada um por si só, dar conta de todos os problemas de modo jovial, dócil, alegre, livre e, sobretudo, criativo.*⁵⁹

Esse novo tipo de produtor também é o novo tipo de consumidor dos anos 1990, o que David Brooks chamou de “bobos” (*bourgeois-bohèmes*) que, nesse anos, adotaram modos “alternativos” e consumistas de vida, simultaneamente.⁶⁰

Gui Bonsiepe diz que:

*[...] esse processo [de subordinação ao marketing] fomenta um autorreferencialismo de dimensões desconhecidas em épocas anteriores. A arquitetura culmina na starquitecture, na arquitetura das estrelas. A pessoa do designer adquiriu mais importância que o próprio design. Entre a concepção do design como serviço e o design como atividade voltada para si mesma existe uma profunda brecha. Antes o papel do designer era comparável ao papel de uma atriz ou de um ator no teatro: posicionar-se ao lado do personagem que representa e não confundir a contingência da pessoa com o papel que está sendo representado no teatro*⁶¹.

A ata do Prêmio de 1997 traz sugestão da diretoria do Museu de que o Prêmio fosse bienal. Talvez aí estivesse preocupação de organizar melhor o Prêmio e fazendo que ele não se tornasse o centro de atividades do Museu. Também talvez levasse em conta a necessidade de tempo mais distendido para que houvesse maior quantidade de inscritos, o que faria elevar a qualidade dos premiados. O Prêmio continuou anual e, nesse sentido, se adequou à lógica frenética dos lançamentos de produtos, que caracterizam o pós-fordismo.

Em 1998, o júri sugeriu que se separassem peças industrializadas e não industrializadas. E que houvesse na ficha técnica o dado quantitativo de sua produção. De todo modo, até mesmo em seus catálogos, evidencia-se a centralidade do designer como autor. A separação exata entre projeto e produto só ocorreu muitos anos depois, em 2009.

Esta confusão conceitual do Prêmio permitiu que fosse institucionalizada a produção que Gui Bonsiepe chama de *neoartesanato urbano* ou de objetística os pequenos e, eventualmente, engenhosos artefatos feitos com baixa tecnologia, por jovens recém-formados e que tendem ao *fun design*.⁶²

59 KURZ, Robert. “O fim da cultura de diversão”. *Folha de São Paulo*, Caderno Mais, 7 de setembro de 2003, p. 12.

60 BROOKS, David. *Bobos in paradise*. New York: Touchstone, 2000.

61 BONSIPE, GUI. “Design e crise”. Palestra na ATEC Cultural em São Paulo, 20 de março 2012.

62 As duas expressões estão em vários textos e conferências de Gui Bonsiepe. No prefácio do livro *História del diseño en America Latina y el Caribe*. São Paulo: Blucher, 2008, o autor emprega a expressão neoartesanato urbano. Na

Geralmente vendidos em feiras, nas escolas, nos festivais de design acabaram adentrando o mercado das lojas “de design”, em alguns casos e mesmo ganhando redes de distribuição e fomentando o mercado de acessórios declaradamente efêmeros. Vale lembrar que nesse período surgiram lojas e formas de comercialização que adotaram a palavra design como fundadora de seus negócios. Uma delas é a feira chamada *Paralela Gift* que se define como feira de design de produtos contemporâneos, criada como alternativa à já antiga *Gift Fair*, feira anual de presentes que, rapidamente tratou de promover premiações de design.⁶³ Em 1994, esse mercado ainda mal estruturado ganhou uma espécie de editor /atacadista, a empresa Marco 500, que distribui para lojas de presentes e outras a produção dos designers ‘independentes’. Uma de suas características é que são assinados, mesmo que, muitas vezes, sejam adaptações e bricabraques de produtos já existentes, como por exemplo, um regador de plástico IKEA utilizado como suporte de lâmpada, vendido como “design de autor” em loja de museu.

Gui Bonsiepe faz a crítica a esta postura:

*Outra tendência atual do design são as tratativas para transformar design em arte – ou arte em design. Com o termo “design transdisciplinar” (transdisciplinary design) tenta-se diluir as fronteiras entre arte e design ou tornar mais permeável a parede que separa design e arte. Ao abrir as portas para produtos da vida quotidiana, os museus e galerias de arte elevam o status cultural dos objetos de design. [...], as tentativas atuais de revigorar o design, associando-o à arte, parecem bastante inócuas. Não considero isso como subversão. Ao contrário, são expressões de um neoconservadorismo que usa gestos radicais para deixar tudo como está. Essa nova classe – e não tão nova assim – de produtos reclama para si um status especial como produtos de designarte. Revestem-se de uma explícita indiferença, menosprezo, e até hostilidade contra o critério da utilidade. Em boa parte limitam-se a variações “artísticas” de produtos tradicionais, como cadeiras – a conhecida cadeiramania – mesas, luminárias e acessórios para o habitat pessoal. O design-arte encontra abrigo nos interesses de curadores que buscam novas temáticas para exposições, além da tipologia estabelecida em forma de pinturas, esculturas, instalações e artes digitais. Elevando o status cultural dos produtos elevam-se também os seus preços.*⁶⁴

Banco People da Quadrante Design, distribuído pela Marco 500.

(Fonte: rnatal.com/blog/)

conferência que deu em Barcelona, em 18 de outubro de 2010, refere-se à objetística. A meu ver o fenômeno da objetística está relacionado à grande quantidade de cursos universitários de design abertos a partir dos anos 1990. Ver a esse respeito LEON, Ethel. “Jovens objetos velhos”. *Agitprop*, Ano 1, n. 1, 15/01/2008.

63 Disponível em www.paralela.gift.com.br. Acesso em 17/04/2012.

64 BONSIPE, Gui. “Tendências e antitendências do design industrial”. Conferência realizada no 4th International Forum of Design as a Process. Belo Horizonte, 11 de setembro de 2012. Arquivo digital enviado à A.

6 Artificação

A valorização do designer como autor (que, nos processos industriais é um entre muitos agentes) favorece o que vem sendo chamado de *artificação*.⁶⁵

Segundo Roberta Shapiro, uma das autoras responsáveis pela cunhagem do termo,

*A artificação designa o processo de transformação da não arte em arte, resultado de um complexo trabalho que engendra uma mudança de definição e de estatuto das pessoas, dos objetos e das atividades.*⁶⁶

*[...] a artificação é o resultado do conjunto de operações, práticas e simbólicas, organizacionais e discursivas por meio das quais os atores se põem de acordo para considerar um objeto ou uma atividade como da arte.*⁶⁷

Antes de conhecer a noção de artificação, atribuí o fenômeno do crescimento da objetística, ao enorme crescimento do ensino privado de design que se realizou durante os anos 1990 e 2000. Ao obter o conhecimento de alguns meios técnicos primários aprendidos em oficinas de escola; ao manejar alguns conceitos artísticos e ao não encontrar mercado de trabalho, os jovens designers passaram a produzir “por conta própria” e a cuidar da distribuição. Como no meio da arte de vanguarda do começo do século xx, uma das maneiras de formar o mercado foi a venda entre pares. Tratou-se de produção feita por jovens para jovens, descomprometida, portanto, dos objetivos do design industrial que é a produção anônima, para muitos. Essa produção de recém-formados, realizada em pequenas oficinas, utilizando matérias primas como alumínio, madeira, materiais reciclados etc. tratados com técnicas de baixo custo (e raramente moldes de injeção de plásticos, por exemplo), passou a se apresentar em concursos e prêmios de design. Sua aspiração era a musealização como meio de divulgação junto a grandes empresas. Trata-se de aspiração à artificação.

Embora próxima da noção de legitimação, a artificação difere ao discutir a gênese daquilo que é considerado objeto de arte ou atividade artística, ao passo que a legitimação institui gradações de valor no interior do mundo da arte. Na discussão de artificação, a pergunta é quando uma atividade ou objeto são considerados artísticos? O que interessa aqui não é perguntar sobre o que é arte, em perspectiva ontológica, mas partir do pressuposto de que arte é aquilo que determinados públicos dizem ser arte. Para os autores comprometidos com esta questão, o mundo contemporâneo vive muitos processos de artificação, fruto, entre outros, do grande alcance da educação entre a população. O movimento de artificação se faz acompanhar da estetização, da profissionalização e da individualização. Também o fato de a arte ainda se situar no território enobecedor das atividades humanas faz que sirva de modelo e aspiração, o que se demonstra na língua coloquial na expressão “tal cirurgião (cozinheiro, costureiro, marceneiro) é um verdadeiro artista”.

⁶⁵ Aqui devo agradecer enfaticamente à professora Maria Lúcia Bueno que me apresentou à questão.

⁶⁶ HEINICH, Nathalie e SHAPIRO, Roberta. *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*. Paris: Éditions des hautes études en sciences sociales, 2012, p. 20.

⁶⁷ *Idem*. p. 21.

Desde a escola de Ulm, a partir da direção de Tomás Maldonado, que declarou o design industrial como território independente das artes, existe constante debate no meio sobre a questão. Historicamente, ora os designers se declaram artistas, ora apregoam suas qualidades de não artistas.⁶⁸ Ao se afastarem da categoria artistas, os designers estariam fincando pé no terreno do projeto das coisas úteis. E ao se aproximarem dela, estariam ressaltando suas características expressivas, frequentemente auto expressivas.

As atividades do design de produtos⁶⁹, como aquelas da moda⁷⁰, se exercem em muitos níveis: nas fábricas de produtos de massa, nos ateliês e pequenas oficinas que fabricam itens de luxo; nas marcas que comercializam produtos com nomes de designers. Os processos de artificação se realizam mais nos dois últimos. Enquanto processo, a artificação não é um conceito fixo e depende permanentemente de inúmeras negociações dentro do campo em que se exerce.

Com a crítica do projeto moderno realizado, em primeiro lugar, por grupos de vanguarda, tais como os italianos Memphis e Archizoom, a noção de utilidade, de simplificação formal passou a ser questionada em nome de presença expressiva e crítica dos objetos. Designers realizaram verdadeiras instalações artísticas, espécie de “art specific”, sem qualquer preocupação com a serialização, antes, recusando-se a ela. Historicismos, referências ao pop, kitsch, figuração e narratividade foram componentes do design pós-moderno em sua fase de contestação do funcionalismo e do que ele representava: a padronização *highbrow* de uma “cultura de consumo” destinada a homogeneizar o mundo, a massificar os indivíduos.

No entanto, rapidamente os estilemas do pós-moderno foram adaptados à indústria de massas, criando apenas mais uma possibilidade expressiva, que ganhou vigor, sobretudo, em mercados saturados.

Os objetos únicos ou em pequenas séries que começaram a ser fabricados contestaram as noções de utilidade e a normatividade funcionalista que vigorava no design industrial e que era eleita a modalidade estética dominante por instituições como o MOMA. No Brasil, o processo dos irmãos Campana poderia ser estudado a partir desta ótica. Sua primeira exposição chamou-se *Os desconfortáveis*. Tratava-se de questionar noções de conforto do corpo ligadas

Luminária Cuca, projeto de Renato Santomauro, premiado (primeiro lugar) no 12º Prêmio Design MCB. A reutilização de produtos industrializados como componentes fez parte de estratégia do chamado ‘design jovem’ dos anos 1990. A Universidade de Veneza manteve um projeto chamado ‘Niente da Fare’ com essa perspectiva. Não se trata de retomada do projeto de Lina Bo Bardi, que mostrava o reuso, dado pela necessidade, de quem reciclava latas e outros utensílios. Aqui o produto se destina a mercados saturados, ávido por novidades.

(Fonte: www.mcb.org.br/pd/pdPeca.asp?sEdic=37&sMenu=5&sPeca=54/)

⁶⁸ Esta seria uma pesquisa e tanto a ser feita entre nós!

⁶⁹ Design de produtos é a denominação estabelecida a partir do inglês para a redefinição de design industrial. Produtos, nesta denominação, seriam os tridimensionais.

⁷⁰ Existem muitas afinidades, cada vez maiores, entre o mundo da moda e certa esfera do design enquanto proponentes à artificação. A estudiosa da moda Diana Crane explica muitos dos mecanismos e processos dos estilistas que, aliás, ela denomina designers, muito próximos ao que sucede com os designers/artistas. CRANE, Diana. “La mode.” In: HEINICH, Nathalie e SHAPIRO, Roberta (orgs.). *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*. Paris: Éditions des Hautes Études en Sciences Sociales, 2012. pp 241–251.

à ergonomia, à racionalidade projetiva, à adequação dos materiais. Encontrou eco entre jornalistas de design que escreveram que uma cadeira só é utilizada, de fato, algumas horas por dia, nas demais é artigo para ver.⁷¹

É esse afastamento da ideia de utilidade que aproxima o designer do artista. Ao transgredirem os códigos das cadeiras do *good design*; ao fazerem uso de materiais inusitados para o fabrico de seus objetos; ao configurarem a narratividade como expressão; ao refazerem clássicos do design (como a *Coconut Chair* de George Nelson) em outro material, os Campana abriram um horizonte de intervenção do design que muito se aproximou da arte.

Como eles, outros também seguiram esse caminho, seja resignificando materiais e mesmo objetos; seja reabrindo as vertentes do historicismo; seja na assunção do objeto único ou em pequenas séries. Muito do que foi e é feito nessa perspectiva propõe efeitos táteis e plásticos, em apelo à dita experiência sensorial dos usuários. Muitos – e os Campana são exemplares – começaram a comportar-se como se espera que artistas desafiantes se comportem.⁷² No entanto, o mundo do design, por mais aurático que possa se manifestar, está diretamente ligado ao circuito comercial, do consumo. Ao emprestarem seu nome (e seus estilemas) para empresas de calçados de plástico, nada mais fazem que nomear (no sentido de colocar sua grife) produtos de massa, produzidos em larguíssima escala.

Aqui há uma grande diferença entre design e moda. Enquanto os grandes estilistas têm empresas que mantém na ponta a alta costura, hoje com função predominantemente mediática; um *prêt-à-porter* de luxo e indústrias de massa, os designers, mesmo aqueles mais ligados ao *star-system* apenas emprestam seu nome ou projetam para negócios que não lhes pertencem.

O MCB aponta, com muitas ambiguidades, para a artificação do design, adotando uma espécie de continuidade, em seu acervo, das artes decorativas e do design assinado. O desenho industrial dificilmente pode ser artificado⁷³, pois vive a tensão entre técnica e arte, assim como Nathalie Heinich e Roberta Shapiro dizem da arquitetura.⁷⁴ O Museu da Casa Brasileira, por manter um prêmio consagrador, que cumpre a função de selo comercial;⁷⁵ ao dedicar salas com mostras de indivíduos/autores, e ao ter igualado design industrial e objetística aponta para esta artificação.⁷⁶

Talvez o MCB não tenha sido bem sucedido em termos financeiros como tantos outros museus, que emprestam espaço expositivo para empresas. Quantas delas não ganharam mostras em

museus referenciais como o Georges Pompidou, o Louvre, o MOMA, o V&A etc.? Com isso, estas instituições se tornam alvo das investidas de marketing das empresas.

O acervo e sua atualização por meio de pesquisas é o que menos parece fazer o MCB na área do design.⁷⁷ A importância do museu nessa área se dá principalmente pelas exposições efêmeras que organiza, entre elas, com destaque, a do Prêmio. Como o design se transformou em modelo de efemeridade, é possível dizer que a luva foi vestida com justeza.

Não consegui precisar em que momento o acervo se cristalizou tal como se apresenta hoje. Lá estão os designers cantados em verso e prosa por todos que admiram o design moderno brasileiro: Celso Martinez, Joaquim Tenreiro, Sérgio Rodrigues, Michel Arnoult, José Zanine Caldas, Paulo Mendes da Rocha, inventariados por Maria Cecília Loschiavo dos Santos em seu livro.⁷⁸ Minha hipótese inicial de que o museu construía uma narrativa mudou. Pensava que a narrativa estivesse nas ações mais permanentes do MCB. Penso agora que esta narrativa existe, mas está fora do acervo e se localiza na exposição anual do Prêmio e nas salas dos designers consagrados, organizadas junto com as exposições do Prêmio e ao longo do ano. O acervo apenas reforça parcialmente esta história, situando os modernos junto com os históricos dos séculos anteriores ao xx.

É o elogio do design-moda, aquele de duração anual. Assim como a moda, o design tem estatuto inferior ao das artes visuais. O acervo do MCB que é mostrado ao público foi construído a partir da visão das artes decorativas e desconhece o percurso do passado próximo, em que a atividade

Móveis de diversos períodos são justapostos e sobrepostos em espaço reduzido, com sumárias legendas. A taxonomia adotada é a-histórica e se apoia em pretensas 'funções' do corpo como dormir, sentar, guardar, servir, indicadas em placas. Os tablados nos quais se apoiam os móveis são de cores e alturas diferentes, sem corresponder às tabuletas indicadoras das 'funções'. A coleção guarda exemplares do século XIX, XIX e também alguns móveis modernos, dos anos 1950 em diante. Fotos da A.

71 Foi o caso de João Carrascosa que escreveu artigo intitulado "Para sentar ou para olhar" no qual mostra a desobrigação dos designers de se aterem à ergonomia ou ao conforto. In: *Design & Interiores*, ano 2, n. 12, jan./fev. 1989, pp. 58–61.

72 Muitas das apresentações dos Campana em conferências são feitas sob o modelo da dupla de artistas Gilbert e George.

73 O máximo que acontece é que as empresas chamam artistas para ornamentar seus produtos em tiragens limitadas. Isso não lhes confere atributos artísticos propriamente ditos. Ao contrário, artistas que aceitam tais convites, são rebaixados no mundo da arte.

74 HEINICH, Nathalie & SHAPIRO, Roberta. "Posface". In: HEINICH, Nathalie e SHAPIRO, Roberta. *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*. Paris: Éditions des hautes études en sciences sociales, 2012, p. 279.

75 Em troca de comentários em torno dos problemas do regulamento do Prêmio MCB, o designer Eduardo Baroni escreveu o seguinte: "Os prêmios ajudam na divulgação dos profissionais e de seus produtos [...]. Há lojas que sequer olham seu trabalho se você não tiver um prêmio do MCB. Se você discorda dos selecionados pelo prêmio, não culpe os designers. Estes somente querem divulgar o seu trabalho". *Agitprop*, 11, ano 1, dezembro de 2008.

76 Ver, por exemplo, a mostra de objeto únicos, feitos por Hugo França, nos jardins do MCB.

77 Sem verbas e/ou espaço para aumentar seu acervo, o MCB poderia, a partir de seu setor de pesquisa, vivificar o acervo existente, por meio de inúmeras atividades que, de fato, o aproximassem do conceito de cultura material ou de design como elemento a ser investigado por antropologia do cotidiano. Ver a esse respeito o artigo BATCHELOR, Ray. "Not looking at kettles". In: PEARCE, Susan M. (ed.). *Interpreting objects and collections*. London; New York: Routledge, 1994.

78 SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. *O móvel moderno brasileiro*. São Paulo: Edusp/Nobel/Fapesp, 1995.

fora convocada a tarefas amplas, de grande alcance. Como observa Néstor Garcia Canclini, ao discutir museus e sua ausência até algumas décadas atrás, na América Latina:

*[A ausência dos museus] revela, é claro, o descaso com a memória. Mas também a falta de outra função mais sutil dos museus: construir uma relação de continuidade hierarquizada com os antecedentes da própria sociedade.*⁷⁹

O Museu que se anuncia como “de design” faz, em seu acervo, a ponte entre os móveis de estilo e os autores consagrados do modernariato, que são expostos todos juntos. Por meio do Prêmio, acentua a cultura do designer/autor, colocando em pé de igualdade a objetística e o produto industrial. Torna-se referência interna, dos designers/autores, sem mostrar preocupação com o sentido público da atividade projetual.⁸⁰ Essa narrativa deixa os anos 1970 e sua rica produção do design brasileiro de fora e confina o design ao mundo doméstico de elite.

Nos anos 1990 o design se torna componente essencial da vida de prazer. A revista *Wallpaper*, criada em 1996, que também edita guias de viagem é, talvez, o principal meio de comunicação mundial de compreensão da arquitetura, design/arte, turismo, gastronomia como formas de auto satisfação. A palavra design, a partir dos anos 1990, invade a vida cotidiana e se torna quase um sinônimo de estilo (“esse carro, geladeira, telefone etc. tem design”). Desse modo, está na vida cotidiana, mas de modo desgarrado, como se outorgasse um título de nobreza àquilo que encarna. A noção de autoria individual é importante para a criação dessa “aura” do objeto comum, seu valor configurado como transcendente. Nesse sentido, circunscreve-se no circuito de artifização.

Se no passado as vertentes construtivas da arte latino-americana e brasileira, em especial, batiam-se pela arte no cotidiano, incursionando pelo mundo do design⁸¹, dos anos 1990 em diante, ao contrário, o design quer ser promovido ao estatuto superior da arte. O Museu da Casa Brasileira tem sido partícipe dessa trajetória.□

79 GARCIA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp, 2003, p. 141.

80 Em 2010 dei palestra sobre cartazes no MCB, que promovia o concurso anual do pôster do Prêmio Design. Conduzi minha fala para mostrar que o cartaz tem pouquíssimo espaço na cidade. E que caberia ao MCB abrir o diálogo com o poder municipal, sobretudo depois da lei da cidade “limpa” para estabelecer suportes de cartazes culturais, sobretudo em locais de grande passagem de pedestres. A resposta do MCB foi lançar um chamado para receber cartazes, que poderiam ser afixados em painel no interior do Museu.

81 É possível lembrar aqui as embalagens de biscoitos Piraquê feitos para Lygia Pape; as marcas de Maurício Nogueira Lima; as estampas de Antonio Maluf; os jardins de Waldemar Cordeiro, entre muitos outros projetos.

1 Os vários sentidos da heteronomia do design brasileiro

As iniciativas de coleções e de aproximação do design com os museus no Brasil, embora não se limitem às que estudei, têm seus protagonistas no MASP, no MAM-RJ, no MCB e no NDI da FIESP. O design, nessas instâncias, parece governado de fora, heterônomo, assim como a própria prática de projeto é heterônoma. Ele balança conforme os arranjos da orquestra. A heteronomia participou e ainda participa, em certos setores, da retórica do designer industrial como “raridade específica”, estabelecendo uma divisão com o mundo das artes. Esta caracterização do designer não-artista cabe perfeitamente no discurso de catequese de parcela significativa dos empresários, que dizem almejar alguém capaz de reduzir-lhe custos, aperfeiçoar recursos, racionalizar processos. (Os industriais frequentemente se queixam da postura de artistas dos designers, que “inventam moda” e abandonam os problemas nas mãos da engenharia.) Foi largamente empregada (ainda é) na afirmação do design de produtos de linhagem moderna, que buscou a indústria e o grande alcance.

A heteronomia, no entanto, ajuda a explicar porque algumas iniciativas não vingaram, como é o caso do IAC–MASP. No MASP, o design foi uma espécie de cruzada do moderno e o esboço de formação de um campo, no sentido bourdesiano, que não teve apoio dos empresários ou do governo. Quem o mantinha estava comprometido com espécie de ‘burguesia oligárquica’ (Pietro Bardi a serviço de Assis Chateaubriand). A ideia de modernidade do período estava presente em esferas representacionais – os grandes monumentos do IV Centenário de São Paulo; o prestígio cultural da Bienal de Artes e mesmo nas imagens corporativas, tarefas a que ex-alunos do IAC se dedicaram. Mas estava longe do chamado chão de fábrica.¹ E só viria a ganhar importância na indústria, a partir do plano quinquenal de Juscelino Kubitschek, desencadeado a partir de 1955. Esta é também, ao mesmo tempo, evidência de heteronomia: o design depende o tempo todo de ações do campo econômico; de iniciativas governamentais.

E estas se realizaram com a fundação da ESDI em 1963, bancada pelo governo de Carlos Lacerda e, em seguida, a organização da Bienal de Design, sustentada pelo MAM–RJ e financiada, no começo, pelo Itamaraty e por outras instâncias do governo federal. As Bienais e o IDI–MAM operaram dentro dos limites da ditadura militar, em período de grande expansão econômica e centralização de decisões. A equipe dirigente do MAM–RJ se submeteu aos ditames de personagens que regiam políticas governamentais. Desse modo, enquanto as Bienais tiveram o suporte do Itamaraty (Wladimir Murtinho), conseguiram funcionar. Depois, a tecnocracia de outros ministérios ditou as regras, a Bienal foi extinta e o IDI se dedicou a tarefas *hard*, entre elas a de embalagens, que se coadunava com a política exportadora do governo.

Com as Bienais do Rio de Janeiro houve uma defesa do lugar social do design, a reafirmação de seu compromisso com as empresas e também suas relações internacionais. A arte contemporânea que Bardi defendia para São Paulo e para o MASP se realizou no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro vinte anos depois. As três Bienais mostraram inserção crescente do desenho brasileiro nas indústrias do país. Revelaram também um debate que alcançou os jornais diários e as revistas especializadas. Já em sua primeira edição, chamou a atenção dos dirigentes do MOMA, que tentaram fundar aqui um Centro de Design com mostra permanente de parte de sua coleção numa tentativa de fortalecer o *American Way of Life* no hemisfério sul. A I Bienal também evidenciou a postura crítica de alunos da ESDI que não aceitavam o desenho industrial nos moldes da “boa forma” alemã e discutiam publicamente a opção pelo consumo e a defasagem técnica da periferia, como se procurou demonstrar. Nos anos posteriores à Bienal, círculos governamentais exteriores à área da cultura transformaram a equipe de desenhistas industriais em coadjuvantes das empreitadas de desenvolvimento econômico.

Esses dois últimos aspectos – a inserção cada vez maior do design em projetos de grande porte no cotidiano representacional e produtivo de empresas brasileiras e também a crítica dos alunos de 1968 merecem, a meu ver, muito mais atenção por parte dos estudiosos, sobretudo aqueles que afirmam a inocuidade da ESDI e seus egressos, o não diálogo com a realidade brasileira. Entre outras questões, esse discurso ignora a importância da constituição do campo do design brasileiro, que IAC, *Habitat*, crítica nos jornais, ESDI, Bienais, IDI–MAM, ABDI e outras instâncias ajudaram a construir. Também denega o design de grande alcance público realizado nos anos 1970. Em terceiro lugar, abre espaço para

1 Grosso modo, claro, como toda periodização. Pois nos anos imediatamente posteriores à II Guerra, há elementos novos muito importantes na indústria de bens de consumo domésticos brasileiros, como não fogões Dako e outros. Para tanto, ver LEON e MONTONE o capítulo “Brasil”, *Historia del diseño en America Latina y el Caribe*. São Paulo: Blücher, 2008.

a valorização dos designers anteriores a 1950, o que tem grande validade, ao relativizar a dominância moderna, mas sem tentar estabelecer linhagens com períodos posteriores. Nesse sentido, esses estudiosos praticam, com sinal trocado, aquilo que acusam os modernos de cometer: rupturas temporais que não ajudam a formar tradições.² Em quarto lugar, os aspirantes à legitimidade institucional também vêm reificando o pensamento de personagens como Aloísio Magalhães e Lina Bo e sua defesa de aspectos da chamada “cultura popular” ou do “pré-artesanato” brasileiro. Ao retirar esses discursos de seu lugar e seus compromissos históricos, o pensamento mais recente do design brasileiro passa a defender uma espécie de retorno idílico a práticas de sobrevivência como caminho de resolução de grandes problemas nacionais.³

Na FIESP vemos uma elite industrial, empresários cultos e também participantes de esferas de poder cultural, como a presidência da Fundação Bienal (Luis Villares), a Secretaria de Cultura (José Mindlin) e também o conselho internacional do MOMA que decidem trazer para o Brasil uma réplica da coleção do Museu nova-iorquino e associam esta mostra a ações de incentivo do design industrial nacional. Atuam com independência frente ao governo federal e estabelecem sua própria política de divulgação do design. Novamente relações internacionais estão presentes.

A fundação do Núcleo de Desenho Industrial teve, em seu começo, vocação desenvolvimentista, ao atuar junto à indústria e fazer mostras comprometidas com questões tais como ergonomia, design público e iluminação. A intenção do MOMA de enviar a coleção em 1969 para o MAM–RJ ou para a *Unión de la Industria Argentina* acabou resultando em sua vinda. Agora reivindicada aqui, pela Federação das Indústrias de São Paulo, quase 10 anos depois.

Coexistiu com o IDI–MAM e a fundação do NDI–FIESP a abertura do Museu da Casa Brasileira que em nada se aproximava do desenho industrial. A discussão da boa forma, da relação designer indústria ou mesmo do bom gosto moderno passava bem longe da Avenida Faria Lima. Lá se discutiam concepções de museus casa, algumas aspirando à preservação do palacete Crespi Prado tal como fora habitado por seus proprietários. O museu etnográfico da casa brasileira prevaleceu sob a direção de Ernani Silva Bruno, mas fazendo grandes conciliações com quem desejava museu histórico, o que se depreende das aquisições. O MCB apresentou, num primeiro momento, faceta conservadora de parte de seu conselho, preso a referenciais federativos (glória aos paulistas), característica de elite patrimonialista. Mesmo na gestão de José Mindlin na Secretaria de Cultura do estado, a vocação que ele apresenta para o MCB é de uma provável matriz de pesquisa para os museus casas que viriam a ser criados.

O design só entra no Museu pelas mãos do publicitário Roberto Duailibi (1986), cuja gestão como diretor do MCB, apontou para o alinhamento com a política museal que se estabelecia nos Estados Unidos e na Inglaterra, de privatização e de maiores vínculos com o mercado. No entanto, a instituição reunia agentes sociais muito diversos em seu conselho e as relações com a Fundação Crespi Prado, o desejo de alguns conselheiros de transformá-la em casa-museu, mantendo aos ambientes do passado, o

2 Remeto aqui especificamente à formação da tradição no texto canônico de Antonio Cândido *Formação da literatura brasileira*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1981. Segundo o autor, não basta existirem obras isoladas para configurar um sistema, que depende das obras, dos autores e das relações com o público.

3 Provavelmente assistimos aqui ao que Boltanski e Chiapello definem como a crítica ao fabricado e a mercantilização da autenticidade. Trata-se de opor o artificial ao espontâneo, o mecânico ao vivo, o sincero ao estratégico etc., tema para trabalho específico. Ver BOLTANSKI, Luc e CHIAPELLO, Eve. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009, p. 453.

vínculo com antiquários fez que o Museu fosse uma espécie de território em disputa. Depois de muitos vaís e vens da política museal, é na direção de Marlene Acayaba que o MCB concilia propostas conflitantes e se consolida como, ao mesmo tempo, um museu de artes decorativas ou mobiliário artístico do passado; um museu que fomenta o design e que sedia a coleção Crespi Prado, apresentada em espaço próprio, com a preocupação de levar ao público uma espécie de “nostalgia”, nas palavras da ex-diretora.

O período que vai de Roberto Duailibi em diante (1986–2002) se caracteriza, no mercado, pelo surgimento da objetística, a profusão de pequenos objetos, fabricados em caráter artesanal, de baixa complexidade e próximos do chamado *fun design*. Autoral, distante de bases industriais, esse design assume certa postura pós-moderna, ao recusar a boa forma e propor objetos únicos ou em pequenas séries com variações unitárias.

Design, nesse período, deixa de ser design industrial (adota-se a nomenclatura design de produto para qualquer produção tridimensional). O MCB, com seu prêmio, passa a fomentar essa alternativa das centenas de jovens formados em escolas particulares que se multiplicaram nos anos 1990, não só no Brasil. No livro *Scenari del giovane design*, o historiador do design Vanni Pasca⁴ fala do pragmatismo dos jovens que produzem modelos para mostrar em feiras ou concursos e que os fabricam. Minha hipótese aqui⁵ é de que a passagem do fordismo para o capitalismo dito flexível tem muito a ver com esse design jovem. No capitalismo recente, as empresas internacionais se “livraram” do peso da produção, repassando-a para terceiros, geralmente em países distantes de suas sedes ou ainda desdobrando sua produção em cadeia de terceiros, orquestrada pela matriz. A produção, em muitos casos, deixou de ser o centro estratégico e os segredos industriais estão na pesquisa tecnológica, no marketing e, certamente, no design. Os jovens designers têm noções de marketing e detêm instrumentos projetuais que possibilitam desenhos capazes de fugir das soluções caras ou de grandes investimentos. Muitos adotam técnicas que dependem de mão de obra intensiva, o que, especialmente nos países periféricos, é fácil de conseguir a preços módicos.

Também se deve ao novo capitalismo a crise do estado de bem-estar social e o consequente incremento do ensino privado.⁶ O ensino de terceiro grau é um dos negócios que mais crescem no mundo, nessa nova aposta do capitalismo no setor de serviços. Um dos cursos que se destacam, em todo o mundo, é o de design. As empresas precisam de “criativos” para lançar novos produtos a cada estação. E os empresários do ensino atendem a essa demanda, montando cursos apoiados em outros pré-existentes como arquitetura e engenharia, comunicação, artes plásticas, publicidade. A não regulamentação facilita a montagem de cursos privados que concedem diplomas a milhares de jovens, sem que haja mercado para absorvê-los. Muitos deles decidem tornar-se “empresários de si próprios”, acalentados por uma literatura de autoajuda empresarial de estímulo às pequenas empresas, às oportunidades do mundo sem carteira assinada e sem direitos previdenciários. O MCB acompanhou o mercado e legitimou as esferas autorais e da objetística em momentos em que se erodiram, no mundo, as formas sociais democráticas. Justamente quando o design passa a ser o epíteto do museu, instituição tradicionalmente próxima de atividade considerada nobre e da alta cultura, é que sua concepção mais se aproxima do

mercado. De um mercado sazonal, restrito a objetos efêmeros, precarizado nas relações de trabalho, apesar de muitos de seus agentes se auto afirmarem como designers/artistas.

Os meios de realização do design industrial não lhes pertencem, diferentemente dos artistas cuja produção não tem intermediários, apenas sua comercialização⁷, e que podem manter-se em seus ateliês, com venda restrita de seus produtos. Ao aproximar-se do território da arte, na execução de peças únicas, os designers abandonam o cerco econômico da produção em massa e estabelecem a prática do estúdio artesanal, que vive de encomendas exclusivas.

Com as mudanças operadas nas estratégias empresariais, alguns, pouquíssimos, desses designers negociaram suas grifes, seus estilemas como parte das estratégias de valorização da marca das empresas, do mesmo modo como pouquíssimos atores ou atrizes emprestam rosto e voz à publicidade. Aos demais que optam por esse caminho e que pressionam para que o design seja artificado e ganhe autonomia, resta a venda em feiras, em lojas que festejam a produção sazonal, realizada sem grandes investimentos em ferramental e matérias primas e que resulta na objetística.

A heteronomia do design fica evidente quando se compara a atuação histórica dos designers, seus nomes canônicos, aos da moda, campo do qual o design vem se aproximando nos últimos anos. Os grandes costureiros fizeram sua fama a partir da alta costura, da produção artesanal destinada a uma clientela reduzida. A passagem para o prêt-à-porter e para a confecção de massa foi realizada lançando mão de meios técnicos que não dependeram de grande ferramental e sempre mantendo suas marcas no centro de sua atuação. No meio do design isso não aconteceu. Grandes designers foram colaboradores de indústrias que associavam seus nomes aos dos profissionais – Knoll/Saarinen; Casina/Mies; H. Miller/Eames; Danese/Bruno Munari; Olivetti/Sottsass e tantos outros.

A heteronomia fica patente, no caso desse trabalho, na rapidez da transformação radical dos objetivos de instituições criadas no interior do campo. O caso do IDI–MAM é exemplar: fundado em 1969 para cumprir funções de promoção do design por meio de sua divulgação e de atuação na esfera do gosto do público, dentro do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, passou em poucos anos, a atuar como agência de desenvolvimento, completamente alheio às tarefas tradicionais do museu.

Uma das linhas de trabalho do design brasileiro nos anos 1970 – a de ferramenta estratégica em projetos governamentais de grande alcance – praticamente desapareceu em menos de uma década. Desapareceu porque o Estado parou de investir na esfera pública em projetos que demandam a interface, o design. Nos anos 1980, design passou a ser sinônimo de móveis de elite. As instituições existentes no período – escolas, associação de classe, revistas e o próprio mercado de designers organizados em escritórios – não foram capazes de manter a perspectiva anterior do projeto. Rapidamente até essa memória se perdeu, mesmo nos museus com suas vocações de preservação. Esta seria outra evidência da heteronomia.

Essas escolhas tortuosas mostram que o design não é *per se* atividade libertadora, construída sobre fundo utópico, como defendiam socialistas como William Morris, no século XIX; e depois Henry Van de Velde, a Bauhaus, Ulm e a ESDI e tantos modernos. Ele *pode* ser isso, a depender de circunstâncias históricas e de seus agentes. Aqui me coloco na perspectiva de que história é sempre alternativa e não

4 PASCA, Vanni e TRAPANI, Viviana. *Scenari del giovane design*. Milano: Lupetti, 2001.

5 Já formulada no artigo “Jovens Objetos Velhos”. *Agitprop*, n. 1, ano I, janeiro de 2008.

6 Ver SANTOS, Boaventura Souza. *A Universidade no século XXI. Para uma reforma democrática e emancipatória da Universidade*. 2ª edição. São Paulo: Cortez Editora, 2005.

7 Não estou aqui assumindo postura ingênua com relação ao mercado de arte, capaz de ditar a linha de trabalho de artistas. Também muitos artistas dependem do financiamento de museus, bienais e outras instituições artísticas para a produção de suas grandes obras, o que passa a acontecer depois que se tornam valorizados no interior do campo por instituições como a crítica, as galerias, os museus, as revistas especializadas.

determinação. Como disse Tomás Maldonado criticando a experiência em Ulm, design não seria o meio para a redenção da sociedade industrial, concepção que ele caracteriza como chauvinista.⁸

No Brasil, a fala de que o design pode assumir tarefas públicas da maior importância não é utópica, mas se respalda nos feitos dos anos 1970 em que projetos nas áreas de educação, saúde, transportes coletivos e outros tiveram presença notável, embora “esquecida” na nossa historiografia. Talvez o medo da indulgência para com políticas governamentais urdidas na ditadura militar; talvez o crescimento do design/grife e sua ampla divulgação no período áureo do neoliberalismo tenham contribuído para empalidecer os importantes projetos desse período. Pois eles foram apagados e não constam de qualquer dos livros (exceção feita à *Historia del diseño en America Latina*, já citado) editado nos últimos quinze anos, quando começamos a ter uma produção editorial significativa nessa área.

A modernização do MCB, a partir de intervenções do governo estadual, se deu pela via de transformação conforme as novas medidas para a manutenção das instituições museais, com apelo à iniciativa privada. No entanto, houve um momento, o da direção de Marlene Acayaba, de reconciliação com a visão anterior, que caracterizou a política do Museu, de comprometimento entre passado e presente. O passado oligárquico, dos exemplares de mobília, de manutenção do acervo Crespi Prado passou a conviver com o Prêmio Design, que se tornou a atividade mais destacada da instituição. A modernização do MCB parece repetir padrões da modernização brasileira em vários aspectos da vida nacional, um reencontro contraditório de passado e presente que, no entanto, ignorou o passado recentíssimo, do design público. O prêmio marca a entrada do país na política neoliberal, que se consolidaria alguns anos depois com o encolhimento da esfera pública, o que, por sua vez, se refletiria nas demandas de design no mercado.

O design mostra seu caráter heterônomo em todos os casos. Do fracasso do IAC, fechado dado o desinteresse dos empresários e da esfera pública; às demandas ao ID–MAM; às iniciativas de empresários cultos da FIESP; os arranjos institucionais no MCB, submetidos a políticas que variam de forma acentuada nas suas direções.

2 As possibilidades de exposições de design

Sei que “o discurso negativo constitui a residência secundária do intelectual”, nas palavras de Jean Baudrillard.⁹ Embora meu trabalho tenha severo fundo crítico, não compartilho de posturas pessimistas. Nesse sentido, creio ter aprendido com os designers: a resposta a qualquer situação é sempre um projeto.

Desse modo, embora não esteja no momento construindo um museu virtual, vejo alguns pontos bases que uma coleção de design brasileiro deva ter e, assim, faço a conclusão de meus estudos de forma propositiva. Ela deve centrar seus esforços em esclarecer os pontos de vista adotados, livrar-se da tradição biográfica da história da arte, inquirir aspectos específicos da vida cotidiana, numa espécie de investigação antropológica. Como diz Kjeitil Fallan, “a história do design não é mais a história de objetos

e seus criadores, mas uma história de traduções, transcrições, transações, transposições e transformações que constituem as relações entre coisas, pessoas e ideias”.¹⁰

Antes de tudo, é preciso abandonar a ideia da história do design como “história dos objetos gourmet”, na feliz expressão de Fallan, para quem a história do design se preocupa em verificar, além da produção, a mediação e o uso das peças do cotidiano.¹¹

Ao formular a questão das armas de ataque, num exemplo de pura curiosidade pessoal¹², a coleção pode investigar os sabres mouros, a zarabatana indígena e o avião de guerra *Stealth*, indicando claramente os marcos desta definição. A coleção pode também pensar os artefatos de destruição em massa do século xx ou a desrealização da guerra, de que fala Baudrillard – de novo, desde que os critérios desta seleção sejam explicitados, desde que, como sugere Pierre Bourdieu, tente-se referenciar o público com os códigos norteadores da seleção. Como não cansa de enfatizar Bourdieu em tantas de suas obras, não existe olhar puro, acesso universal às obras. “A obra de arte considerada enquanto bem simbólico não existe como tal senão para aquele que detém os meios de apropriar-se deles, quer dizer, de decifrá-los”.¹³

Uma coleção e sua exposição (critério fundamental para que se pense em atividade museológica, como esclarece K. Pomian) podem ser montadas adotando ou privilegiando diversos pontos de vista: o uso (desejado e realizado), o simbólico (implicando aí análises linguísticas), a tradição específica, as inovações de tipo técnico; a construção; a obsolescência e seus motivos. Ou seja, não é fatalidade que um museu de design se dedique à consagração de nomes, sejam autores, sejam empresas, como fizeram as coleções MOMA e a eclética coleção do MCB.

Nesse sentido, a meu ver, não se deve restringir uma coleção, especialmente se realizada virtualmente, com exposições “presenciais” a determinado período histórico. Essa forma de pensar o museu, virtual/real elimina o problema de acervo e pode abraçar diferentes períodos e alcances, recortes os mais diversos.

Restam, no entanto, muito mais dúvidas do que respostas para conclusões projetuais.

A concepção museal que incida na criação de esfera crítica de valores de uso seria plausível? É possível apreciar os valores de uso no capitalismo ou estaríamos condenados a conhecer o valor de uso como aparência ou reificação? Esta é a pergunta da crítica de literatura Susan Willis, que mobiliza autores marxistas (G. Lukács, Wolfgang Haug) e da Escola de Frankfurt (Theodor Adorno e Walter Benjamin) para esta discussão. Ela indaga se é concebível o valor de uso como algo ainda não eclipsado por sua relação com o valor de troca. A autora defende que “o valor de uso está contido de forma dialética nos nossos objetos-fetice de consumo, da mesma forma que toda cultura de massa é assombrada pelo desejo de relações sociais não-alienadas”.¹⁴ Desse modo, aponta para definições errantes, contraditórias

10 FALLAN, Kjeitil. *Design history understanding theory and method*. Oxford; New York: Berg, 2010, p. viii.

11 *Ibidem*. p. ix.

12 Mas que se baseia, evidentemente, no pensamento de Paul Virilio, principalmente em sua obra *Cinema e guerra*. São Paulo: Boitempo, 2005.

13 « L’oeuvre d’art considérée en tant que bien symbolique n’existe comme telle que pour celui qui détient les moyens de se l’approprier, c’est à dire de la déchiffrer. » BOURDIEU, Pierre e DARBEL, Alain. *L’amour de l’art*. Paris: Minuit, 1969, p. 71. Tradução da A.

14 WILLIS, Susan. *Cotidiano: para começo de conversa*. Rio de Janeiro: Graal; São Paulo: Paz e Terra, 1997, p. 24.

8 MALDONADO, Tomás. “Looking back at Ulm”. In. LINDINGER, Herbert. *Ulm Design: the morality of objects*. Massachusetts: MIT Press, 1991, p. 223.

9 BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, s/d. p. 210.

e fugazes que podem enredar o pesquisador em teias sem fim. Mas ela abre as possibilidades de crítica com suas análises concretas de brinquedos e também ao discutir o trabalho doméstico, quando reivindica que se deva “incluir necessariamente uma arqueologia da cultura material” para compreendê-lo em suas “dimensões culturais”.¹⁵

É praticável que uma instituição de design acalente tais ambições? Entender objetos como materialização de relações de produção, mediação e consumo, espécie de densa condensação histórica? Como fazer de museus territórios de reflexão sobre o domínio do cotidiano, aquele regido por aquilo que Pierre Bourdieu define como “gramática geradora”, ou seja o *habitus*?

Minha ideia de um museu virtual, reinterpretação das concepções de François Burkhardt relatadas no capítulo 1, pontuado por mostras presenciais, tem em vista a noção de dessacralização. Exposições realizadas de forma crítica e não hagiográfica ou fetichizante seriam construídas em torno de pesquisa específica, caso da *Cold War Modern*, do v&a, relatada no capítulo 2.

Todavia, acredito que o atributo particular de exposição de design, embora possa se amparar nas ideias de produção, circulação, mediação e consumo, como entende Fallan, deve destacar o fazer do projeto, enquanto atividade geradora de alternativas, possibilidades – justamente elas têm implicações nos planos das técnicas, da produção, do consumo e da mediação. Esta seria, a meu ver, a importância da exposição de design, que poderia, ao mesmo tempo, mostrar a um público mais amplo reflexão sobre o cotidiano, momento aparentemente irredutível à crítica.

Os museus podem formar diferentes agentes sociais, como explica Carol Duncan, que estudou o Museu do Louvre de Paris e a *National Gallery*, de Londres, cuja função, segundo ela, foi constituir o cidadão e também, os museus de arte moderna, como o MOMA de Nova York, comprometidos com a formação do consumidor.¹⁶

Contudo, os encargos de uma instituição de exposições de design podem compreender compromissos públicos, tais como aqueles realizados pelo Instituto de Desenho Industrial do MAM–RJ, nos anos 1970, e do Núcleo de Desenho Industrial da FIESP em seus primórdios. A reflexão gerada por tais práticas pode auxiliar o design brasileiro a ter ambições maiores do que servir mecanicamente ao mercado de consumo, render-se passivamente ao que Boltanski e Chiapello chamam de “ciclos rápidos de entusiasmo e decepção”.¹⁷ Desse modo, validaria não sua própria autonomia absoluta – que não me parece luta venturosa nem desejada – mas seu compromisso com projetos de escalas e objetivos mais generosos. A autonomia do design, que, como toda autonomia de campo é relativa, só pode ser construída a partir de prática e reflexão conjuntas, que responda a questões sociais amplas e não apenas ao mercado.■

15 *Ibidem*. p. 113.

16 DUNCAN, Carol. *Civilizing rituals*. New York/London: Routledge, 1995.

17 BOLTANSKI e CHIAPELLO, *op. cit.*, p. 448.

- ABREU, Regina. *A fabricação do imortal: memória, história e estratégias de consagração no Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
- ALENCASTRO, Luiz Felipe de. "Vida privada e ordem privada no Império". In: ALENCASTRO, Luiz Felipe de (org.). *História da vida privada no Brasil (vol. 2)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- ANASTASSAKIS, Zoy. "Design em contexto: algumas considerações sobre o caso brasileiro". *Agitprop*, n. 45, ano IV, junho de 2012. Disponível em: http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=ensaios_det&id=102&Titulo=ensaios. Acesso em 01/08/2012.
- ARTIGAS, João Vilanova. "O desenho". *Agitprop*, n. 8, ano I, agosto de 2008 (1967). Disponível em http://www.agitprop.com.br/reptorio_det.php?codeps=MTN8. Acesso em 28/01/2011.
- AZEVEDO, Cecília. *Em nome da América: os Corpos de Paz no Brasil*. São Paulo: Alameda, 2008.

BADINTER, Elisabeth. *Um amor conquistado: o mito do amor materno*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

BARDI, Pietro Maria. “Diseño industrial en San Pablo”. *Nueva Visión*, n. 1, Buenos Aires (Diciembre de 1951).

BATCHELOR, Ray. “Not looking at kettles”. In: PEARCE, Susan M. (ed.). *Interpreting objects and collections*. London; New York: Routledge, 1994.

BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2004.

_____. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, s/d.

BELLUZZO, Ana Maria de Moraes. *Artesanato, arte e indústria*. Tese de Doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP), 1988.

BELLUZZO, Ana Maria de Moraes. “‘Know-how’ artístico”. In: Revista USP, São Paulo, n. 7, set./out./nov. 1990.

BETTS, Paul. *The authority of everyday objects: a cultural history of West German industrial design*. Berkeley; Los Angeles: University of California Press, 2004.

BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BERWANGER, Ana Claudia. “Concepções de design no Brasil, de acordo com a revista Veja”. In: *Agitprop*, n. 36, ano IV, janeiro de 2011. Disponível em http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=ensaios_det&id=79&Titulo=ensaios

BONSIEPE, Gui. *Teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.

BONSIEPE, Gui. “Prefácio”. In: FERNÁNDEZ, Silvia e BONSIEPE, Gui. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo: Blucher, 2008.

BONY, Anne. *Le design*. Paris: Larousse, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *Contre-feux*. Paris: Liber Raison d’Agir, 1998.

_____. *La domination masculine*. Éditions du Seuil, 1998.

_____. “O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia”. In: *A produção da crença*. Porto Alegre: Zouk, 2001.

_____. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

_____. “O campo econômico.” In: *Política & Sociedade: Revista de Sociologia Política / Universidade Federal de Santa Catarina*. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. n. 6, abril de 2005. pp. 15–57.

_____. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

_____. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

_____. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus, 2010.

BOURDIEU, Pierre e DARBEL, Alain. *L’amour de l’art*. Paris: Minuit, 1969.

BOLTANSKI, Luc e CHIAPELLO, Eve. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

BRAGA, Marcos da Costa. *Organização profissional dos designers no Brasil: APDINS–RJ, a luta pela hegemonia no campo profissional*. Tese de Doutorado. Niterói: História Social; Universidade Federal Fluminense, 2005.

BROOKS, David. *Bobos in Paradise*. New York: Touchstone, 2000.

BRUNNHAMMER, Yvonne. *Le beau dans l’utile*. Paris: Gallimard, s/d.

BUCHANAN, Richard. “Rhetoric, humanism and design”. In: BUCHANAN, Richard e MARGOLIN, Victor (orgs.). *Discovering design*. Chicago: The University of Chicago Press, 1995.

CÂNDIDO, Antonio. *Formação da literatura brasileira*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1981.

CARDOSO, Rafael. *Uma Introdução à história do design*. São Paulo: Blucher, 2004.

CARRASCOSA, João. “Para sentar ou para olhar”. *Design & Interiores*, n. 12, Ano 2, jan./fev. 1989, pp. 58–61.

CARVALHO, Vânia Carneiro. *Gênero e artefato: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material. São Paulo, 1870–1920*. São Paulo: Edusp, 2008.

CASTILLO, Greg. “Marshall Plan: modernism in divided Germany”. In: CROWLEY, D. e PAVITT, J. (eds.). *Cold War Modern*. Londres: Victoria and Albert Museum, 2008.

CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand, 1990.

COLOMINA, Beatriz. “Cold war Hothouses”. In: BRENNAN AnnMarie, COLOMINA, Beatriz e KIM, Jeannie (orgs.). *Cold War hothouses: inventing postwar culture from cockpit to Playboy*. New York: Princeton Architectural Press, 2004.

COSTA, Paulo de Freitas. *Sinfonia de objetos*. São Paulo: Iluminuras, 2007.

COUTINHO, Luciano. “Estratégia empresarial e design”. Palestra proferida no workshop Interação com a Indústria em debate. *DI*, n. 15, jan. de 1997.

CRANE, Diana. “La mode.” In: HEINICH, Nathalie e SHAPIRO, Roberta (orgs.). *De l’artification. enquêtes sur le passage à l’art*. Paris: Éditions des Hautes Études en Sciences Sociales, 2012.

CRIMP, Douglas. “On the museum’s ruins”. In: FOSTER, Hal. *Postmodern culture*. London: Pluto Press, 1985.

DALLARI, Heloísa. *Design e exposição: das vitrines para as novas telas*. Tese de Doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP), 2008.

DA VINCI, Leonardo. *Cuaderno de notas*. Trad. de José Luiz Velaz. Madri: M.E Editores, 1995.

DEAN, Warren. *A industrialização de São Paulo (1880–1945)*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1991.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DILNOT, Clive. “The state of design history, Part II: Problems and possibilities”. In: *Design issues*. Chicago: MIT Press, 1984. Trad. de Ana Claudia Berwanger. Disponível em http://www.agitprop.com.br/repertorio_det.php?codeps=NDh8. Acesso em 9/02/2011.

DODD, Frank Anthony Barral. *Análise quantitativa da ocorrência de imagens de produtos na bibliografia de design para verificação de fidedignidade do conjunto destas imagens como representação do campo de atividade do design de produto*. Tese de Doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura de Urbanismo da Universidade de São Paulo, (FAU/USP), 2011.

DOMINGUES, José Maurício. *Sociologia e modernidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

DONZELOT, Jacques. *A polícia das famílias*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1980.

DREXLER, Arthur. “Prefácio”. In: *Exposição MOMA design*. São Paulo: FIESP/CIESP, s/d.

DUNCAN, Carol. *Civilizing rituals*. New York/London: Routledge, 1995.

DURAND, José Carlos. *Arte, privilégio e distinção: artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil 1855–1985*. São Paulo, Perspectiva, 1989.

DURHAM, Eunice. *A dinâmica da cultura*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

EAGLETON, Terry. *A ideia de cultura*. São Paulo: Editora da Unesp, 2003.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

ESTRADA, Maria Helena. “O mundo que nos rodeia e atinge”. *Casa Vogue*, n. 3, maio-junho 1987.

FALLAN, Kjetil. *Design History: understanding theory and method*. Oxford; New York: Berg, 2010.

FORD, Henry. “A máquina, o novo Messias [1928]”. *Agitprop*, n. 14, Ano II, fevereiro de 2009, trad. de Yvonne Mautner. Disponível em http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=repertorio_det&id=19&titulo=repertorio.

FORTY, Adrian. *Words and buildings: a vocabulary of Modern Architecture*. Londres: Thames & Hudson, 2000.

_____. *Objetos de desejo*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOSTER, Hal. *Design and crime (and other diatribes)*. Londres: Verso, 2003.

FRANCO, Ruy Eduardo Debs. *Artacho Jurado: Arquitetura proibida*. São Paulo: Senac, 2008.

FRY, Tony. *Reconstruções*. São Paulo: Edusp, 2009.

FUSCO, Renato de. *Storia del Design*. Roma: Laterza, 2002.

GARCIA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp, 2003.

GASPARSKI, Wojciek. *On the general theory (praxiology) of design*. Warsaw: Polish Academy of Sciences, 1985.

GREENHALGH, Paul. *The persistence of craft*. Londres: A&C Black, 2002.

HABERMAS, Jürgen. “Modernidad versus postmodernidad”. In: PICO, Josep (org.). *Modernidad y postmodernidad*. Madri: Alianza Editorial, 1998.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

HALÉN, Widar. *Christopher Dresser*. Oxford: Phaidon, 1990.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2009.

HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo: Editora da Unesp, 1996.

HAYDEN, Dolores. *The grand domestic revolution*. Cambridge; Massachussets; Londres: The MIT Press, 1981.

HEINICH, Nathalie e SHAPIRO, Roberta. *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*. Paris: Éditions des hautes études en sciences sociales, 2012.

HESKETT, John. *Desenho Industrial*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1997.

_____. *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2002.

HOOKEYWAY, Branden “Cockpit”. In: COLOMINA, Beatriz, BRENNAN Annmarie e KIM Jeannie. *Cold war hothouses*. New York, Princeton Architectural Press, 2004.

JONES, Owen. *A gramática do ornamento*. São Paulo: Senac, 2010.

KATINSKY, Julio R. “Artesanato moderno”. In *Artéria*, Santos, v. 2, n. 3, agosto 1991, pp. 45–50.

_____. “As cinco raízes formais do desenho industrial”. *Arcos*, Rio de Janeiro, vol. II, out. de 1999, pp. 16–43.

_____. “Desenho Industrial e Artesanato”. In: LEON, Ethel. *Design brasileiro, quem fez, quem faz*. Rio de Janeiro: Senac/V. Mosley, 2005.

_____. “Artesanato Revisitado”. In: *Agitprop*, n. 11, Ano I, novembro 2008. Disponível em www.agitprop.com.br/ensaios_det.php?codeps=MzN8. Acesso em 26/01/2011.

KOLLONTAI, Alexandra. *A mulher no marxismo*. Lisboa: Delfos, 1975.

KURZ, Robert. “O fim da cultura de diversão”. *Folha de São Paulo*, Caderno Mais, 7 de setembro de 2003.

LE GOFF, Jacques. “Antigo/Moderno”. In: *História e memória*. Campinas: Editora da Unicamp, 2003.

LEITE, João de Souza. “‘De costas para o Brasil’: o ensino de um design internacionalista”. In: HOMEM DE MELO, Chico (org.). *O design gráfico brasileiro. Anos 60*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

LEON, Ethel. IAC – Instituto de Arte Contemporânea. *Escola de Desenho Industrial do MASP (1951–1953): primeiros estudos*. Dissertação de Mestrado. Orientação: Júlio Katinsky. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 2006.

_____. “Jovens objetos velhos”. *Agitprop*, n. 1, Ano I, 15/01/2008.

_____. *Memórias do Design Brasileiro*. São Paulo: Senac, 2009.

LEON, Ethel e MONTORÉ, Marcello. “Brasil”. In: *Historia del Diseño en America Latina y el Caribe*. São Paulo: Blücher, 2008.

LEMOS, Carlos Alberto Cerqueira. *Cozinhas, etc. Um Estudo sobre as Zonas de Serviço da Casa Paulista*. São Paulo: Perspectiva, 1978.

_____. *Ramos de Azevedo e seu escritório*. São Paulo: Pini, 1993.

_____. *Casa paulista: história das moradias anteriores ao ecletismo trazido pelo café*. São Paulo: Edusp, 1999.

LOBO, Maria Eulália L. “História empresarial”. In: CARDOSO, Ciro Flammarion e VAINFAS, Ronaldo (orgs.). *Domínios da história: ensaios de teoria e metodologia*. Rio de Janeiro, Ed. Campus, 1997.

LOPEZ, Adriana e MOTTA, Carlos Guilherme. *História do Brasil: uma interpretação*. São Paulo: Senac, 2008.

LOURENÇO, Maria Cecília França. *Museus acolhem moderno*. São Paulo: Edusp, 1999.

LYONS, Harry. *Dresser: people's designer, 1834–1904*. Londres: New Century, 1999.

MACCARTHY, Fiona. “The designer”. In: PARRY, Linda. *William Morris*. Londres: Victoria and Albert Museum, 1996.

MACCIOCCHI, Maria Antonietta. *Les femmes et la traversée du fascisme: éléments pour une analyse du fascisme*. Paris: Union Générale d’Edition, 1976.

MACIUIKA, John V. “The globalization of the Deutscher Werkbund: design reform, industrial policy, and German foreign policy, 1907-1914.” In: ADAMSON, G.; RIELLO G. e TEASLEY S. *Global Design History*. London/ New York: Routledge, 2011.

MAGALHÃES, Aloísio. *E Triunfo?* Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho, 1985.

MALDONADO, Tomás. “Looking back at Ulm”. In: LINDINGER, Herbert. *Ulm Design. The morality of objects*. Massachussets: MIT Press, 1991, p. 223.

_____. *Hacia uma racionalidad ecológica*. Buenos Aires: Infinito, 1997.

_____. “La idea del confort”. *Sarquitecturas*, n. 1, 2000.

MALTA, Marize. *O olhar decorativo*. Rio de Janeiro: Mauad/Faperj, 2011.

MARCUS, Goerge H. *Functionalist Design: an ongoing history*. Munique; Nova York: Prestel, 1995.

MARI, Enzo. *Dov'è l'artigiano*. Milano: Electa Firenze, 1981.

_____. *Progetto e passione*. Torino: Bollati Boringhieri, 2001.

MARINS, Paulo César Garcez. “Habitação e vizinhança: limites da privacidade no surgimento das metrópoles brasileiras”. In: SEVCENKO, Nicolau. (org.). *História da vida privada no Brasil. Contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, vol. 3.

MARX, Karl. “A mercadoria”. In: *O capital*. Livro I. Trad. de Reginaldo Sant’Anna. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971.

MATTSON, Helena e WALLENSTEIN, Sven-Olov. *Swedish modernism: architecture, consumption and the welfare state*. Londres: Black Dog Publishing, 2010.

MAUTNER, Yvonne. “O desenho do produto e o desenho do espaço”. *Agitprop*, n. 5, Ano I, maio de 2008. Disponível em <http://www.agitprop.com.br/?pag=ensaios&titulo=ensaios>. Acesso em 3 de março de 2012.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.

MCCRACKEN, Grant. *Cultura & consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MELO, João Carlos. *A incrível política nacional de informática*. Rio de Janeiro: Edição do Autor, 1982.

MENDES, Erasmo Garcia. “Paulo Duarte”. *Estudos Avançados*. vol. 8, n. 22, São Paulo, set./dez. 1994.

MENEZES, Ulpiano T. Bezerra de. “Museu Paulista”. *Estudos Avançados*. São Paulo: n. 22, 1994.

MISAN, Simona. “Os museus históricos e pedagógicos do estado de São Paulo”. *Anais do Museu Paulista*, vol.16, n. 2, São Paulo, jul./dez. 2008.

NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: origens e instalação*. Rio de Janeiro: 2AB, 1997.

NORA, Pierre. “Entre Memória e História: a problemática dos lugares”. *Projeto História*. São Paulo: PUC, n. 10, dezembro de 1993, pp. 07–28.

NOBRE, Ana Luiza. *Carmen Portinho*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.

O MUSEU da Casa Brasileira. São Paulo: Banco Safra, 2002.

ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. *Moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. *Cultura e modernidade*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PAPANEK, Victor. *Design for the real world*. Chicago: Academy Chicago Publishers, 1984.

PASCA, Vanni e PIETRONI, Lucia. *Cristopher Dresser: il primo industrial designer*. Milão: Lupetti, 2001.

PASCA, Vanni e TRAPANI, Viviana. *Scenari del giovane design*. Milão: Lupetti, 2001.

PEVSNER, Nikolaus. *Os pioneiros do desenho moderno*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

POMIAN, Krzysztof. “Coleção”. In: *Enciclopédia Einaudi*. Volume I. Lisboa: Casa da Moeda, 1997.

POSSAMAI, Zita Rosane. “Entre chapéus, fotos e fantasias de momo: as artimanhas do percurso museal”, *Revista Eletrônica do IPHAN*. Disponível em: <http://www.labjor.unicamp.br/patrimonio/materia.php?id=194>.

POULOT, Dominique. *Une histoire des musées de France*. Paris: La Découverte, 2005.

PRIMO, Judite. “Museologia e patrimônio: documentos fundamentais – organização e apresentação [Trad. de Marcelo M. Araújo e Maria Cristina Bruno]”. *Cadernos de Sociomuseologia*, n. 15, Lisboa: ULHT, 1999, pp. 95–104.

REID, Susan. “‘Our kitchen is as good’: soviet responses to the American National exhibition, 1959”. In: CROWLEY, D. e PAVITT, J. (eds.). *Cold War Modern*. Londres: Victoria and Albert Museum, 2008.

RICCINI, Raimonda. “Diseño y teoría de los objetos”. In: FERNÁNDEZ, Silvia e BONSIEPE, Gui. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo: Blücher, 2008.

ROCHE, Daniel. *História das coisas banais*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

SÁ, Marcus Moraes de. *A Mansão Figner: o ecletismo e a casa burguesa no início do século xx*. Rio de Janeiro: Senac, 2002.

SANT’ANNA, Patrícia Marques Parracho. *Construindo a memória do futuro: uma análise da fundação do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

SANTOS, Boaventura Souza. *A Universidade no século xxi: para uma reforma democrática e emancipatória da Universidade*. 2ª edição. São Paulo: Cortez, 2005.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. *O móvel moderno brasileiro*. São Paulo: Edusp; Nobel; Fapesp, 1995.

SCHAPOCHNIK, Nelson. “Cartões-postais, álbuns de família e ícones da intimidade”. In: SEVCENKO, Nicolau (org.). *História da vida privada no Brasil (vol. 3)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SCHNEIDER, Beat. *Design, uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico*. São Paulo: Blucher, 2010.

SCHWARCZ, Lilia. “A construção de uma identidade paulista”. In: BUENO, Eduardo (org.). *Os nascimentos de São Paulo*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

_____. *As barbas do Imperador*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

SCHWARZ, Roberto. “As ideias fora do lugar”. In: *Ao vencedor as batatas: forma literária e processo social nos inícios do romance brasileiro*. São Paulo: Duas Cidades; Editora 34, 2000.

_____. *Martinha versus Lucrecia: ensaios e entrevistas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

SEMPER, Gottfried. “Science, industry, and art”. In: *The four elements of architecture and other writings*. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

SENNETT, Richard. *O declínio do homem público*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. *Carne e pedra*. Rio de Janeiro: BestBolso, 2008.

_____. *O artífice*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

SEVCENKO, Nicolau. “A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio.” In: SEVCENKO, Nicolau (org.). *História da vida privada no Brasil (vol. 3)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SILVA, João Máximo da. *Cozinha modelo*. São Paulo: Edusp, 2008.

SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. *ESDI, biografia de uma ideia*. Rio de Janeiro: Editora da Uerj, 1996.

SPARKE, Penny. *As long as it’s pink: the sexual politics of taste*. London-San Francisco: Pandora, 1995.

TOTA, Antônio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

USHERWOOD, Barbara. “The Design Museum form follows funding”. In: MARGOLIN, Victor e BUCHANAN Richard (orgs.). *The idea of design: a design issues reader*. Cambridge; London: The MIT Press, 1995.

VAN CAMP, Freddy. “As Bienais de Design do Rio de Janeiro: primórdios de uma ideia”. In: *Bienal Brasileira de Design 2010*. Curitiba: Centro de Design do Paraná, 2010.

VEBLEN, Thorstein. “Padrões financeiros do gosto”. *Agitprop*, n. 5, ano 1, maio de 2008, trad. de Marcello Montore. Disponível em http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=repertorio_det&id=10&Titulo=repertorio.

VERCELLONI, Matteo e BIANCHI, Riccardo. *Le Design*. Paris: Solar, 2005.

VERGO, Peter. “The origins of expressionism and the notion of Gesamtkunstwerk”. In: BEHR, S; FANNING, D; e JARMAN, D. *Expressionism reassessed*. Manchester: Manchester University Press, 1993.

VILLAS BOAS, André. *Utopia e disciplina*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

VIRILIO, Paul. *Guerra e cinema*. São Paulo: Boitempo, 2005.

WALLERSTEIN, Immanuel. *O universalismo europeu. A retórica do poder*. São Paulo: Boitempo, 2007.

WHITEWAY, Michael (org.). *Christopher Dresser: a design revolution*. Londres: v&A Publications, 2004.

WILLIAMS, Raymond. *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo, 2007.

WILLIS, Susan. *Cotidiano: para começo de conversa*. Rio de Janeiro: Graal; São Paulo: Paz e Terra, 1997.

WOLLNER, Alexandre. *Design visual 50 anos*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

_____. “Pioneiros da comunicação visual”. In: ZANINI, Walter (org.). *História geral da arte no Brasil*, vol. 2. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 1983.

WOODHAM, Jonathan. *Twentieth-Century Design*. New York: Oxford University Press, 1997.

_____. *Oxford dictionary of modern design*. Oxford: University of Oxford, 2004.

WU, Chin-Tao. *Privatização da cultura a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80*. São Paulo: Boitempo; SESCSP, 2006.

ZANINI, Walter. *História geral da arte no Brasil – 2 volumes*. Instituto Moreira Salles. São Paulo, 1983.

Conferências

BONSIEPE, Gui. *Tendências e Antitendências do Design Industrial*. Conferência no 4th International Forum of Design as a Process. Belo Horizonte, 11 de setembro de 2012. Arquivo digital enviado à autora.

BONSIEPE, Gui. “Design e crise”. Palestra na ATEC Cultural em São Paulo, 20 de março 2012. In: *Agitprop*, Ano IV, n. 44, disponível em http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=repertorio_det&id=75&titulo=repertorio

Entrevistas

Cyntia Malaguti, 17 de dezembro de 2009

Elia Lenz Cesar, 12 de setembro de 2012

Enzo Mari, julho de 2004

Freddy van Camp, 30 de agosto de 2012

Gui Bonsiepe, 7, 10 e 21 de agosto de 2012 (e-mail)

João de Souza Leite, 2 de agosto de 2012

Joice Leal, 31 de outubro de 2011

Karl Heinz Bergmiller, 31 de agosto de 2012

Luiz Diederichsen Villares, 24 de setembro de 2012

Maria Tereza Pontual Colasanti e Henrique Colasanti, 31 de agosto de 2012

Marlene Acayaba, 12 de setembro de 2011

Oswaldo Mellone, 25 de outubro de 2012

Roberto Verschleisser, 30 de agosto de 2012

Washington Dias Lessa, 5 de setembro de 2012

Wilton Guerra, 13 de abril de 2011

Documentos

a) Arquivos consultados

Museu da Casa Brasileira (MCB)

Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM–RJ)

b) Catálogos

CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Núcleo de Desenho Industrial. *MOMA Design*. [São Paulo]: s.d.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Centro Cultural FIESP. *The Museum of Modern Art*, New York, Design. [São Paulo, 1998].

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Fundação Bienal de São Paulo. *Exposição Tradição e Ruptura*. Desenho Industrial. São Paulo, 1984.

MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO. *O design no Brasil: história e realidade*. São Paulo, 1982.

c) Documentos institucionais

CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Núcleo de Desenho Industrial. *Mostra de Desenho Industrial do Setor de Eletro-Eletrônica*. [São Paulo]: s.d.

CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Núcleo de Desenho Industrial. *Núcleo de Desenho Industrial*. [São Paulo, 1981].

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Centro das Indústrias do Estado de São Paulo. *Núcleo de Desenho Industrial*. [São Paulo]: s.d.

MUSEU DE ARTE MODERNA DO RIO DE JANEIRO. Instituto de Desenho Industrial. *Sem título*. Rio de Janeiro, 1978.

Este trabalho foi composto na primavera de 2012 e
utiliza as fontes Cronos Pro e Neutraface.