

---

# **DESIGN AUTORAL NA CAPITAL DO BRASIL**

o mobiliário contemporâneo e a relação com a cidade



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB  
INSTITUTO DE ARTES - DEPARTAMENTO DE DESIGN  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN – PPG| DESIGN**

**RAQUEL SILVEIRA CHAVES**

**Design autoral na capital do Brasil:  
O mobiliário contemporâneo e a relação com a cidade**

**BRASÍLIA 2018**

**RAQUEL SILVEIRA CHAVES**

**Design autoral na capital do Brasil:  
O mobiliário contemporâneo e a relação com a cidade**

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Design, Cultura e Sociedade pelo Programa de Pós-Graduação em Design do Departamento de Desenho Industrial da Universidade de Brasília.

Área de Concentração: Design, Tecnologia e Sociedade.

Orientador: MARISA COBBE MAASS

BRASILIA 2018

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

SR221d Silveira Chaves, Raquel  
Design autoral na capital do Brasil: O mobiliário contemporâneo e a relação com a cidade / Raquel Silveira Chaves; orientador Marisa Cobbe Maass; co-orientador Shirley Queiroz. -- Brasília, 2018.  
145 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado em Design) -- Universidade de Brasília, 2018.

1. design. 2. autoria. 3. mobiliário. 4. Brasília. I. Cobbe Maass, Marisa, orient. II. Queiroz, Shirley, co orient. III. Título.

**RAQUEL SILVEIRA CHAVES**

**DESIGN AUTORAL NA CAPITAL DO BRASIL:  
O MOBILIÁRIO CONTEMPORÂNEO E A RELAÇÃO COM A CIDADE**

Documento apresentado para obtenção do título de Mestre em Design junto ao Programa de Pós-graduação da Universidade de Brasília

**COMISSÃO EXAMINADORA**

**Profa. Dra. Marisa Cobbe Maass** (orientadora)  
Departamento de Desenho Industrial – IdA/UnB

**Profa. Dra. Ana Cláudia Maynardes**  
Departamento de Desenho Industrial – IdA/UnB

**Prof. Dr. Eduardo Pierrotti Rossetti**  
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo – FAU/UnB

**Prof. Dr. Frederico Hudson Ferreira** (Suplente)  
Instituto Federal de Brasília - IFB

Brasília, julho de 2018

**RAQUEL SILVEIRA CHAVES**

**DESIGN AUTORAL NA CAPITAL DO BRASIL: O MOBILIÁRIO  
CONTEMPORÂNEO E A RELAÇÃO COM A CIDADE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design do Instituto de Artes da Universidade de Brasília como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Mestre em Design.

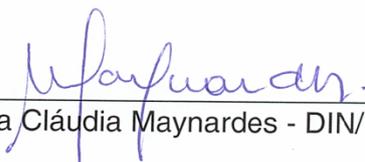
Aprovada em 25/07/2018

**BANCA EXAMINADORA**



---

Marisa Cobbe Maass - DIN/UnB



---

Ana Cláudia Maynardes - DIN/UnB



---

Eduardo Pierrotti Rossetti - FAU/UnB

À minha primeira filha, que está a caminho.

## **AGRADECIMENTOS**

À minha orientadora Marisa Cobbe Maass pela confiança, tranquilidade e parceria durante o processo de orientação, dentro e fora deste trabalho.

À professora Shirley Queiroz, pelo incentivo e carinho de sempre.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Design da UnB, Christus Nóbrega e Ana Cláudia Maynardes, pelas ricas discussões em aula e partilha de conhecimento.

À equipe de coordenação do Programa de Pós-Graduação em Design da UnB, em especial, a Rodrigo de Souza pelo apoio e disponibilidade profissional nos trâmites internos do mestrado.

Ao professor Eduardo Pierrotti Rossetti, pela soma de novos e valiosos conhecimentos ao longo das aulas na FAU/UnB.

A todos os colegas de profissão e de mestrado, pela disponibilidade de diálogo e insights proporcionados. Sem vocês nada disso seria possível.

Aos parceiros Ilka Schaumberg e Martin Schwien, que, mesmo sem saberem da dimensão de suas influências em meu caminho, foram grandes responsáveis por esta nova etapa concluída.

À minha família amada: mãe Vera Lucia, pai Fernando Carlos, pai James, irmã Vitória, vovó Dores, Dé, Juju, Cíntia Costa, tios, tias e primos, por todo o apoio incondicional, amor e alegria de sempre.

Ao meu companheiro Thiago Fanis, por estar sempre ao meu lado, acreditar e me auxiliar em todo e qualquer projeto.

A Carlos Alberto da Costa, e todos os mestres espirituais que me auxiliaram com força, equilíbrio e coragem.

A todo o caminho percorrido nesses dez anos de design: todas as experiências, tropeços, dúvidas, desafios, vitórias e aprendizados. Nada foi em vão.

## **RESUMO**

Esta é uma pesquisa sobre o design autoral produzido na capital do Brasil, com enfoque no mobiliário como forma de expressão cultural. Trata-se de uma análise crítica do processo de apropriação estética de aspectos visuais presentes na arquitetura dos edifícios emblemáticos de Brasília, como uma linguagem no design de produtos. Utiliza-se como pano de fundo para este estudo a construção de Brasília com referências da arquitetura moderna, além das transformações ocorridas no contexto atual da economia criativa, demonstrando assim um novo ciclo para o design brasiliense, fortemente conectado com a memória e a cidade. As bases históricas por trás deste fenômeno são destacadas como um todo, a fim de compreender como ocorre o surgimento de uma cultura de design atrelada a uma possível identidade local, por meio da configuração e circulação da mobília produzida na cidade. Um panorama da produção material contemporânea é apresentado e a partir deste cenário, observam-se suas peculiaridades.

Palavras-chave: design, autoria, mobiliário, Brasília

## **ABSTRACT**

This is a research about author's design produced in the capital of Brazil, focusing on furniture as a form of cultural expression. It is a critical analysis of the aesthetic appropriation process of visual aspects present in the architecture of emblematic buildings in Brasilia as a language for product design. The construction of Brasília with its modern architecture references and the transformations that took place in the current context of the creative economy are used as a background for this study, thus demonstrating a new cycle for the Brazilian design, strongly connected with memory and the city. The historical bases behind this phenomenon are highlighted as a whole, in order to understand how the emergence of a design culture linked to a possible local identity occurs through the configuration and circulation of the furniture produced in the city. A panorama of the contemporary material production is presented and from this scenario, its peculiarities are observed.

Keywords: design, authorship, furniture, Brasília

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa da área tombada de Brasília, com suas macroáreas e zonas de preservação. IPHAN, 2016.....	34
Figura 2 - O Desenho de Lúcio Costa (1957) .....	40
Figura 3 - Estante de Colina Design (2016), Painel de azulejos, Athos Bulcão. Centro de Formação e Aperfeiçoamento da Câmara dos Deputados (2003).....	42
Figura 4 - Mesa Athos, de Katia Moraes (2016) e Muro escultórico, de Athos Bulcão. Salão Verde, Câmara dos Deputados (1976) .....	43
Figura 5 - Mesa Natural de Brasília, de Aciole Félix (2015) e mapa do DF com o Plano Piloto e lago Paranoá .....	44
Figura 6 - Mesa Lúcio, de Eduardo Borém (2015) e Torre de TV, de Lúcio Costa (1967) .....	45
Figura 7 - Palácio do Planalto, de Oscar Niemeyer (1960) e Cadeira Planalto, de Thiago Lucas (2016) .....	46
Figura 8 - Palácio da Alvorada, de Oscar Niemeyer (1958) e Banco Alvorada, de Aciole Félix (2014).....	47
Figura 9 - Cadeira Curva, de Joaquim Tenreiro (1960) .....	58
Figura 10 - Poltrona Vermelha, de Irmãos Campana (1993) .....	62
Figura 11 - Estante Carlton, de Ettore Sottsass (1981) .....	65
Figura 12 - Cadeira Raio 23, de Fúlvio Nanni Jr. (1989).....	67
Figura 13 - Estante de Ronald Smits e Maria Dondovic, Dutch Design Week (2017) .....	68
Figura 14 - Interior da Casa La Roche de Le Corbusier. Paris (1923-1925).....	69
Figura 15 - Chaise Longue, conhecida também como LC4, de Le Corbusier (1928).....	70
Figura 16 - Vista externa do interior da Casa La Roche, de Le Corbusier. Paris (1923-1925).....	70
Figura 17 - Poltrona Alta, de Oscar Niemeyer e Anna Maria Niemeyer (1971) .....	72
Figura 18 - Poltronas Alta no Salão verde da Câmara dos Deputados (2010) .....	72
Figura 19 - Vistas do Museu Histórico de Brasília e fachada do Palácio da Alvorada .....	78
Figura 20 - Vistas a partir do Palácio do Planalto .....	79
Figura 21 - Projeto do Arquiteto Antonio Danilo Moraes Barbosa (1976).....	80
Figura 22 - Dingbats Brasília, de Grande Circular (2014).....	81

Figura 23 - O novo guia de Brasília, de Gabriela Bilá (2016).....	82
Figura 24 - Mapa Lenço, de O novo guia de Brasília (2014) .....	103
Figura 25 - Placas sinalizadoras em miniatura, da BSB Memo (2012).....	104
Figura 26 - Colar Plano Piloto, de Pau Brasília (2013) .....	104
Figura 27 - Guarda-chuva Céu de Brasília, de Natural de Brasília (2016).....	105
Figura 28 - Brasília em blocos. Miniaturas em resina .....	105
Figura 29 - Poltrona Helena, de Samuel Lamas (2017).....	109
Figura 30 - Mesa e Banco Grid, de Rafaela Gravia (2017).....	109
Figura 31 - Banco Estrutural, de Thiago Lucas (2010) .....	110

## SUMÁRIO

RESUMO.....	8
ABSTRACT.....	9
LISTA DE FIGURAS.....	10
1. Introdução.....	15
2. Acerca da autoria no design.....	23
2.1. Definições de autoria: o autor como centro.....	24
2.2. Autoria e autonomia no design.....	29
3. A definição de uma arquitetura de Brasília.....	32
3.1. A construção do mito antes da materialidade.....	37
3.2. Os autores da cidade: Athos, Lúcio e Oscar.....	41
3.3. Sob a perspectiva dos designers.....	50
4. Aspectos históricos em contexto.....	55
4.1. Um breve percurso do mobiliário no Brasil.....	57
4.2. O resgate do aspecto artístico do design.....	64
4.3. A chegada do design na capital: Reflexo ou consequência do Brasil?.....	69
5. Conexões entre o imaginário e o material.....	75
5.1. Um repertório imagético Brasiliense.....	77
5.2. Discursos que geram identidades.....	84
5.3. O espírito do tempo e a memória coletiva.....	91
6. O surgimento de uma cultura de design.....	94
6.1. O Kitsch como guia.....	98
6.2. O design <i>souvenir</i> .....	103
6.3. Uma produção onde Brasília não é tema.....	108
7. Considerações finais.....	111

<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXO.....</b>	<b>123</b>
<b>Entrevista com designers</b>	

## 1. Introdução

A motivação inicial desta pesquisa se deu a partir da observação da produção de design em Brasília e das peculiaridades que evidenciaram sua ascensão durante a última década. Este avanço se caracteriza por um interesse mercadológico de produtos que explora o design como um fator diferencial, utilizando como pano de fundo a apropriação de locais<sup>1</sup> que definem uma identidade<sup>2</sup> e empoderam a sociedade. Em um primeiro momento notou-se a existência de relações de aspecto formal entre a produção de design de artefatos do Distrito Federal e o patrimônio arquitetônico de Brasília, algo que até então não havia sido evidenciado de forma tão intensa. Ao longo da pesquisa citaremos alguns exemplos de projetos de design que seguem essa temática. No entanto, estes casos servirão mais como uma maneira de ilustrarmos e orientarmos nossos conceitos. Com o objetivo de manter uma dimensão clara e direcionada para análise, e dada a quase infindável multiplicidade do design, optou-se pelo recorte temático do mobiliário. Definimos assim como objeto de estudo, e para uma melhor construção do trabalho, pelo design de mobiliário autoral e a sua relação com a cidade. O mobiliário aqui traz fundamentos suficientes para abranger questões técnicas e ao mesmo tempo conceituais, com rica complexidade para a pesquisa. É um campo que se desenvolve de forma peculiar no Distrito Federal e vale a observação isolada.

---

<sup>1</sup> Aqui definimos como locais os elementos e espaços urbanos da cidade, tais como edificações e monumentos, esculturas, bem como praças, quadras e avenidas.

<sup>2</sup> Utilizaremos aqui as definições de identidade de Stuart Hall (2006). O autor define a identidade cultural particular com a qual se refere, como identidade nacional. Questiona como tais identidades se afetam ou se deslocam na modernidade, através dos efeitos da globalização. Afirma que não é um fator genético nos definirmos através de nossa nacionalidade. Imaginamos essa identidade metaforicamente como se fosse parte de nossa natureza. Hall cita Scruton ao referir-se à identidade como um pertencimento a um tipo de grupo, um lar. Já comparando com Gellner, afirma que o sujeito passa por uma perda subjetiva de sua identidade se não houver nele uma noção de identidade nacional. Para o autor, as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação – um conjunto de significados, uma ideia da nação tal como representada em sua cultura nacional. Uma nação é uma comunidade simbólica e é isso que explica seu "poder para gerar um sentimento de identidade e lealdade" (Schwarz, 1986, p.106 APUD Hall, 2006). A definição de cultura nacional é algo relativamente moderno, que foi transferida de modo subordinado - no que Gellner chama de "teto político" - pouco a pouco, ao que antes fora definido por tribos, povos, a religiões e a regiões.

O termo *autoral* complementa o nosso enfoque, possuindo grande valor devido a especificidade dos objetos analisados. *Móvel autoral*, ou *mobiliário de autor* são expressões bastante utilizadas em estudos e também no campo mercadológico nesta disciplina. A questão da autoria<sup>3</sup> vem como uma orientação fundamental para o estudo, pois a partir deste conceito podemos definir e ao mesmo tempo questionar certas problemáticas.

O legado arquitetônico<sup>4</sup> de Brasília se torna fonte de inspiração para a criação de novos objetos. Muitas são as falas a respeito deste tema e que contribuem vigorosamente para o estudo. O discurso ganhou ainda maior visibilidade após a recente nomeação de Brasília como Cidade Criativa do Design, título concedido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), em 2017. Assim, faremos uma definição mais precisa a respeito de qual arquitetura estamos nos referindo, e ainda mais importante, de qual Brasília se fala, dada a multiplicidade de interpretações sobre o tema. Considerada uma região relativamente jovem, Brasília procura a sua própria personalidade. Este aspecto, no entanto, torna-se também mais evidente devido à contribuição de ações criativas na cidade que fomentam a ideia de identidade. Neste sentido, utilizaremos como base para orientação da ideia de identidade o pensamento de Stuart Hall (2006). O autor afirma que a identidade está profundamente envolvida no processo de representação, sendo tempo e espaço importantes coordenadas neste tipo de processo que pode surgir através da escrita, pintura, desenho, fotografia, ou outros meios de arte. São tradutores em dimensões espaciais e temporais: “diferentes épocas culturais têm diferentes formas de combinar essas coordenadas espaço-tempo” (HALL, 2006: 70).

A atividade aqui apresentada se relaciona de forma direta com a economia criativa, entendida como um atributo de importância fundamental na sociedade contemporânea que mescla valores econômicos e valores culturais. Uma nova

---

<sup>3</sup> A autoria no design é um tópico a ser pormenorizado, pois sua complexidade e abre margem para diversos tipos de interpretação no campo criativo

<sup>4</sup> São muitas as possíveis definições do que seria este legado, portanto, identificar as conexões entre o design aqui trazido e a arquitetura da cidade é uma tarefa que exige certa precisão e, portanto, será abordada ao longo do estudo.

perspectiva local está em movimento, formando uma rede de profissionais e consumidores que molda a sociedade e se relaciona com certo avanço da economia criativa, integrando diversas outras áreas<sup>5</sup>. John Howkins (2001) ilustra bem esta situação ao definir a economia criativa como aquelas atividades que relacionam a imaginação e sua exploração com valor econômico. São processos que envolvem criação, produção e distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos (HOWKINS, 2001).

Observamos assim um contexto onde há a ocorrência de profissionais atuando nas diversas frentes do design de forma bastante autônoma. Uma nova geração de designers adota modos de trabalho não *tradicionais*, transpondo a compreensão clássica do design industrial. Há assim uma ênfase no setor de manufatura definido por Adélia Borges (2014) como *autoprodução*. Aqui relacionamos este *fazer* independente com processos semi-industriais, ou de manufatura híbrida: ora se utilizam processos mecanizados e seriados, ora artesanais e manuais. Se no Brasil, há poucas décadas a profissão do designer era condicionada à inserção nas grandes empresas ou indústrias, esta geração de profissionais criativos se caracteriza por adotar modelos de trabalho baseados na autonomia e cooperação.

Como consequência destacam-se as modalidades de atuação profissional e modelos de negócio locais e independentes: são microempreendedores individuais, *freelancers*, autônomos. Não se limitam a contratos trabalhistas com entidades públicas ou privadas, exclusivamente. Conforme defende Fernanda Messias (2017), tais modalidades nessas relações da economia criativa são tidas, portanto, como híbridas, desafiando as estruturas organizacionais de perfil hierárquico baseadas no modelo capitalista industrial da modernidade. Se baseiam predominantemente na colaboração ao invés da competição, na expressão da cultura e no uso de tecnologia. Ainda, “se caracterizam pelo interesse coletivo e satisfação pessoal, com ganhos

---

<sup>5</sup> Ainda, de acordo com HOWKINS (2001), são considerados como setores da economia criativa a gastronomia, arquitetura, publicidade, design, artes, antiguidades, artesanato, moda, cinema e vídeo, televisão, editoração e publicações, artes cênicas (*performing arts*), rádio, softwares de lazer, música e fotografia.

sociais, ambientais, econômicos, culturais e éticos com foco nas cidades” (MESSIAS, 2017: 21).

Uma das características fortes e consistentes das indústrias criativas é que muitas delas estão ligadas a uma especificidade geográfica, como enfatizado por John Newbigin (2010). É um conceito que se consolida cada vez mais no seu habitat natural, que são as cidades. Este fenômeno surge mais uma vez ao observarmos que a utopia que levou à construção da cidade com a sua grande relevância na arquitetura e modernidade, aos poucos aparece simbolicamente na obra de jovens designers. Esta ampla e complexa herança cultural é o que diferencia a economia criativa de qualquer outro setor da economia. Esta forma de criação está fortemente conectada aos aspectos locais, possui certa autonomia em contraste a projetos com demandas hierárquicas e contém forte apelo ao que se pretende definir como uma identidade brasileira. Os valores e a cultura dos designers fazem parte do processo projetual e podem ser considerados de extrema relevância, visto que a cultura do designer é uma fonte de inovação e de criatividade no decorrer do processo de design.

Com este posicionamento, as perguntas desta pesquisa são: quais os *elementos arquitetônicos* da cidade que motivam a criação de novos artefatos? Por que estes elementos permanecem tão presentes, tornando esta uma temática recorrente no design local? Temos assim como objetivo geral desta investigação a busca da relação entre a prática do design de mobiliário autoral no DF e a apropriação estética que ocorre em conexão a possíveis influências do ambiente cultural do repertório da sociedade. Podemos destacar como objetivos específicos: investigar a produção de design autoral de mobiliário e sua linguagem visual; analisar a produção de design em seu papel de valorização da cultura, identidade local e memória; compreender como os designers tomam como base conteúdos imagéticos e simbólicos e os traduzem em artefatos; compreender como se dá o entendimento de uma cultura de design pela sociedade local; relacionar aspectos históricos da arquitetura e de componentes visuais presentes na cidade e sua materialização contemporânea, bem como verificar como ocorre a conexão de ideias, forma, conteúdo, lugares, pessoas e suas interferências na sociedade.

Quanto à metodologia, é uma pesquisa exploratória que tem como foco proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito. O estudo envolveu levantamento bibliográfico, questionários com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimularam a compreensão (GIL, 2007). Além da observação da visão e motivações do designer como gerador de conteúdos materiais na sociedade, optou-se por um olhar mais amplo e panorâmico de todo o contexto onde se concebe o produto. Gustavo Bonfim (1995) identifica cinco fatores principais que determinam o desenvolvimento de um projeto: Sujeito Criador ou designer, Sujeito Produtor ou empresas que produzem os produtos, Sujeito Consumidor ou usuário do produto, Sociedade como instituição social e política, e o Produto. Sendo assim, todo o sistema de concepção do mobiliário autoral desenvolvido por estes profissionais foi considerado para que houvesse um entendimento do processo e assim obter informações mais subjetivas.

O estudo se deu através de uma abordagem focada na compreensão do universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes por trás do desenvolvimento de peças de mobiliário contemporâneas no Distrito Federal. Assim sendo, a problemática do estudo se situou muito mais nas relações entre a apropriação estética na materialização de artefatos em Brasília, do que em aspectos técnicos ou metodológicos do processo. Corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (MINAYO, 2001).

Além do referencial bibliográfico teórico, a metodologia da pesquisa se baseou em cinco etapas distintas, nesta ordem: seleção de designers da cidade, análise de suas peças de mobiliário, pesquisa documental de matérias de jornais e revistas a respeito da produção de design autoral local, análise do material, e entrevista qualitativa com alguns dos designers selecionados.

Ao tratarmos de peças autorais, pressupomos que as mesmas tenham *autores* definidos. Sendo assim, o estudo teve como foco o trabalho de dez designers. Um grupo composto por uma geração residente no Distrito Federal, e em sua maioria

nascida também. Estamos falando de uma produção relativamente recente. O período ao qual nos referimos se dá a partir de 2010, ano em que temos registros de peças fabricadas e que fazem parte desta pesquisa. Ainda, há uma pequena diferença temporal entre a produção do mobiliário e a data em que os profissionais consideram como marco de suas carreiras<sup>6</sup>.

Chamaremos este grupo de autores de *designers* ao longo do trabalho para facilitar a compreensão, mas frisamos que nem todos possuem formação acadêmica ou mesmo técnica em *design*, ou *desenho industrial*. Alguns possuem outra formação de base, como por exemplo, arquitetura. São os designers: Aciole Félix, Bruno Damasceno, Danilo Vale, Katia Moraes, Marcelo Coelho, Rafaela Gravia, Renata Brasil, Eduardo Borém, Samuel Lamas e Thiago Lucas.

A seleção dos autores utilizou como critério os seguintes parâmetros: contemplou uma atuação profissional localizada no Distrito Federal; participação ativa no mercado; aparição na mídia em canais de comunicação, tais como jornais, revistas, mídias sociais; e participação em eventos como feiras e exposições. São profissionais que desenvolvem peças de mobiliário passíveis de reprodução em série, e que possam de alguma forma ter algum trabalho relacionado com a estética da cidade<sup>7</sup>. Na análise das peças foram considerados os seguintes aspectos: forma, técnica e conceito. Este processo é relevante por observar aquelas obras que priorizam sua relação com Brasília e explorar os porquês das criações se basearem em elementos da cidade ocasionalmente. É onde se identifica a relação entre a materialização no design e aspectos de representação de imagem local.

Como exemplos para a análise documental, foram selecionados fragmentos de textos publicados em artigos de mídias digitais de circulação nacional<sup>8</sup>. A razão pela qual se

---

<sup>6</sup> Alguns dos designers tiveram suas peças produzidas na época em que eram estudantes, e muitos não consideram este período como um marco profissional.

<sup>7</sup> Este último critério não foi decisivo na seleção, pois achamos por bem também analisar peças produzidas na cidade que não possuem uma relação formal tão explícita com a cidade.

<sup>8</sup> São eles o portal G1 da rede Globo, de alcance nacional, bem como o portal CorreioWeb do jornal Correio Braziliense, já direcionada para o público do Distrito Federal. Ambos possuem cadernos complementares, como suplementos de publicação que também foram estudados. É o caso da Revista

optou por diferentes fontes de informação foi a intenção de exemplificar como a temática Brasília se repete com uma mesma roupagem – no caso, em como a arquitetura da cidade inspira artistas em suas criações – em tempos e em vozes distintas. Os textos geram discursos refeitos que influenciam o modo como se enxerga a cidade, e conseqüentemente como a mesma é materializada e desdobrada.

Como última etapa, a coleta de depoimentos dos designers amplificou o objetivo da pesquisa. Mostrou-se excepcionalmente útil no enfoque de uma abordagem qualitativa, uma vez que a narratividade é uma forma artesanal de comunicação cujo objetivo é veicular conteúdos a partir dos quais as experiências subjetivas podem ser transmitidas; os dados são colhidos na forma de entrevistas em grupos ou individuais. Os resultados foram amostras que proporcionaram insights e compreensão do problema (MUYLAERT, 2014). Dentre os designers que tiveram suas peças analisadas, cinco<sup>9</sup> foram entrevistados. O questionário base da pesquisa se encontra ao final deste documento, bem como a transcrição completa do conteúdo da entrevista.

Aqui, a produção de design passa a ser entendida de acordo com o que Dijon de Moraes (2006, p.192) define por como uma “metáfora de um conjunto de significados (conceitos) e de significância (valor)”; “deixa de ser uma atividade somente do âmbito projetual, passando ao patamar intelectual”, sendo um importante condutor da cultura material na sociedade.

Esta pesquisa analisa, portanto, a relação entre a prática do design de mobiliário autoral no contexto de Brasília e a apropriação<sup>10</sup> formal que ocorre em conexão a

---

Encontro do Correio Braziliense, e da Revista Casa e Jardim, da Globo. Devido a fluidez das informações digitais, é possível que alguns artigos tenham sido publicados mais de uma vez em fontes terceiras, ou até simultaneamente nas duas origens citadas. O intervalo de tempo definido para análise das publicações se situa entre os anos de 2015 a 2017. Este período se mostrou relevante para o estudo devido ao volume, recorrência e disponibilidade de informações encontradas, além da linguagem contemporânea que se pretende focar.

<sup>9</sup> Foram estes: Aciole Félix, Bruno Damasceno, Danilo Vale, Rafaela Gravia e Renata Brasil.

<sup>10</sup> De acordo com a definição de apropriação do Museum of Metropolitan Art (MoMA), de Nova Iorque, compreende-se tal como noção de adição, do pegar e alterar: “Apropriação é o empréstimo, cópia e alteração intencionais de imagens e objetos preexistentes. É uma estratégia que tem sido usada por artistas há milênios, mas assumiu um novo significado na América e na Grã-Bretanha na metade do

possíveis influências do ambiente cultural do repertório da sociedade. Faremos um breve percurso histórico para compreender como se deu o processo de design de mobiliário no Brasil, seguido por uma revisão do mesmo panorama no Distrito Federal. O design surge então como fator relevante, pois permeia diversos aspectos da existência, de negócios a estilo de vida. Em seguida, construímos uma reflexão acerca da relação entre memória, pessoas e objetos. Assim, existe um interesse em compreender como esses personagens se orquestram e de que maneira esta experiência influenciará as trajetórias posteriores do design local. A percepção da cidade, ou de fragmentos dela – como veremos ainda, e a definição de sua imagem e valores simbólicos são os principais condutores neste trabalho, tendo em vista os discursos produzidos desde sua construção<sup>11</sup>, suas peculiaridades do ponto de vista cultural, econômico e político, e conexões com a produção de design em geral.

---

século XX, com a ascensão do consumismo e a proliferação de imagens populares através dos meios de comunicação de massa das revistas à televisão”. Tradução própria, a partir do original: *Appropriation is the intentional borrowing, copying, and alteration of preexisting images and objects. It is a strategy that has been used by artists for millennia, but took on new significance in mid-20th-century America and Britain with the rise of consumerism and the proliferation of popular images through mass media outlets from magazines to television.*

Disponível em: [https://www.moma.org/learn/moma\\_learning/themes/popart/appropriation](https://www.moma.org/learn/moma_learning/themes/popart/appropriation). Acesso: 23.05.2018

<sup>11</sup> O período o qual nos referimos é de 60 anos. Se situa entre os anos de 1957 a 2017.

## 2. Acerca da autoria no design

Neste capítulo faremos uma breve revisão acerca do termo autoral e posicionamento do mesmo no estudo. A autoria é um domínio muito particular no design, tendo em vista seu caráter subjetivo e amplo. Seu entendimento envolve o mesmo embasamento teórico de diversas outras áreas de criação, como as artes em geral, a escrita, música e assim por diante. A expressão design autoral, também conhecida como *design de autor* deve ser aqui definida sobretudo para que possamos diferenciar a atividade em questão de outros tipos de atuação em design. Não só é importante fundamentar o conceito de autoria para a compreensão e melhor utilização do termo na pesquisa, mas também questionar e refletir acerca dessa nomenclatura tão utilizada nos dias de hoje.

Design autoral é uma expressão que tem se popularizado no universo da concepção de artefatos. Define algo executado com alto valor imaginativo, e, principalmente e ao mesmo tempo, conota uma forte conexão com aquele que o faz, o autor no caso. Tem sido amplamente empregada no vocabulário do meio criativo para designar algo exclusivo, único, restrito. O design autoral se diferencia por não ter finalidade restrita à atuação de mercado em massa ou ao cumprimento de uma demanda específica oriunda de um cliente ou empresa. Conceitualmente, pode-se traçar um sutil paralelo às artes no que se refere à poética. Em linhas gerais, esta seria uma breve concepção para o que se pretende abordar nesta pesquisa.

Como foi mencionado, é um termo que tem sido aplicado no campo do design em geral. Na contextualização direcionada ao design de mobiliário deste estudo, podemos facilmente relacioná-lo com o termo *móvel de autor*, ou mesmo *design assinado*, já também vocábulos comuns. Apesar do coloquialismo existente, são poucos os autores que tratam desta temática distintamente. Nesta pesquisa foi, portanto, necessário ampliar o conceito da autoria para melhor poder compreendê-lo, e, assim aos poucos relacionar com o nosso conteúdo de forma mais aprofundada.

## 2.1. Definições de autoria: o autor como centro

AZEVEDO e CAMPOS (2017) afirmam que a imagem do autor enquanto autoridade só começou a ser discutida no final dos anos 1960 a partir dos escritos de Roland Barthes e de Foucault. Tais obras foram fundamentais para a construção do pensamento acerca da autoria no design, principalmente nos Estados Unidos e na Inglaterra. “A morte do autor”, de Roland Barthes (1968), e “O que é um autor?“, de Michel Foucault (1969) se referem à questão da autoria no texto literário, mas são o ponto de partida para a discussão do tema da autoria também em outras áreas.

Em sua dissertação de mestrado intitulada *Autoria: conceitos e valores no campo do design*, Juliana Martins (2010) realiza uma reflexão acerca do tema e sua conexão com design, partindo da análise em torno da palavra “*autor*”. A autora direciona a palavra a alguns de seus sinônimos, tais como “inventor” e “criador”, que quer dizer:

“1. aquele que origina, que causa algo; agente. 2. indivíduo responsável pela invenção de algo; inventor, descobridor. 3. o responsável pela fundação ou instituição de algo. 4. pessoa que produz ou compõe obra literária, artística ou científico”.<sup>12</sup> (HOUAISS, VILLAR E FRANCO, 2001)

Esta definição se relaciona às ações atribuídas a um autor por criações de obras artísticas, literárias ou científicas. Porém, MARTINS (2010 p.12) afirma também que o fato de se originar algo, qualquer que seja o produto ou ação, pode ser suficiente para creditar alguém como “autor”:

Logo, ainda que não se trate de uma ação totalmente de cunho intelectual podemos caracterizar alguém como sendo um autor. Deste modo, sua intelectualidade, sua capacidade mental fica apenas subentendida como um dom, um poder, ou um elemento de valor que caracteriza o seu processo produtivo, o seu processo criativo[...] poderíamos afirmar que o autor é alguém que pratica uma ação, que por vezes, envolve seu intelecto: ele cria, inventa, descobre, origina, funda ou institui algo. Porém não é somente isso que o caracteriza: o que parece marcar decisivamente a noção de autor é que, ao mesmo tempo em que ele cria algo, ele é alguém entendido por terceiros - e também por si próprio – como sendo o responsável maior e principal por este seu ato, seja de criação, invenção ou descoberta [...] Dentro desta perspectiva de posse e de responsabilidade, parece-nos vir exatamente um dos seus sentidos mais fortes: seu caráter único, uno e individual, seja de responsabilidade por uma ação, de causa ou de posse por um objeto. O fato de ser compreendido normalmente como o maior e único

---

<sup>12</sup> HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro; FRANCO, Francisco Manoel de Mello, INSTITUTO ANTÔNIO HOUAISS. Dicionário Houaiss da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

responsável por determinada ação ou objeto faz com que enxerguemos nele uma inerente unicidade. Em outras palavras: o autor é único, indivisível.

Assim, podemos identificar no autor um indivíduo. Este possui uma responsabilidade ao executar uma ação. Os conceitos aqui podem se tornar ambíguos, pois existem visões antagônicas sobre esse papel do *autor*, exemplificadas por ideias dos já citados Barthes e Foucault.

De um lado, BARTHES (2004) afirma que uma obra literária é construída a partir de vários escritos. Neste processo, há a morte do autor e assim o nascimento do leitor. Quem lê se torna o protagonista da história, o compositor do texto. São múltiplos os significados para a obra, ao invés de um único sentido, pois neste caso a linguagem se torna mais importante que o autor. Em resposta a estes argumentos, FOUCAULT (2001) afirma que autor não morreu, e sim mantém seu espaço através da noção da obra e da escrita. Para ele, o fato de várias obras serem atribuídas a um mesmo autor caracteriza um modo de ser no discurso. O próprio nome do autor refere-se a um conjunto de discurso coerente no interior de uma sociedade e de uma cultura.

Complementando este contraponto, no artigo: “*O design como processo e a questão da autoria*”, MATTEONI e ALMEIDA (2015) declaram que o nome do autor, no sentido dado por Foucault (2001) em “*O que é um autor?*”, está justamente associado à marcação do território referencial posterior ao exercício do trabalho intelectual e artístico:

Nesse caso, o nome do designer ou produtor da peça se encontra, como alicerce referencial desse produto inventado, no processo projetual criativo. O nome do autor seria a ponta do processo, ou seja, o que dá peso, significado e referência ao projeto. Esse nome sustenta os usos do objeto, inventado no projeto, pela gestão do espaço laboral e, ainda, aglutina objetos do passado e do presente a ele relacionados, criando uma teia de significações que possibilita um prévio entendimento do artefato e da criação de um horizonte de expectativas relacionadas a tal nomenclatura. (MATTEONI e ALMEIDA, 2015)

Já Marcos Beccari (2014) defende que o que um objeto/imagem “diz” ou o que o designer, seu suposto autor, “quer dizer” não importa tanto quanto o diálogo que se abre numa articulação simbólica e que dela extrai sentidos que não estavam ali antes desta ou daquela mediação em específico. E mesmo a mediação não é suficiente; se não houver alguém que se propõe a interpretá-la, não existe autoria. Ainda para

BECCARI (2014), autor é aquele designer, escritor, artista etc. que permite ao sujeito compreender-se a si mesmo diante da obra do autor, ampliando assim a própria obra que cada um chama de mundo, vida, realidade.

De fato, existe uma troca de papéis na comunicação entre a obra e a audiência, autor e leitor ou design e usuário. Não é nosso objetivo fazer essa definição por ora, mas é importante frisar que qualquer conteúdo (mensagem) ao ser emitido pode ser interpretado (lido) de diversas maneiras, de acordo com a vivência e experiência dos entes envolvidos, sejam eles autores ou receptores. A validação de uma obra está em jogo também, neste sentido.

A definição da autoria pode ser bastante imprecisa pois muitos desses raciocínios surgem em doses distintas, caso a caso. São muitas as indagações e poucas certezas. No texto “*O designer é autor ou produtor?*” SEQUEIRA (2010) discorre acerca do ofício do designer na contemporaneidade. Existe uma possível relação entre autoria e a divulgação do trabalho do designer:

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação e o encurtamento das distâncias, há uma maior troca de informação e uma rápida disseminação dos produtos. O designer conhece o trabalho dos seus colegas e espera ser reconhecido por eles também. Ele apropria-se de outras referências, o que levanta o problema da apropriação vs. roubo. [...] Com a crescente tendência no uso dos “New Media”, torna-se mais fácil a auto-promoção do designer e a sua auto-afirmação como autor, não só por motivos de rápida disseminação como por motivos financeiros. [...] Já não nos encontramos num círculo restrito e anônimo, mas num espaço de convergência entre diversas áreas, desde o marketing, à literatura e às artes plásticas. Tendo em conta que nenhuma profissão pode ser neutra [...], o designer tanto pode ser artista como autor ou produtor, consoante o modo como definir a sua carreira.

A presença das mídias sociais<sup>13</sup> na sociedade tem exercido uma função crucial na atuação profissional de designers, artistas, fotógrafos e outros criativos que as utilizam para a divulgação de seu trabalho. Está bastante interligada com a autoria na afirmação do trabalho do autor como mencionado, tornando-se assim cada vez mais acessíveis os conteúdos de diversos tipos, em nível mundial.

---

<sup>13</sup> Facebook e Instagram são fortes exemplos

No entanto, questionamos sobre a originalidade na era digital. Mário Moura afirma em *Autoria, Roubo, Apropriação & Consumo* (2006):

Atualmente, a palavra para descrever a situação seria apropriação, um termo mais elegante do que roubo, e menos obviamente irônico do que homenagem [...] Numa apropriação, a autoria de um objeto é disputada entre dois ou mais agentes. Em alguns casos, o objeto pode ganhar um novo autor, que se junta ao anterior ou o substitui totalmente.[...] Assim, a autoria não é necessariamente um ato de originalidade, mas um movimento de circulação dos objetos – de público a privado ou de uma posse para outra –, não interessando verdadeiramente onde este movimento começou – a sua origem –, ou onde irá acabar – a sua finalidade –, mas, [...] o seu movimento. A qualidade de uma apropriação reside precisamente nas mudanças que ocorrem enquanto um objeto se move: em alguns casos esse movimento é produtivo, noutros não há verdadeiramente apropriação, mas apenas falta de imaginação. Neste caso, estamos a falar de consumo.”

Este fragmento nos leva a refletir acerca da autoria e dos limites da criação contemporânea. Ao mesmo tempo em que um conteúdo pode se tornar uma referência e assim ser fonte de inspiração para outros devido à sua originalidade – aqui consideramos este como um fator intrínseco a autoria, ele pode ter surgido de obra(s) anterior(es), e assim por diante<sup>14</sup>. Não que se trate de uma problemática inédita, exclusiva da era digital, nunca antes abordada, mas deve ser exposta aqui.

Ana Claudia Maynardes (2015), ao realizar uma abordagem acerca da autoria em sua tese de doutorado, contribui também para situarmos a nossa pesquisa. Em seu trabalho, a pesquisadora se aprofunda na questão do mobiliário de autor, e com isso complementa o pensamento geral de nosso estudo ao justificar os motivos pelos quais opta por pesquisar objetos que se relacionam com esta temática:

Essa prerrogativa baseia-se em cinco questões fundamentais: é um objeto que não possui tantas interferências dos processos industriais padrões; propicia o diálogo que se estabelece entre o indivíduo, o móvel e o designer, enquanto designer-criador; não está à mercê de influências estilísticas e mercadológicas; sugere maior diversidade de diálogos; e por fim, propõe processos de significações mais identificáveis. (MAYNARDES, 2015: 17)

---

<sup>14</sup> “Bons artistas copiam, grandes artistas roubam”. Traduzido do original: *Good artists copy, great artists steal*. Frase popular de autor desconhecido, atribuída a grandes nomes como Stevie Jobs, Pablo Picasso, T. S. Eliot, entre outros. Com certo humor e ironia, expressa que ser um artista significa aprender com aqueles que vieram anteriormente e que muito poucas são as coisas no mundo da arte verdadeiramente originais. Referente também ao livro de Austin Kleon, *Steal Like an Artist* – ou, “Roube como um artista”. Fonte: <https://www.quora.com/What-did-Picasso-mean-when-he-said-%E2%80%9Cgood-artists-copy-great-artists-steal%E2%80%9D-Did-he-really-say-this-or-did-someone-else-say-it>. Acesso em maio de 2018.

MAYNARDES (2015: 172) afirma ainda que o gesto dos autores, ao colocarem suas assinaturas, faz com que produtos que não possuam um valor em si o adquiram, em função do juízo de um sujeito e da validação conferida a eles pela definição de uma “autoria”.

Este conceito leva à reflexão sobre a valorização do autor, e não da criação. No campo do design se torna uma importante discussão, principalmente por abordar a ética na profissão e o papel do design enquanto disciplina na sociedade. “A pessoa do designer adquiriu mais importância que o próprio design”, afirma Bonsiepe (2012) ao se referir à atuação profissional de designers:

...o surgimento de uma postura de design que considera quase indigno preocupar-se com a função de um produto ou de uma comunicação visual, que festeja o emocionalismo e o obscurantismo... Parte da crise do design está ligada ao fenômeno sociocultural dos anos 1990 quando o conceito “design” experimentou uma explosão na mídia, o que levou a uma perda do rigor do significado original com a consequência de que hoje o termo, na opinião pública, é frequentemente reduzido aos aspectos estético-formais e associado ao efêmero, ao caro, ao pouco prático e até ao supérfluo. (Bonsiepe, 2012)

De acordo com o autor, o deslocamento da economia em direção à manipulação de valores simbólicos e virtuais é uma mudança que influencia a disciplina. É uma questão que se relaciona com uma problemática presente no design contemporâneo, de um modo geral:

O design tem sido instrumentalizado pelo marketing que tende a tratar os serviços de design como auxiliares de segunda ordem. [...] No próprio campo de design, esse processo fomenta um autorreferencialismo de dimensões desconhecidas em épocas anteriores. [...] Embora o design se encontre na interseção entre a cultura da vida cotidiana, indústria e economia, não tem atraído, com exceções louváveis, a atenção do pensamento filosófico. Provavelmente, devido a essa indiferença, o discurso do design não conta com o mesmo grau de elaboração e maturidade que existe em outras áreas, por exemplo, na teoria do cinema, da literatura e das ciências. No momento, o status cognitivo do design está coberto por um véu de dúvidas, pois se desenvolve predominantemente no domínio da visualidade, intimamente entrelaçado com a experiência estética, e menos no domínio da discursividade. (Bonsiepe, 2012)

A dúvida se o design deve assumir um caráter para servir à sociedade, ou ao mercado. O propósito da disciplina deve ser revisado para que não se torne algo tido popularmente como um apelo visual efêmero.

## 2.2. Autoria e autonomia no design

Acerca da permissibilidade retórica da criação autoral, Carlo Franzato (2011) afirma que nesta modalidade os designers exploram as potencialidades reflexivas e dialéticas do processo de criação do design, abrindo espaço para pensar e discutir os assuntos mais diversos. A autoria possui um caráter de liberdade, onde as possibilidades de criação são praticamente infinitas. Segundo Michael Rock (1996), tradicionalmente, o poema ou trabalho de arte é um artefato autorreferente enquanto que o design se refere a alguma função voltada para o exterior, ou com uma intenção declarada. Sendo assim, podemos definir design autoral como uma forma de atuação intermediária entre o fazer artístico conceitual e um fazer com um propósito estritamente comercial ou mercadológico.

FRANZATTO (2011: 2) reforça também este conceito quando descreve como os criativos não se limitam somente a regras de mercado: “Os designers que escolhem tal abordagem se expressam por meio de maquetes, artefatos únicos, pequenas produções ou auto-produções, ou seja, formas que ficam longe da produção em série e não cabem em lógicas comerciais”. Ou seja, possuem certa autonomia no fazer.

Ainda como complemento da definição e posicionando o designer como portador de autonomia, Poynor (2003, p. 146 apud WEYMAR, 2014) discorre sobre o modelo de “designer como produtor”: seria um modo onde o designer tem oportunidade de “adquirir o controle dos meios de produção ao mesmo tempo em que divide este controle com o público leitor” e apresenta o modelo “designer como empreendedor”.

Considerando a originalidade experimental por parte dos designers e os novos modelos de produção pós-modernos, sabe-se que hoje a produção caminha em direção à produção flexível, com cada vez mais setores buscando segmentar e adaptar seus produtos para atender a demanda por diferenciação (CARDOSO, 2011). Esta diferenciação e o próprio modelo de acumulação flexível de Harvey (1996) permite que a atuação do designer de artefatos tenha uma relação de planejamento a curto prazo com a indústria. Esta relação gera maior autonomia na produção, e assim maior poder de decisão do designer quanto à forma. Segundo Rock (1996) “a

autoria, de uma forma ou de outra, tem sido um termo popular em círculos daqueles que estão à beira de territórios que existem entre design e arte”. Ainda que alguns discursos afirmam que o designer deva projetar para fins industriais e não para si mesmo, a autoria pode sugerir novas abordagens para entender o processo de design em uma profissão tradicionalmente mais associada à funcionalidade do que criatividade:

A retórica geral da autoria pode incluir qualquer trabalho de um designer que seja auto-motivado, onde o designer assume o papel de tradutor. Isto baseia-se no pressuposto de que o ato de design é, em essência, o esclarecimento de material ou a remodelação de conteúdo de uma forma para outra. O objetivo final é a expressão de um determinado conteúdo materializado em uma forma que atinja um novo público. Toda tradução reflete tanto o caráter do original quanto o espírito contemporâneo, bem como a individualidade do tradutor. Como o tradutor poético, o designer transforma não só o significado literal dos elementos, mas o espírito, também. (ROCK, 1996)

O processo criativo, talvez, esteja mais nos atos projetuais em si do que nos seus resultados. Saber enfrentar questões não meramente técnicas com inteligência e personalidade, saber manusear as ideias e propô-las é determinante para que o designer possa exercer uma função sócio-política na sua atividade profissional (FLUSSER, 2007 apud FRANZATO, 2011).

Este tipo de fazer se destaca pela inovação seja em materiais, formas ou conceitos, portanto, fatores que os posicionam de forma distinta. Envolvem processos semi-industriais, ou seja, combinações de etapas de produção em massa com técnicas artesanais, como afirma PODLASEK (2016) sobre as características do mobiliário autoral:

Apesar de existirem objetos feitos em processos de injeção, estamparia, termoformagem, etc, o mais comum é a produção de modo intermitente, com muita intervenção humana durante todo o ciclo de produção. Isto permite que as máquinas não sejam automatizadas, e que equipamentos convencionais consigam produzir objetos de alto valor agregado.

Por estas definições, afirmamos aqui o uso coloquial da expressão “*design comercial*” para distinguir o design de autor, ou contrastar também com o termo “*design*”

*conceitual*<sup>15 16</sup>. Se trata de um fazer para o consumo de massas, podendo ser anônimo ou não, mas que não possui uma carga teórica ou artística – ainda que todos esses pensamentos possam ser relativos e contraditórios.

---

<sup>15</sup> De acordo com FRAZATTO (2011: 4) “o design conceitual está para o design como a arte conceitual está para a arte. [...] não deve ser entendido como uma nova especialização disciplinar e colocado ao lado, por exemplo, do design de produto ou gráfico, mas sim como uma abordagem transversal às diversas especializações”.

<sup>16</sup> Os trabalhos de design conceitual caracterizam-se em primeiro lugar pela própria carga semântica. Seu principal intuito é criar estímulos, despertar emoções, gerar evocações, veicular mensagens, provocar reflexões (NORMAN, 2004: 83-87).

### 3. A definição de uma arquitetura de Brasília

A percepção da cidade é um importante condutor na pesquisa. É essa percepção que gera o imaginário do que é Brasília, e assim fornece conteúdo para a criação dos objetos de nosso estudo. Para que possamos nos aprofundar precisamente, é fundamental definir sobre *qual Brasília* estamos nos referindo. Este conceito pode ser abordado de diversas formas e ângulos. Existem múltiplas visões do que é a cidade: passam pelas perspectivas do ponto de vista arquitetônico, conceitual, político, pelo olhar de seus habitantes, dos seus visitantes, e assim presumimos a infinidade de aproximações existentes acerca do tema.

De acordo com EDUARDO ROSSETTI (2012, pg. 17), tratar da definição da arquitetura de Brasília é uma tarefa que exige cautela, dada a vastidão e complexidade do assunto. Trata-se de um tema “de amplas perspectivas de abordagem histórica”, “um deslocamento por entre arquiteturas, como quem transita pela cidade e - ao percorrer e vivenciar seus espaços urbanos – encontra, se depara, se abriga, usa ou visita arquiteturas”. O autor afirma que “além de ser uma cidade, Brasília tornou-se um artefato humano, técnico, social, cultural e político complexo, justamente a partir de um arcabouço urbano excepcional que ambienta e abriga arquiteturas” (ROSSETTI, 2012: 21). Sendo assim, é correto afirmar que Brasília é portadora de diversas arquiteturas, e não somente uma.

Dada esta afirmação, podemos dar início a uma orientação neste sentido a partir da concepção realizada por Lúcio Costa no projeto urbanístico de Brasília, de 1957. No projeto já havia uma proposta de organização dos espaços, e com isso uma leitura arquitetônica e limítrofe do *que é* a cidade. Este conceito se formaliza em 1987 no documento *Brasília Revisitada*<sup>17</sup>, no que se refere à preservação da concepção

---

<sup>17</sup> O Decreto nº10.892 do Governo do Distrito Federal (14 de outubro de 1987) reiterou as recomendações feitas por Lúcio Costa no *Brasília Revisitada*. Este decreto tornou-se o texto legal que conferiu a Brasília o título de Bem Cultural da Humanidade. O documento começa definindo o que Costa chama de “Características Fundamentais do Plano Piloto”, sendo a primeira delas “a interação de quatro escalas urbanas” (EL-DAHDAH, 2019)

urbanística da capital e que serviu como base para a publicação do decreto de tombamento pelo IPHAN.

Dentre algumas diretrizes que levaram à noção e estabelecimento dos limites geográficos da cidade, as “*Características Fundamentais do Plano Piloto*”, Costa propõe a definição de quatro escalas que norteiam espacialmente e conceitualmente o que é Brasília. São elas: a monumental, a gregária, a residencial e a bucólica. A escala Monumental é configurada pelo Eixo Monumental<sup>18</sup>, onde se concentram os espaços simbólicos e de representação de capital nacional do país, que vai da área da Praça dos Três Poderes até a Praça do Buriti. A escala Gregária<sup>19</sup> é representada pelo cruzamento dos eixos Monumental e Rodoviário. Escala Residencial compreende as superquadras, compostas por residências, comércios locais e espaços paisagísticos, formada pela sequência das áreas de vizinhança ao longo do Eixo Rodoviário-Residencial. E por fim, a escala Bucólica que é definida pelas grandes extensões de área verde, conferindo a Brasília o caráter de cidade-parque.

A divisão da cidade em escalas auxiliou a relacionar mais claramente a espacialidade e conceituação de Brasília. Em seguida, houve a formalização do tombamento da cidade em 1992<sup>20</sup>, pelo IPHAN, orientando de maneira mais definida essas diretrizes. No entanto, muito do que foi construído na capital a partir de 1992 foi *incorporado* ao que hoje chamamos de Brasília, portanto quando nos referimos à cidade ou a sua arquitetura devemos lembrar que se trata de algo mais complexo.

---

<sup>18</sup> Aqui estão inclusos os Palácios do Planalto e do Supremo Tribunal Federal, Congresso Nacional, elementos escultóricos complementares, Pantéon, Pira e Monumento ao Fogo Simbólico, Palácios do Itamaraty e da Justiça, Esplanada dos Ministérios, Torre de TV e todo o gramado central. Fonte: Decreto nº 10.829, de 14 de outubro de 1987

<sup>19</sup> Setores de Diversão, Comerciais, Bancários, Culturais, Hoteleiros, Médico-Hospitalares, Autarquias e de Rádio e Televisão Norte e Sul. Fonte: Decreto nº 10.829, de 14 de outubro de 1987

<sup>20</sup> A área abrangida pelo tombamento de Brasília foi delimitada pela Portaria nº 314, de 8 de Outubro de 1992 – IPHAN, a leste pela orla do lago Paranoá, a oeste pela Estrada Parque Indústria e Abastecimento - EPIA, ao sul pelo córrego Vicente Pires e ao norte pelo córrego Bananal. Fonte: Portaria nº 314, de 8 de Outubro de 1992 – IPHAN.



Assim, a divisão de Costa é muito relevante pois nos orienta para um pensamento não tão técnico, mas de um limite de zona tombada onde temos uma concentração de elementos arquitetônicos emblemáticos mais ou menos relevantes em determinadas áreas. Ela transcende a questão espacial e se aproxima de uma definição conceitual. Em “Memória descritiva do Plano Piloto”, escrita em 1957, Lúcio Costa fala da cidade como *civitas* e não apenas como *urbs*, sendo a *civitas* a parte que corresponde à escala monumental, relativa à intenção projetual de Brasília e seu caráter notório, bem como à capacidade humana de “cidadania” ou seja, de dimensão política:

Ela deve ser concebida não como simples organismo capaz de preencher satisfatoriamente e sem esforço as funções vitais próprias de uma cidade moderna qualquer, não apenas como *urbs*, mas como *civitas*, possuidora dos atributos inerentes a uma capital. E, para tanto, a condição primeira é achar-se o urbanista imbuído de uma certa dignidade e nobreza de intenção, porquanto dessa atitude fundamental decorrem a ordenação e o senso de conveniência e medida capazes de conferir ao conjunto projetado o desejável caráter monumental. Monumental não no sentido de ostentação, mas no sentido da expressão palpável, por assim dizer, consciente, daquilo que vale e significa. (COSTA, 1995)

Ao analisarmos a predominância emblemática de cada região da cidade, concluímos que a *escala monumental* de Lúcio Costa, é bastante representativa para a pesquisa. ROSSETTI (2012) defende ainda uma nova divisão temática deste conteúdo, complementando-o de modo a auxiliar na leitura. O autor classifica o patrimônio arquitetônico de Brasília em 5 categorias distintas. São elas: arquitetura provisória, arquitetura monumental, arquitetura representativa, arquitetura residencial, e arquitetura do cotidiano. Neste sentido, relacionamos a *arquitetura monumental* de Rossetti à *escala monumental* de Lúcio Costa. Sendo assim, ao mencionarmos expressões como *legado arquitetônico* ou mesmo *arquitetura de Brasília*, estamos nos referindo especificamente à monumentalidade da cidade, estando ela ou não nos limites definidos pelo tombamento.

As referências visuais que se tornam conteúdo para a criação de novos artefatos se encontram em grande parte nesta definição da monumentalidade. “A missão latente de transmitir, transgeracionalmente, a potência simbólica de Brasília está representada em sua escala monumental, com seus palácios, sedes governamentais e espaços cívicos” (ROSSETTI, 2012: 29). Ainda, de acordo com o autor:

Nesse espaço urbano, encontra-se a produção arquitetônica mais notória e reconhecida da capital, justamente por tratarem das arquiteturas de grande carga simbólica de representação dos poderes, cuja as imagens são amplamente difundidas pelas mídias. As imagens das arquiteturas da nova capital - por meio de fotografia, cinema, revista e televisão - transcenderam o âmbito de especialistas e políticos e passaram a ser uma pauta cotidiana, vinculando a cidade à modernização da sociedade e da nação e a legitimação definitiva da estética modernista na paisagem revolvida do cerrado do Planalto Central, a construção de um projeto de nação se efetivava através de um projeto urbano e arquitetônico, representando a tomada de posse e o ápice da epopeia modernizadora do Presidente Juscelino Kubitschek. (ROSSETTI, 2012:39)

Os monumentos que tanto representam imagetivamente a cidade estão além de uma classificação geográfica propriamente dita. Existem ainda outros exemplos que alimentam o imaginário visual de dentro e fora da cidade, que aos poucos se consolidam através do tempo e aparecem replicados em diversos suportes. Por ora, delimitar a cidade em seu aspecto monumental e de estética modernista é suficiente para darmos seguimento ao estudo.

### 3.1. A construção do mito antes da materialidade

Brasília passou por um processo de mitificação desde os primeiros anos de sua concepção, construção, inauguração e que nos dias de hoje ainda ressoam na sociedade. A cidade é um objeto de estudo único que desperta sentimentos de vontade de compreensão e encantamento, bem como, por vezes, de repulsa por parte de quem a observa e de quem nela vive. A aura criada em torno da construção da capital a partir do ano 1957, da mudança do poder político e consagração da cidade como capital do Brasil nos anos 1960 teve suas bases em tempos muito anteriores aos anos de Juscelino Kubitschek, e, talvez, toda essa força de mobilização que fez com que este ato se concretizasse ainda esteja presente nos discursos sobre a cidade.

O legado que este ato político deixou ainda repercute. O discurso de legitimação da cidade ainda se faz presente tanto na mídia quanto na vida social de seus habitantes, ora de forma sutil, ora mais evidente. Este discurso que trata da exaltação da arquitetura e dos responsáveis<sup>22</sup> pela sua construção influencia diretamente a percepção da cidade e de seus valores simbólicos e materiais. Através de periódicos impressos, jornais e revistas<sup>23</sup>, ao longo de anos foi-se construindo uma narrativa com personagens, formas e cores e que por fim moldaram o imaginário do que se supõe ser Brasília, em todos os seus aspectos.

São diversos os fatores que levam a uma reflexão sobre o entendimento deste processo. É preciso salientar que a criação de Brasília como manobra política exigiu muito de parceiros governamentais, institucionais e midiáticos. Sendo assim, a construção da cidade foi objeto de uma grande campanha de comunicação. Antes mesmo da mobilização para a criação de Brasília que foi dos anos 50 aos anos 60, diversas outras tentativas a respeito de uma nova capital já existiam no cerne político do país:

Brasília pertence à história brasileira desde o final do século XVII, quando movimentos de independência de Portugal faziam, da mudança da Capital

---

<sup>22</sup> A saber: Juscelino Kubitschek, Oscar Niemeyer, Lúcio Costa, Israel Pinheiro

<sup>23</sup> Não só a mídia impressa mas também diversas exposições e eventos internacionais fizeram parte da campanha propagandista de divulgação do surgimento da Nova Capital

para o interior do Continente, uma de suas bandeiras de luta; o nome e a localização da cidade, encampados por Juscelino Kubitschek durante sua campanha eleitoral nos anos cinquenta, já haviam sido definidos no século passado por José Bonifácio de Andrada e Silva, consolidador da independência do Brasil (KOHLSDORF et al, 2009, p.55).

Falar da monumentalidade, da utopia e da glória da construção da capital foi uma ação importante para que mesmo antes de ser uma cidade com vida, Brasília já fosse tratada como tal. A imagem mental da cidade ia sendo formada através de textos e falas no período pré-construção: o sonho de Dom Bosco<sup>24</sup> citado em meados de 1935, passando pelos discursos de política desenvolvimentista da época, o manifesto de Lúcio Costa do concurso de Brasília e o lançamento da revista Brasília<sup>25</sup>, ambos em 1957, são alguns exemplos que deram o pontapé inicial para a reprodução de falas poéticas e de otimismo nacionalista a respeito da cidade.

É importante esclarecer que o foco aqui não é questionar ou julgar o valor estético, ou mesmo o mérito arquitetônico da cidade. O que se pretende observar é que houve uma necessidade constante de legitimar Brasília e que estes argumentos também tiveram origens políticas.

Desde a sua campanha eleitoral, JK fez um uso inteligente desse conjunto de heranças, citações e representações, incorporando-as em seus discursos e projetos. Os mínimos detalhes foram pensados com a intenção de aumentar a carga simbólica da nova capital. Tudo o que foi publicado sobre a cidade, desde o governo de Juscelino Kubitschek até os dias de hoje, faz menção aos antecedentes da ideia de interiorização de Brasília, buscando por esse meio dar maior legitimidade à empreitada. Remetem à Inconfidência Mineira, a Dom Bosco, a Hipólito José da Costa e a José Bonifácio e chamam atenção para o fato de que a transferência da capital possui respaldo constitucional desde o século XIX. Construiu-se, assim, uma expectativa em relação à cidade. (VIDESOTT apud MEDEIROS, 2009)

---

<sup>24</sup> O sonho de Dom Bosco preconiza que uma civilização “aparecerá em uma terra prometida, de onde fluirá leite e mel, e será de uma riqueza inconcebível”. (MEDEIROS, 2012). O primeiro a mencionar o sonho de D. Bosco no Brasil foi o escritor Monteiro Lobato no Diário de São Paulo em 1935, em sua luta pela prospecção do petróleo no país. Disponível em: < <http://www.memorialjk.com.br/bsb/pgs/sonhodb.htm>>. Acesso em: 03 nov. 2017

<sup>25</sup> A revista *brasília* foi uma publicação mensal da Companhia Urbanizadora da Nova Capital do Brasil (NOVACAP), surgida em consequência do artigo 19 da Lei 29874, de 19 de setembro de 1956. Segundo o artigo, a NOVACAP passa a ser responsável por publicar mensalmente os atos administrativos da Diretoria e os contratos feitos por ela. Além de importante documento sobre a história da capital, o veículo pode ser também interpretado como mecanismo de mitificação de Brasília, assim como instrumento de suporte à fala mítica (MEDEIROS 2012).

Como efeito, cria-se cada vez mais uma atmosfera de encantamento em relação à cidade e seus protagonistas. A idealização de Brasília manteve continuidade no período pós construção, porém, com abordagens e objetivos distintos. A partir dos anos 80 surgiram medidas que geraram um impacto fundamental na forma da cidade, em sua preservação e controle do desenho, e, portanto, na construção imagética e como a vemos atualmente, já citados. São estas: o título de Patrimônio Cultural da Humanidade, concedido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura (Unesco), em 1987; e o tombamento da cidade pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Ambas as ações confirmaram o valor de excepcionalidade da cidade como obra, seja esta urbana ou arquitetônica. Ainda, um outro feito antecedente a estes foi precursor no sentido de preservação e objetificação da cidade, denominado GT<sup>26</sup> de Brasília.

A necessidade de abordar, de forma culturalmente consciente, tecnicamente sistematizada e politicamente institucionalizada, a questão da memória da cidade levou à criação, em março de 1981, do Grupo de Trabalho para Preservação do Patrimônio Histórico e Cultural de Brasília (GT Brasília) (KOHLSDORF et al, 2009, p.56).

O GT Brasília teve o propósito de estudar, propor e adotar medidas para preservação de tal acervo patrimonial. O tombamento de Brasília pelo IPHAN realizado apenas 32 anos depois da fundação da cidade<sup>27</sup> ampliou as questões referentes a preservação do patrimônio do movimento moderno. Parte da cidade que ainda não havia sido construída foi tombada como medida cautelar de proteção de um legado que nem sequer existia.

É relevante observar que na inauguração de Brasília muito ainda estava por construir, e esta condição se manteve por décadas apesar do trabalho contínuo. Kohlsdorf (et al, 2009) afirma que “A presença desta cidade na história brasileira precede e transcende seu período de existência concreta”. A cidade que existe hoje é muito diferente de 30 ou 60 anos atrás.

---

<sup>26</sup> O chamado GT Brasília viria a ser oficializado por meio do Decreto nº 5.819, de 24 de fevereiro de 1985, que criava o “Grupo de Trabalho para estudar, propor e adotar medidas que visem a preservação do patrimônio histórico e cultural de Brasília” (BICCA e KOHLSDORF), aproximadamente 25 anos após a inauguração da cidade.

<sup>27</sup> Através da Portaria nº 314, de 08 de outubro de 1992

O desenho de Lúcio Costa (Figura 2) foi determinante na definição de uma imagem da cidade, que por sua vez foi totalmente diferente da cidade projetada no papel e, ainda, muito distinta na sua construção.

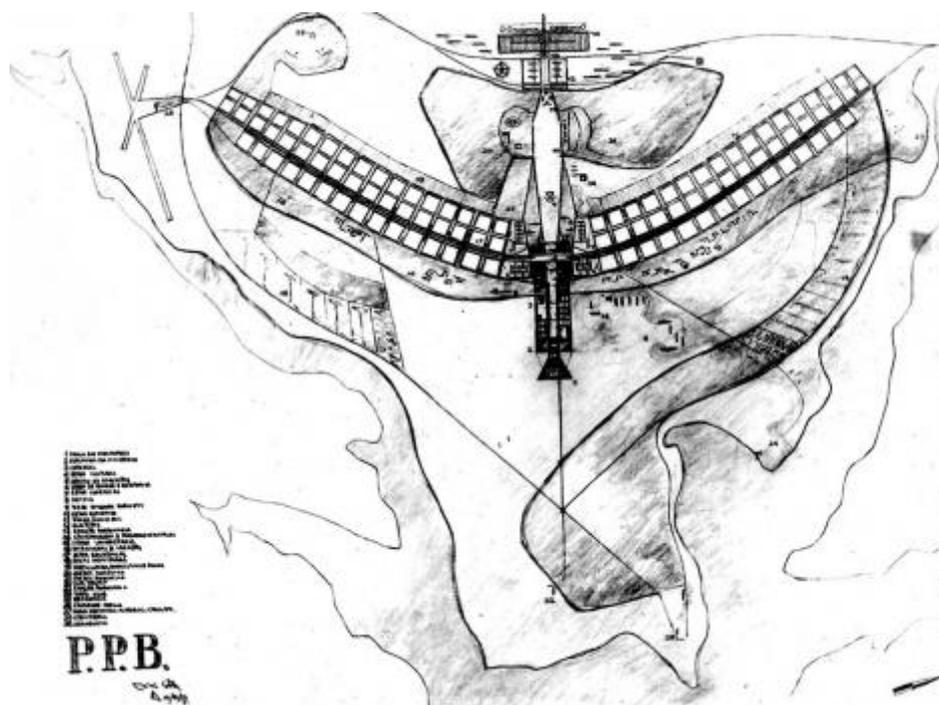


Figura 2 - O Desenho de Lúcio Costa (1957)

O ato do tombamento representa ainda uma ruptura de paradigma ao assumir como histórica uma cidade que mal completara 30 anos de existência, configurando assim Brasília mais uma vez como um símbolo que transcende ao tempo. O valor do passado já está presente na *cidade do futuro* e assim sua relação de construção de memória é afetada. Não se trata apenas de preservar um artefato patrimonial ou garantir que a sua concretização aconteça, mas da gestão de uma cidade que é a capital do país. Assim, por trás do tombamento há uma grande construção de camada de valores.

### 3.2. Os autores da cidade: Athos, Lúcio e Oscar

Para compreender de que maneira os aspectos citados se manifestam na materialidade através do design, e como essas informações imagéticas que reforçam a ideia de identidade são emitidas, foram selecionadas seis peças da produção de cinco designers locais<sup>28</sup> que possuem um aspecto projetual autoral, como definido anteriormente, para um diagnóstico. As peças foram analisadas comparando parâmetros como cores, materiais, formas e suas possíveis relações com obras arquitetônicas. Mesmo sendo desenvolvidas por diferentes designers, demonstram algumas características em comum. Em primeiro lugar destaca-se o que já se mencionou aqui, o principal foco deste estudo que é a relação das peças com a cidade. Em seguida, nota-se um protagonismo de determinados autores como a base desses projetos. Estes protagonistas surgem como referência constante entre os designers, dada a importância histórica e legado de cada um. São eles, o artista plástico Athos Bulcão, o arquiteto e urbanista Lúcio Costa e o arquiteto Oscar Niemeyer.

Ainda que a obra de Athos Bulcão não se caracterize estruturalmente como arquitetônica, ela se apresenta vinculada à composição espacial, e por isso o destaque. É uma obra artística conectada com a obra arquitetônica na sua origem, ou seja, geralmente criada para um local específico. O ritmo e a modulação aleatória assimétrica são peculiares à obra, e se apresentam igualmente nas partes do mobiliário desenvolvido. A utilização de uma só cor, geralmente uma cor primária, em fundo branco é outra característica dos trabalhos. A forma quadrada do azulejo determina naturalmente as proporções dos objetos, formadas por quadrados ou múltiplos desses.

---

<sup>28</sup> São eles: Marcelo Coelho – responsável pela marca Colina Design, Katia Moraes, Aciole Félix, Eduardo Borém e Thiago Lucas.

Os azulejos de Athos Bulcão surgem em diversos suportes, ora como uma alusão gráfica de sua padronagem, como é o caso da estante desenhada pelo estúdio Colina Design ( Figura 3); ora como conceito para determinar a forma tridimensional, como é exemplo da mesa Athos, de Kátia Moraes ( Figura 4).



Figura 3 - Estante de Colina Design (2016), Painel de azulejos, Athos Bulcão. Centro de Formação e Aperfeiçoamento da Câmara dos Deputados, (2003)

No caso de Bulcão, a reprodução gráfica quase que literal de suas obras ainda ocorre em outros diversos produtos dada a simplicidade da forma e facilidade de reprodução<sup>29</sup>.



Figura 4 - Mesa Athos, de Katia Moraes (2016) e Muro escultórico, de Athos Bulcão. Salão Verde, Câmara dos Deputados, (1976)

---

<sup>29</sup> De acordo com a Fundação Athos Bulcão, todas as obras precisam de autorização para serem reproduzidas. Mesmo assim, a replicabilidade da obra ocorre informalmente com frequência.

Lúcio Costa, responsável pelo plano urbanístico de Brasília, também surge como referência autoral. Seu legado é representado na peça do designer Aciole Félix, denominada Mesa Natural de Brasília (Figura 5). A representação do contorno do mapa do Distrito Federal se torna o tampo da mesa e ao centro tem-se o desenho vazado do Plano Piloto de Lúcio Costa, juntamente com o Lago Paranoá. A aplicação do traço do projeto urbanístico na nova peça aparece de forma similar ao que ocorreu com as formas de Athos Bulcão (Figura 3) quanto ao que se refere à replicação gráfica bidimensional.

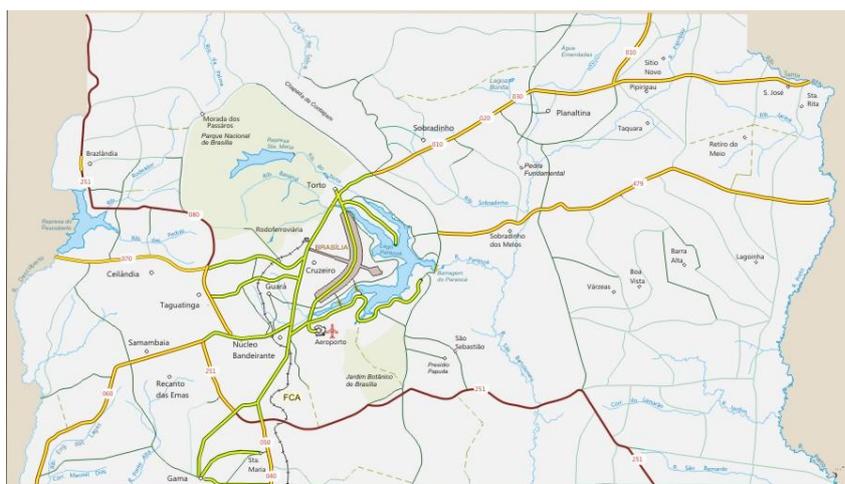


Figura 5 - Mesa Natural de Brasília, de Aciole Félix (2015) e mapa do DF com o Plano Piloto e lago Paranoá

Em companhia das formas que surgem da reprodução do traçado da cidade, são aplicados também outros itens associados à mobília moderna, que regressam a um tempo de construção da cidade. O pé-palito representa uma estética associada ao *retrô*, e aparece nesta peça de forma estilizada. Da mesma forma, essa estética é observada na peça Mesa Lúcio, do designer Eduardo Borém (Figura 6). O desenho se inspira na base de concreto com pilotis que sustentam a Torre de TV, um dos importantes monumentos de Brasília.



Figura 6 - Mesa Lúcio, de Eduardo Borém (2015) e Torre de TV, de Lúcio Costa (1967)

As alusões aos ícones monumentais que representam visualmente a cidade podem aparecer nas mobílias de forma mais explícita ou apenas como uma insinuação. Nos casos avaliados, observa-se que na maioria das vezes os elementos arquitetônicos que servem como referências criativas tornam-se quase réplicas miniaturizadas e adaptadas a outras partes, formando assim o objeto. Isto faz com que a conexão entre o design e arquitetura aqui analisados seja muito mais explícita.

A Cadeira Planalto e o Banco Alvorada, dos designers Thiago Lucas e Aciole Félix, respectivamente (Figura 7, Figura 8), se inspiraram em edifícios projetados por Oscar Niemeyer: O Palácio do Planalto e o Palácio da Alvorada.



Figura 7 - Palácio do Planalto, de Oscar Niemeyer (1960) e Cadeira Planalto, de Thiago Lucas (2016)

As colunas das duas obras de Niemeyer serviram como base para o desenho de partes dos novos produtos dos jovens designers. Como foi mencionado anteriormente, a evidência deste tipo de aplicação pode ser mais ou menos óbvia em alguns casos.



Figura 8 - Palácio da Alvorada, de Oscar Niemeyer (1958) e Banco Alvorada, de Aciole Félix (2014)

As características de configuração física dos mobiliários analisados demonstram que estes também se assemelham pelo feitiço técnico. Este aspecto está diretamente relacionado com a disponibilidade de materiais, técnica de manufatura, e disponibilidade e capacitação de mão de obra local. Na produção das mobílias são empregadas combinações de materiais como madeiras maciças, MDF (*Medium Density Fiberboard*) ou compensados, combinados com ferro ou aço carbono. Tecnicamente, os projetos também se caracterizam pela execução através da marcenaria tradicional. No caso da cadeira Planalto (Figura 7), este aspecto fica evidente quanto à escolha da *palhinha* na composição da peça: um item que faz parte do repertório das técnicas clássicas do mobiliário moderno brasileiro. Em alguns casos são utilizados corte a laser em chapas de madeira e metais. Quanto aos acabamentos, quando necessários, são realizadas pinturas do tipo eletrostática ou automotiva. Tais conformações técnicas das mobílias analisadas são limitadas e refletem o baixo teor industrial do contexto. Se a comparação das peças for relativa ao discurso material arquitetônico<sup>30</sup> de Brasília, a análise demonstra que as peças não dialogam claramente nesse sentido. Os materiais empregados nas estruturas comparadas – design e arquitetura – pouco se aproximam. As cores e texturas das mobílias assumem seu estado natural quando madeira, ou tons que remetem a cores primárias ou outras eleitas pelos designers.

---

<sup>30</sup> O discurso de Niemeyer sobre a capital define que "sua arquitetura passa a operar com menos materiais e formas mais definidas: operando menos no campo dos materiais de revestimento – agora quase sempre reduzindo-o a mármore branco, concreto aparente ou reboco pintado associados a generosos panos de vidro – e mais na associação entre formas claramente perceptíveis, com volumes precisos". (MACEDO, 2000).

Neste sentido, não é tão consistente a relação com a arquitetura tombada, composta por concreto, mármore e vidro. Temos uma diferença entre o design dos modernistas históricos<sup>31</sup> e o design que utiliza referências explícitas, ou literais. Os *históricos* fizeram design usando premissas voltadas para o pensamento da construção, do projeto arquitetônico, além de referências do momento histórico do modernismo que se encontravam, como exemplifica ROSSETTI (2012) no trecho:

Tratar de arquitetura implica em: abordar a estrutura, observar os materiais construtivos, refletir sobre a expressividade plástica desses materiais, analisar as janelas, as aberturas e todos os dispositivos de fenestração; considerar as obras de arte integradas, entender as relações edifício/cidade, a relação com a paisagem; atentar para as dimensões e para as proporções, a qualidade de iluminação dos ambientes; e também pensar nas relações espaciais e nos espaços que estão criados, definidos e mobiliados para atender certas funções. (ROSSETTI, 2012: 31)

A atitude do projetista na escolha do material deve ser questionada, pois cada item no projeto denota um pensamento. Ao tomarmos em conta o pensamento dos arquitetos modernistas no ato de projetar um edifício ou um móvel, verificamos há uma coerência: os mesmos critérios eram utilizados, em seja em um mobiliário ou em outro tipo de construção. Eram considerados os materiais e suas propriedades físicas, funções, plasticidade, peso, textura, entre outros. O modo de apropriação dos materiais no modernismo arquitetônico é totalmente diferente do modo presente no design contemporâneo de Brasília.

Para o moderno arquitetônico, o material está presente por várias razões, justificadamente, ou por adequação funcional ou estrutural, ou por razões estéticas, sendo em geral associado à história do Brasil, ou cultura brasileira. Por outro lado, no design contemporâneo analisado existem atributos coerentes com a tipologia modernista. As peças prezam pela horizontalidade e simetria na composição, além da ausência de ornamentos típica do móvel moderno. É interessante observar os vários olhares dos artistas e a forma como eles interpretam essa herança modernista.

---

<sup>31</sup> Aqui nos referimos a profissionais como Sergio Rodrigues, Oscar Niemeyer, Jorge Zalszupin, Joaquim Tenreiro, Lina Bo Bardi, entre outros.

### 3.3. Sob a perspectiva dos designers

Primeiramente, é necessário esclarecer que ainda que as referências visuais abordadas surjam massivamente de elementos arquitetônicos presentes em Brasília, em sua maioria na já citada *escala monumental*, a análise da produção de mobiliário autoral engloba aspectos relativos a todo o Distrito Federal. Esta definição se deu por diversas razões que levam à compreensão de que a atuação da rede criativa de um modo geral não se encontra exclusivamente centralizada em uma só especificidade geográfica. Através das entrevistas realizadas com os designers tivemos o entendimento de que a cadeia produtiva do mobiliário em questão ocorre em diversas localidades do Distrito Federal<sup>32</sup>. Os designers que possuem escritório próprio ou pequenas estruturas fabris afirmam que as mesmas se encontram na região periférica de Brasília. Ainda, alguns afirmam que a distribuição de seus produtos não se restringe apenas a capital, mas também para outros estados no país. Sendo assim, para nossa definição, tratamos de uma produção de design de mobiliário autoral localizada em todo o DF, mas com uma inspiração por assim dizer, oriunda da *arquitetura* de Brasília.

O conjunto de todos os artefatos que produzimos reflete o estado atual de nossa cultura” (p. 162). Bürdek (2006) atesta ainda que “cada objeto de design é o resultado de um processo de desenvolvimento, cujo andamento é determinado por condições e decisões - e não apenas por configuração”. As condições socioeconômicas, tecnológicas e especialmente as culturais, mas também os fundamentos históricos têm papel importante no embasamento deste conceito. O design de mobiliário se torna uma tradução dinâmica de diversos aspectos presentes, verbalizados ou não, do mundo material:

O segmento moveleiro permite doses de experimentação proibitivas nos setores dependentes de altos investimentos, o que redundará numa maior liberdade projetual e, em consequência, torna os móveis uma expressão privilegiada da cultura de seu tempo. Não é à toa que, quando se fala em design, o senso comum estabeleça uma associação imediata com móveis. (BORGES, 2012, p.11)

---

<sup>32</sup> Alguns exemplos são Taguatinga, Guará, Ceilândia, Vicente Pires, Sobradinho

Teoricamente, estes artefatos representam uma expressão da construção material contemporânea do design da cidade, justamente por estabelecerem uma conexão com o legado arquitetônico e com o que Cardoso (2011) refere-se como a “cultura material, ou seja, o vestígio daquilo que somos como coletividade humana. Toda forma tem raízes num passado imemorial, o do repertório, e abre-se para um horizonte ilimitado, o da linguagem materializada”. Ainda de acordo com Cardoso, os artefatos são a expressão concreta do pensamento e do comportamento que nos rege. Sendo assim, a paisagem urbana representa ponto relevante na vida social do indivíduo, onde existem relações emanadas de representações imagéticas referentes ao complexo arquitetônico. Neste sentido, Aciole Félix declara durante a entrevista realizada na pesquisa que “Brasília é muito categorizada, muito setorizada. Então é algo que me influencia. Não sei até que ponto é consciente ou inconsciente”. O designer Danilo Vale afirma também que as informações que via em seu percurso pela cidade influenciam seu modo de pensar:

Ao fazer o meu percurso diário [...] sempre passei na frente da catedral, e isso influencia o seu cérebro. Andando de ônibus por um tempo e passando pela rodoviária para resolver alguma coisa no Conjunto Nacional, o que se vê? De que você se alimenta? Quais são as informações? [...] e não é proposital (Danilo Vale em entrevista, 2018).

Sobre a intencionalidade do processo criativo dos designers, sabe-se que em alguns casos os projetos foram comissionados por agentes externos, como afirma o designer Danilo Vale em entrevista acerca de parte de sua produção:

O que eu tive, no meu caso em particular, foi uma oportunidade que surgiu quando fizemos a nossa primeira linha de mobiliário, que é a linha que tem as vinculações diretas à cidade. Foi uma oportunidade que tivemos<sup>33</sup> porque estávamos começando a fazer mobiliário. Nenhum a princípio tinha uma relação direta com a cidade, com a iconografia. Estávamos em contato com Sebrae, estávamos tentando viabilizar algumas coisas junto a eles. Eles vieram até nós às vésperas da Copa do Mundo (2014) e falaram de uma exposição que iria acontecer [...] de produtos feitos na cidade. [...] E foi assim que surgiu a primeira linha de produtos com a identidade de Brasília. Surgiu o banco Alvorada, a mesa Super Quadra, a cadeira Athos. Mas isso foi uma demanda do público também, e isso é um ciclo. Porque você gera um conteúdo, a mídia vê aquilo e *joga*, vende, eles querem mais desse conteúdo, e se torna um ciclo que vai girando até talvez entrar outra coisa no lugar. Mas é uma oportunidade (Danilo Vale em entrevista, 2018).

---

<sup>33</sup> Danilo se refere a ele e ao designer Aciole Félix, que foram sócios durante o período do relato, na já não mais existente empresa Sarto.

Há também situações de criação espontânea, onde o autor de fato se espelha na cidade para transmitir valores e conceitos, conforme afirma o designer Aciole Félix:

Você criar um produto que de repente tenha uma identidade com uma cidade e que carrega uma positividade [...] e você colocar isso dentro da sua casa, faz a a vida ter um pouco mais de beleza, de coisas positivas, de coisas que fazem sentir-se melhor [...] com o design você está comunicando um estilo de vida de pessoas que vivem aqui, e que não necessariamente tem a ver com política. [...] E a gente está levando uma imagem diferente com um mobiliário, com um objeto, sendo como um “embaixador” de Brasília. Não é só isso; Brasília tem gente criativa, [...] que vivem na cidade e ama a cidade por que é uma cidade muito boa de viver. Um mobiliário é uma forma de você ter um objeto simbolizando isso (Aciole Félix em entrevista, 2018).

Já os arquitetos Renata Brasil e Bruno Damasceno afirmam que mesmo sendo inspirados pelas formas da arquitetura de Brasília, preferem não se ater somente a isso:

Como eu falei da outra vez, eu acho legal essa questão do design inspirado em Brasília e entendo isso de uma forma muito clara. Mas a minha preocupação maior é fazer uma coisa que é daqui, que é reconhecidamente daqui. O fato de ser daqui não significa que deva ter formas ou um reconhecimento que se reflete visualmente. Você tem alguma coisa naquele objeto que pode ser identificado de várias formas, pode ser pelo material. [...] Não tenho muita essa linha de “inspiração pela forma”, de usar as formas de Brasília. Na verdade, no caso do concreto, o material que é a inspiração. Eu gosto muito dessa ideia sobre essa questão da identidade. Acho que Brasília é uma cidade muito peculiar. (Bruno Damasceno em entrevista, 2018)

Ainda temos outros pontos de vista, mais relativos à imaterialidade dos conceitos aqui tratados. Algo que ainda será tratado com minúcia mais adiante, dada a riqueza de questionamentos e de sua intangibilidade. Rafaela Gravia em seu depoimento fala sobre essa questão, quando se refere a temática *design inspirado em Brasília*, ou mesmo sobre o que define uma identidade local:

Eu acho que é uma ênfase na vontade de criar história, porque não temos história. Acredito que é muito enfático sempre querer voltar no contexto da apropriação. Ainda não temos, como brasileiros, uma história concreta... ainda estamos criando. Vamos levar muitos anos para criar realmente uma história, uma identidade, porque a história do Brasil é muito recente, e a de Brasília é muito mais recente ainda. [...] a mídia está sempre criando histórias, gerando apropriação do espaço para enfatizar isso. [...] eu acho que a identidade de Brasília não é algo específico, é mais um estilo de vida que é muito diferenciado de qualquer outro lugar. Eu sou muito voltada para arquitetura porque eu sou arquiteta, mas as pessoas às vezes são voltadas para o espaço urbano em que elas convivem, ou o trânsito até o trabalho. Esse fluxo, essas coisas fazem com que a gente pense que a vida é de um jeito específico Brasiliense. Acho que a identidade de Brasília se resume ao

cotidiano, ao convívio diário é um comportamento que a gente tem só aqui. [...] eu não tenho nenhuma peça que tenha realmente uma referência literal. Minha fonte de inspiração é completamente outra, mas também tem a ver com Brasília (Rafaela Gravia em entrevista, 2018).

De todos os modos, sendo inspirados diretamente ou não, os designers citam a importância dessas conexões entre design e arquitetura no contexto local. O trabalho criativo ganha força na cidade por uma questão de identificação afetiva, e também se torna visível em outros estados graças a esta referência:

A questão não é só consumir o que é feito em Brasília, é consumir alguma coisa com maior ligação afetiva. [...] eu diria que as vendas para outros estados é o que mantém ainda principalmente por que estamos fazendo um design em Brasília fabricado em Brasília, às vezes inspirado em Brasília. (Acirole Félix em entrevista, 2018)

Acho que em um primeiro momento nós suprimos essa identidade de desenvolver um produto que tivesse a iconografia de Brasília e com qualidade. Deve-se ir além e acho que a mídia poderia mostrar isso, pois acho que o que é feito na cidade já é muito além disso, tanto que estamos vendendo para fora para outros estados. (Danilo Vale em entrevista, 2018)

Provavelmente se não houvesse essa relação literal com a forma de Brasília, talvez muitas pessoas não iriam perceber que existe produção de design em Brasília. É um processo necessário para que as pessoas saibam que existe um mercado de produção de design. (Bruno Damasceno em entrevista, 2018)

O crescimento na atividade é um fator positivo, e ao longo dos próximos anos deve render múltiplas possibilidades para o design de um modo geral. Por se tratar de um fenômeno em fase inicial, sabe-se que a questão da forma ainda tem muito o que desenvolver. De acordo com Cardoso (2011) “a boa forma seria aquela que conseguisse externar, de modo feliz e harmônico o significado interior, o qual derivava de premissas que podiam ser concebidas, mas não vistas” (p. 34). A palavra definida por Schinkel (apud. CARDOSO, 2011) para este conceito seria tectônica, e exprime o modo como a aparência traduz a essência. Ainda nesse sentido, a forma abrange aspectos de aparência visual, configuração no sentido de arranjo das partes e estrutura construtiva.

Em todos os casos, deve-se avaliar a questão da composição de uma maneira minuciosa. O dilema da autoria mais uma vez direciona esta análise, pois se o designer se apropria de algo já existente para criar algo novo, permanece a dúvida de

quem é de fato o autor. Se supõe que a relação entre o design produzido na capital e a arquitetura ocorre através do que MORAES (2008) define por mímese. Mas neste caso, o processo de reprodução se dá internamente, em um processo de autofagia.

#### 4. Aspectos históricos em contexto

Dada a análise no capítulo anterior, é interessante que façamos um levantamento histórico do design de mobiliário nacional até sua implementação no contexto de Brasília. Com isso, temos um panorama mais amplo da atuação da disciplina, demonstrando algumas influências que a caracterizam no momento atual, tanto como prática como teoria.

Tomaremos como marco inicial do design enquanto disciplina, a fundação da Bauhaus por Walter Gropius, na Alemanha em 1919<sup>34 35</sup> com todo o seu conceito modernista: “Permanece também o consenso de que a primeira referência de escola de design é a Bauhaus de Weimar, na Alemanha, de 1919” (HESKETT, 1997: 103). Podemos considerar este como um fator histórico recente, que faz do design um campo jovem e que definitivamente se conecta com a história de Brasília, sua construção e implementação.

Em quase um centenário, a disciplina segue em contínua transformação e por isso deve sempre ser analisada e refletida. Rafael Cardoso (2008, p.251) afirma que, sendo o design uma profissão cujo destino é bastante imprevisível, toda e qualquer observação sistêmica da atividade é bem-vinda a fim de fornecer novas diretrizes. O

---

<sup>34</sup> A *Staatliches-Bauhaus* foi uma escola de design, artes e arquitetura na Alemanha. Foi uma das maiores e mais importantes expressões do modernismo no design e na arquitetura.

<sup>35</sup> A fundação da Bauhaus dentro do edifício da antiga Escola do Grão-Duque para Artes Plásticas foi um resultado e uma expressão da agitação sociopolítica presente na Alemanha após a queda do Império Alemão pós guerra, em 1918. Weimar era a localização central desse levante: durante esse período, a assembleia nacional fundou a primeira república parlamentar alemã, a poucas ruas de distância. A nomeação de Walter Gropius como diretor fundador foi precedida por uma longa e animada discussão sobre como o design poderia ser revolucionado para que o potencial da industrialização continuada pudesse ser utilizado para otimizar a produção de bens e arquitetura cotidianos por meio de trabalhos artísticos inovadores. Gropius já havia criado esse plano em 1916; ele trouxe consigo experiência com a construção industrial avançada e uma familiaridade com a grande produção industrial em massa de bens de consumo. Isso correspondia bem ao programa previsto pela coalizão do Partido Social-Democrata, do Partido do Centro e do Partido Democrático Alemão: estabelecer um estado social de acordo com o desenvolvimento da indústria moderna. As condições do pós-guerra inicialmente levaram a uma cooperação fortalecida com o ofício e comércio especializados. Os produtos criados nas oficinas (encadernação, encadernação, impressão gráfica, vitrais, escultura em madeira, escultura em pedra, metal, carpintaria, cerâmica, pintura mural, tecelagem) também contribuíram para o apoio da Bauhaus, já que o financiamento estatal era muito escasso desta vez apesar do governo simpático. O plano era criar uma cooperação próxima com a indústria, a fim de projetar protótipos comercialmente atraentes para a produção em massa. Fonte: <https://www.uni-weimar.de/en/university/profile/portrait/history/>

entendimento de como o motor do criativo funciona no contexto de concepção local irá fornecer informações para a promoção da análise e desenvolvimento de um pensamento crítico sobre tendências atuais de diversas disciplinas de design, bem como a manutenção das já existentes.

#### 4.1. Um breve percurso do mobiliário no Brasil

A implantação do design no Brasil durante a segunda metade do século passado foi um processo longo e complexo. O Brasil além de ser considerado um país de industrialização tardia<sup>36</sup> recebeu múltiplas influências europeias e norte americanas na sua construção cultural e, portanto, não se pode desconsiderar estes fatores como influências do desenvolvimento do design nacional.

De acordo com MORAES (2008), “a história do design no Brasil então não é a história de uma cultura espontânea. Ela é o contrário: a história de uma cultura importada na qual, no entanto se foi inserido ao longo dos anos a sua cultura autóctone”. Bonsiepe (apud, MORAES, 2008, p.30) ainda diz que “o debate sobre o design não nasceu no interior da indústria. Não foi levado adiante pelos representantes das empresas manufactureiras, mas por um grupo de pessoas estranhas à indústria: expoentes da vanguarda das artes visuais e da arquitetura”.

Sendo assim, é importante frisar que antes mesmo da formalização do design como disciplina no país a atividade projetual já era exercida. No caso do mobiliário, entre as décadas de 30 e 50, uma geração de designers<sup>37</sup> faz história no período definido por Maria Loschivato Santos (1995) como de “modernização do mobiliário no Brasil”.

---

<sup>36</sup> O processo de industrialização no Brasil, e, por conseguinte da mudança de uma sociedade rural e agrária para uma urbana e industrial, iniciou-se na segunda metade do século XIX, ganhou impulso nas primeiras décadas do século XX e teve um grande salto no período pós-Segunda Guerra Mundial... A segunda metade do século XIX marcou o início do processo de industrialização, com a implantação de diversas fábricas. A lavoura de café era uma realidade consistente, exigindo do governo diversas obras estruturais, como a instalação de rede de telégrafos, ferrovias e navegação. Proliferaram fábricas nacionais de tecidos, chapéus, sapatos, vidros, couros, sabão e cerveja para o consumo interno. O fim da escravatura, em 1888, e a proclamação da República, em 1889, consolidaram esse processo. (MENDONÇA, 2004)

Como a industrialização brasileira foi tardia, pois começou com um atraso de mais de um século em relação aos países líderes da Revolução Industrial, as máquinas utilizadas e a tecnologia não foram produzidas internamente, mas importadas daqueles países que já as desenvolviam há mais de um século, notadamente o Reino Unido. Isso significa que não ocorreu aqui a passagem do artesanato para a manufatura e desta para a indústria, como nos atuais países desenvolvidos.

Tibério Mendonça, Universidade Estadual Vale do Acaraú. *Processo de industrialização brasileira*. Disponível em: <http://www.tiberiogeo.com.br/texto/TextoUvaIndustriaBrasil.pdf>.

<sup>37</sup> Aqui a palavra *designers* em itálico se refere a profissionais que não haviam formação em desenho industrial, pois à época essa atividade não era formalizada. Dentre eles estão: Joaquim Terneiro, Lina BoBardi, Giancarlo Palanti e Bernard Rudofsky

De acordo com a autora, a história do móvel moderno no Brasil se divide em duas fases distintas: antes e depois dos anos 30. Antes dos 30, seguindo a tradição colonial. Em seguida, com a emergência da arquitetura moderna, com a ressonância das ideias levantadas pelo modernismo acelerou-se o processo de modernização da mobília no Brasil ( Figura 9).



Figura 9 - Cadeira Curva, de Joaquim Tenreiro (1960)

O design de mobiliário toma força no Brasil e ao mesmo tempo define novas formas características mais brasileiras. O estudo de SANTOS (1995) afirma que soluções técnicas e estéticas foram adotadas com base no Movimento Moderno, aliadas à adoção de materiais locais como determinados tipos de tecidos, fibras naturais, madeiras e outras matérias-primas.

Apesar do abasileiramento das peças, a produção acompanhava ainda as principais trajetórias das vanguardas europeias: linhas puras e ausência de ornamentos seguindo a trilha da modernização do estilo internacional<sup>38</sup>. Neste contexto, o arquiteto Le Corbusier foi também uma influência importante, dada a sua proximidade com os brasileiros Lúcio Costa e Niemeyer.

Os anos 50 foram marcados por uma crescente euforia desenvolvimentista generalizada no país, o que gerou um novo impulso na indústria. Em paralelo, surgem as primeiras ações que determinariam a construção da nova capital.

Este período é de extrema relevância para o entendimento do que se pode chamar de nascimento de um possível design de produtos em Brasília.

O movimento modernista ainda estava em fase de consolidação no país até a década de 1960, e com isso a atividade de design ainda não se fazia parte do real contexto brasileiro, de certa forma. Ainda assim, Marisa Maass (2011, p.128) afirma que “Os

---

<sup>38</sup> *Estilo internacional ou International Style* foi um termo cunhado pelo historiador Henry-Russell Hitchcock e pelo arquiteto Philip Johnson usado pela primeira vez na obra *Modern Architecture. Romanticism and Regionalism* em 1929. A maioria dos arquitetos definidos pelo estilo internacional eram europeus, com uma considerável brigada alemã emergindo da Bauhaus, a saber: Walter Gropius, Marcel Breuer, Ernst May, Erich Mendelsohn, Mies van der Rohe e Hans Scharoun. Outros europeus incluídos foram o francês Le Corbusier, o italiano Luigi Figini e o finlandês Alvar Aalto. Depois da Segunda Guerra Mundial, a aparência “típica” que definiu edifícios de estilo internacional foi modificada como uma questão de economia ao lidar com a reconstrução pós-guerra e, mais tarde, com a introdução de aço e vidro industriais. Fonte: TATE Museum, tradução própria. <http://www.tate.org.uk/art/art-terms/i/international-style>

FRAMPTON (1997), acerca do Estilo Internacional, afirma que o mesmo foi pouco mais que uma “expressão conveniente”. O autor declara que o Estilo Internacional nunca se tornou verdadeiramente universal. Implicava uma “universalidade de abordagem que em geral favorecia a técnica leve os materiais sintéticos modernos e as partes modulares padronizadas de modo a facilitar a fabricação e a construção” (:303). De todos os modos, o termo é utilizado para designar uma arquitetura globalizada surgida em meados do século XX.

esforços para a modernização do Brasil refletiram-se na adoção de padrões formais e de uma ideologia do moderno, tanto na arquitetura quanto nas artes visuais e no design”. Rafael Cardoso pontua:

“Primeiramente, e mais óbvio, afirma-se que houve sim uma ruptura por volta de 1960 e que esta inaugurou um novo paradigma de ensino e de exercício da profissão, o qual corresponde hoje aquilo que entendemos por design neste país. Trata-se de um design de matriz nitidamente modernista, filiado diretamente ao longo processo de institucionalização das vanguardas artísticas históricas, que ocorreu entre as décadas de 1930 e 1960 em escala mundial, de início como afirmação da luta antifascista na Europa e posteriormente como extensão do modelo hegemônico de corporativismo multinacional após a Segunda Guerra. Em retrospecto, fica claro que a implantação, no Brasil, de uma ideologia do design moderno, entre o final da década de 1950 e o início da de 1960 – em grande parte, patrocinada pelo poder público – coincide com e integra o esforço maior para inserir o país no novo sistema econômico mundial (...). O Brasil moderno de Getúlio e da Petrobras, de JK e Brasília, de Assis Chateaubriand e do Masp, de Carlos Lacerda e da Esdi pretendia-se um novo modelo de país – aquele “do futuro” – concluindo a ruptura com o passado arcaico e escravocrata iniciada pelo pensamento republicano positivista” (CARDOSO, 2008: 10).

Neste momento chega a primeira geração de designers na capital. Profissionais foram convidados para desenvolver linhas de mobiliário para os edifícios públicos, palácios e para a universidade:

A construção de Brasília, no final da década de 1950, havia criado uma demanda sem precedentes por móveis sintonizados com as linhas limpas dos traços de Oscar Niemeyer para a capital federal. Empresas e designers se organizaram para atender a essa demanda. Era um momento de grande otimismo no Brasil, o sincopado do novo marcando todas as áreas culturais – da Bossa Nova, na música, ao Cinema Novo. O design respirava esse momento de inquietude criativa, de aposta num amanhã que se esperava promissor. (BORGES, 2012)

Paula da Cruz Landim, no capítulo *Design Brasileiro: Antecedentes históricos* (2010) complementa este conceito ao afirmar a condição otimista da época em que o design de mobiliário se desenvolvia no Brasil:

A partir da década de 1950, o Brasil viveu um progresso singular. Sob o slogan “cinquenta anos de progresso em cinco”, de Juscelino Kubitschek, surgiram Brasília e outros projetos ambiciosos. Esse cenário econômico favorável incentivou a abertura de novas empresas e propiciou o aparecimento das primeiras iniciativas de design, tais como a Móveis Preto & Branco, a Unilabor, a Oca, entre outras. Assegurados os novos princípios do móvel, por meio de uma produção praticamente artesanal, inicia-se uma série de experiências de desenho/execução industrial que trouxe ao móvel moderno brasileiro uma maturidade que o colocou em destaque no panorama internacional (ibidem: 113).

SANTOS (1995) afirma que havia ainda uma diferenciação histórica quanto a produção moderna das escolas carioca versus a paulista. Inclusive porque a grande arquitetura brasileira, especialmente dos arquitetos cariocas, estava voltada para os prédios públicos. Rio de Janeiro e São Paulo tiveram entre os anos 30 e 60 a maioria das iniciativas em matéria de modernização de mobília.

O Rio de Janeiro voltado para o suporte da construção da capital federal e concentração de capital para investimento em obras públicas; surgindo aí mobílias para escritório. São Paulo se destacou pelo seu maior polo industrial e econômico, que já aglutinava maior parte dos recursos tecnológicos. Essa geração carioca teve, portanto, maior influência na atuação do design em Brasília. O ápice do desenvolvimento de projetos dessa natureza aconteceu até meados dos anos 60, como observa Adélia Borges:

A partir do momento em que foram equipados os edifícios públicos, os palácios, os teatros, os auditórios, contudo, houve uma queda na demanda. As encomendas públicas repentinamente cessaram e não foram substituídas por demandas do consumidor direto. O gosto dos consumidores ainda estava por demais ligado aos signos de status trazidos pelos móveis de estilos do passado, como Luís XVI, Dom João V, Chippendale e gótico. A essa determinante econômica somou-se a dimensão política: o golpe militar de 1964 trouxera restrição de liberdade, o que provocou consequências diretas nas atividades culturais e nas profissões criativas, que dependem do livre pensar para o seu exercício. (BORGES, 2012)

Os anos que sucedem se caracterizam pela continuidade do trabalho dos *modernos* e à morosa emergência de seus seguidores diretos, assim que somente nos anos 1980 surge uma nova vertente do design. De acordo com MORAES (2006) e LANDIM (2010), este processo foi fruto dos anos seguintes à ditadura militar, seja em termos de contestação cultural e valorização de conteúdos locais para aprimoramento de uma identidade brasileira, como também pelo movimento de globalização surgido em meados dos anos 1990:

[...] nesse sentido, o percurso do Movimento Pós-Moderno no Brasil torna-se mais próximo da prática contestatória da contracultura surgida precedentemente nos Estados Unidos e na Europa, justamente pelo fato de que entre as propostas do pensamento pós-moderno – europeu, principalmente – encontrava-se aquela de contraposição ao modelo de produção industrial convencional vigente. Assim, o design brasileiro do modelo pós-moderno dos anos 1980 não produziu em quantidade significativa, mas iniciou um novo processo para o reconhecimento de uma estética brasileira multicultural e mestiça. Foi aberta, então, uma nova e possível estrada para o design por meio da decodificação do próprio

pluralismo étnico e estético local, cujo modelo, em sua forma mais madura, desponta somente a partir da segunda metade dos anos 1990. A nova realidade conduziu a esse novo modelo, que começou a pôr em evidência uma estética múltipla, em que se nota uma forte presença dos signos híbridos e de uma energia particularmente brasileira. [...] O design brasileiro inserido nesse cenário entre a Pós-Modernidade e o modelo de globalização iminente começa a ter como referência maior a riqueza e a expressividade das próprias manifestações culturais do país. Toma a cultura popular e o carnaval como fantasia coletiva, reconhece o kitsch como gosto popular de massa e as telenovelas como referência ética e estética local. (LANDIM, 2010: 117)

No caso do design autoral de mobiliário, essa demonstração de ruptura do modelo racionalista pode ser exemplificada pelo trabalho dos designers de São Paulo, Fernando e Humberto Campana (Figura 10).



Figura 10 - Poltrona Vermelha, de Irmãos Campana (1993).

BORGES (2012: 22) afirma que a dupla de irmãos “rechaça o design atento às considerações de mercado, ergonômicas ou de viabilidade produtiva, e se mostram movidos por um impulso de auto expressão que em nada difere da pulsão artística”. Ainda assim, é importante destacar que “Eles não foram os primeiros a contestar o racionalismo no Brasil”. Ainda assim, com este paradigma deve-se conduzir o olhar para a contemporaneidade, onde essas formas de produção ainda são vigentes.

## 4.2. O resgate do aspecto artístico do design

O contexto contemporâneo global indica um design de mobiliário múltiplo e abrangente. Para o design vinculado a arte, esta característica teve início nos primórdios da Bauhaus com a premissa de um design integrado. “Então a arte e a vida avançavam a par: não havia objetos de arte para olhar e objetos vulgares para usar”, afirma Bruno Munari (1987, p.18) sobre o movimento da escola.

Por isso é nosso desejo inventar um novo sistema de educação que possa conduzir – mediante um novo ensino especializado de ciência e técnica – ao conhecimento das necessidades humanas e a uma sua percepção universal. Assim, é nossa intenção formar um novo tipo de artista criador, capaz de compreender qualquer espécie de necessidade: não porque seja um prodígio, mas porque é capaz de abordar as necessidades humanas segundo um método exato. Desejamos torna-lo consciente do seu poder criador, ousado frente aos fatos novos e independente, no seu próprio trabalho, de qualquer formula. (apud MUNARI. Programa da Bauhaus – Walter Gropius, p.19)

Este conceito perdeu força com o passar dos anos, atrelado a constantes mudanças políticas na escola, até o seu fechamento após a 2ª Guerra Mundial, em 1933. Em 1953 é fundada a Hochschule für Gestaltung (HfG) na cidade alemã de Ulm, que ficou mundialmente conhecida como a Escola de Ulm. O intuito inicial era promover os princípios da Bauhaus, porém, pode-se afirmar que a Escola de Ulm foi antagônica à sua antecessora no quesito *design-arte*.

Para que possamos contextualizar estes fatos com o ensino do design no Brasil, é necessária uma sucinta revisão das origens da implementação da disciplina no país. Neste sentido, considera-se o berço acadêmico do design no Brasil a fundação da ESDI, a Escola Superior de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro em 1962. A mesma recebeu influências diretas da Escola de Ulm, conforme é pontuado:

Em termos gerais, é aceito pelos historiadores, que a formação em design no Brasil está historicamente comprometida com a tradição empírica na ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial) por influência da Bauhaus e, posteriormente, da Escola de Ulm já reformada e dirigida por Thomas Maldonado: a cultura do aprendizado calcado na experiência – aprender a fazer, fazendo (NIEMEYER,1998: 21).

Sobre a Escola de Ulm, MAASS (2011: 130) afirma que, “para afirmar o design, disseminou o modelo da ruptura artificial entre arte e design, criando uma cultura de valorização da tecnologia...”. Ainda, sobre a consolidação deste conceito para as bases pedagógicas do design no Brasil, a autora afirma que:

Sendo Maldonado um formador de opinião, um pensador do design respeitado e respaldado por uma instituição considerada por muitos, e, de fato, modelo para o Brasil em termos de ensino, a Hochschule für Gestaltung (Escola Superior da Forma) situada em Ulm, na Alemanha, esta postura trouxe repercussões no desenvolvimento da disciplina no Brasil, como sublinha Bomfim (1978), na medida em que ajudou a afastar do âmbito da formação, das escolas de design, as disciplinas de composição e estética, fortalecendo, privilegiando e priorizando a linha comprometida com os parâmetros vindos da tecnologia, da economia, do marketing, ou seja: valorizando as posturas vinculadas ao aspecto do design que está atrelado aos condicionantes (aspectos contingentes e necessários), e não valorizando o aspecto livre, tratando, assim, o tema de modo reducionista, subestimando sua relação com a arte e a cultura. (MAASS, 2011, p. 37)

De acordo com Deyan Sudjic (2010, p.177), o conflito que surge da separação entre arte e design – que de acordo com o autor não é tão acentuada como se sugere, tornou-se mais intensificado desde a criação do movimento Memphis, de Ettore Sottsass, no início dos anos 1980 (Figura 11).



Figura 11 - Estante Carlton, de Ettore Sottsass (1981)

A relevância do movimento Memphis aqui leva a refletir de uma forma mais intensa sobre o papel semântico do design na sociedade. “Objetos que deveriam ser descritos como úteis passam a ser considerados culturalmente significativos por possuírem uma história conectada a outras finalidades que vão além da utilidade”, SUDJIC (2010).

O autor define este novo papel do objeto como *arquétipo cultural*. Assim, esses aspectos criam significados, tanto práticos, quanto simbólicos. Sudjic relaciona desta forma o design a aspectos afetivos dos objetos. Uma cadeira não se torna *apenas* um artefato destinado ao repouso do corpo e ao ato de sentar, mas sim um objeto que pode assumir inúmeros significados. Sobre os designers atuantes neste contexto, afirma o autor:

Todos esses designers criaram objetos que fizeram muito mais do que tratar da questão puramente pragmática de sentar. Cada um de seus produtos podia ser visto como uma espécie de manifesto em prol de uma abordagem pessoal do design. E todos os objetos produzidos têm o respaldo de argumentos fortes para serem considerados não menos emblemáticos de sua época do que a arte feita por seus contemporâneos. (SUDJIC, 2010, p.186)

Historicamente, no Brasil, a aceitação um *design artístico* ocorre justamente próximo a década de 1980. Foi uma importante fase de experimentação em design autoral no país<sup>39</sup>, como pode ser exemplificado com o trabalho de diversos designers como Fúlvio Nanni Jr<sup>40</sup> (Figura 12).



Figura 12 - Cadeira Raio 23, de Fúlvio Nanni Jr. (1989)

---

<sup>39</sup> De acordo com o portal Design Brasil, a Década de 80 teve importância significativa para o design. Foi nesse período que o design assinado começou a ser difundido no Brasil. O termo surgiu, conforme apontam algumas referências àquela época, como estratégia de marketing e veio para ficar. Até hoje desenho autoral, exclusivo, é sinônimo de móvel especial e a designação foi decisiva para que especificadores brasileiros se destacassem mais e também conquistassem maior projeção internacional. Fonte: <http://www.designbrasil.org.br/design-em-pauta/design-assinado/>

<sup>40</sup> Sintonizado com experimentações livres da rigidez formal e funcionalista do móvel moderno tradicional, Fulvio Nanni foi pioneiro ao introduzir padrões estéticos alinhados com as propostas do nascente pós-modernismo. Sua produção, além de seguir a boa tradição da marcenaria artesanal brasileira, explorando a diversidade das madeiras locais, promoveu a fusão de novos materiais industrializados, pesquisando e experimentando, com liberdade, combinações com metal, mármore, vidro, fórmica, resina plástica, borracha, lona e tela. Fonte: Museu da Casa Brasileira: <http://www.mcb.org.br/programacao/exposicoes/mostra-pioneiros-do-design-fulvio-nanni>

Como exemplo de design autoral contemporâneo em um panorama internacional, temos diversos exemplos oriundos de países europeus (Figura 13). A tradição fabril aliada a uma base curricular na formação dos designers torna a produção autoral dinâmica, como é o caso da Design Academy Eindhoven, na Holanda<sup>41</sup>.



Figura 13 - Estante de Ronald Smits e Maria Dondovic, Dutch Design Week (2017)

A linguagem contemporânea do design exige doses de ousadia e reflexão. Podemos afirmar que tal comportamento criativo é uma tendência global. Estas características posicionam o artefato como arte, como um objeto de desejo ou uma representação cultural daquilo que traduz um conceito.

---

<sup>41</sup> A Design Academy Eindhoven é uma escola de renome internacional. Realiza anualmente exposições com objetos desenhados e produzidos pelo seu corpo discente, sendo atualmente foco para o desenvolvimento de design autoral, criatividade, ousadia e inovação.

#### 4.3. A chegada do design na capital: Reflexo ou consequência do Brasil?

No geral, a história da implementação do design de mobiliário no Brasil trouxe grandes consequências para a chegada da disciplina na capital. A demanda da produção de mobiliário para preencher os novos espaços projetados foi um marco nesse sentido. No caso dos edifícios públicos de Brasília, os ambientes foram recebendo um inventário de peças de acordo com suas funções e estética, e, acima de tudo, que estivessem em completo alinhamento com o patrimônio que estava sendo construído.

É importante ressaltar que, à época, a preocupação em ocupar os edifícios de forma coerente era parte das premissas do movimento modernista e que pelo seu caráter transcultural se enquadravam no Estilo Internacional. O trabalho de Le Corbusier ilustra bem este conceito (Figura 14, Figura 15 e Figura 16), onde observa-se um projeto com integração entre diversos itens nele contido. Existe um diálogo entre arquitetura e design, interior e exterior, seja na forma, insumos ou ideais empregados.

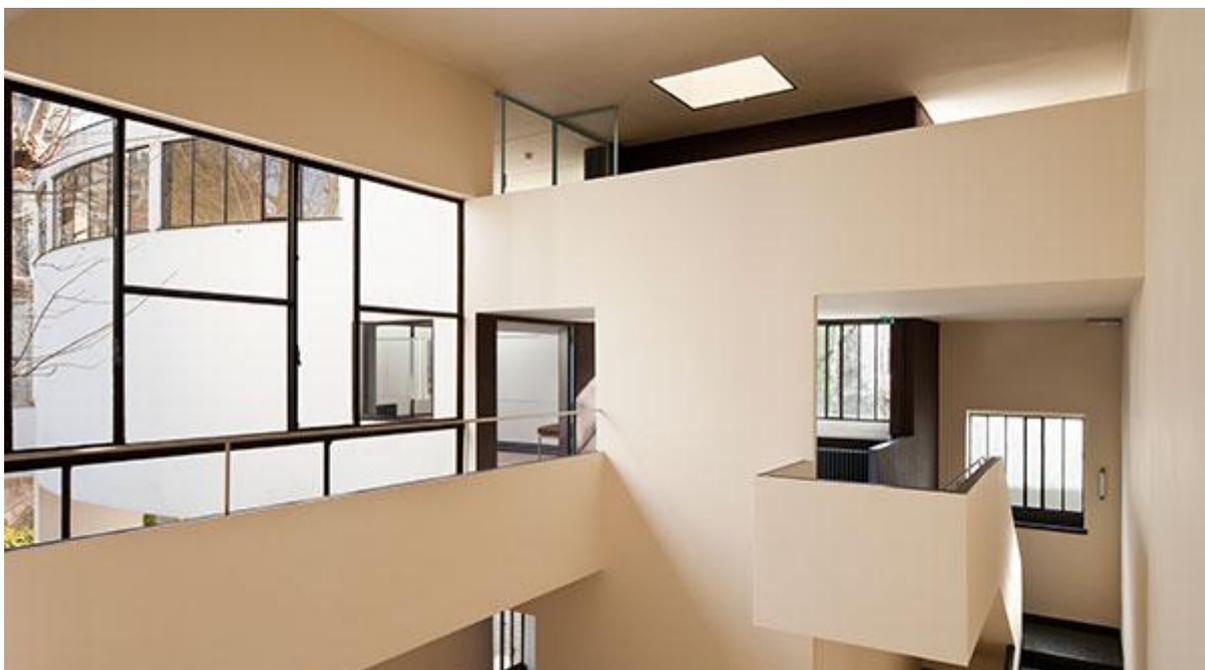


Figura 14 - Interior da Casa La Roche de Le Corbusier. Paris (1923-1925)

Os mesmos conceitos de construção, uso de materiais e funcionalidade aplicados à arquitetura eram utilizados na concepção do mobiliário que ocuparia o interior dos espaços, todos assimilados em uma só linguagem (Figura 15):



Figura 15 - Chaise Longue, conhecida também como LC4, de Le Corbusier (1928)



Figura 16 - Vista externa do interior da Casa La Roche, de Le Corbusier. Paris (1923-1925)

A geração de designers pioneiros em Brasília foi composta por um time de alto valor para a história do design. Dentre estes estão os arquitetos Zanine Caldas, Sérgio Rodrigues, João Filgueiras Lima e Oscar Niemeyer, que também foi responsável por algumas criações de mobiliário. Estes profissionais foram responsáveis pela configuração de diversas peças de mobiliário na nova capital, conforme afirma Santos:

Desde 1957 quando desenhou móveis a pedido de Oscar Niemeyer para equipar o catetinho em Brasília, Sérgio Rodrigues foi também um dos principais responsáveis pelo desenho de móveis para equipar os edifícios a Nova Capital tendo realizado toda a decoração do ministério das relações exteriores [...] bem como na embaixada brasileira na Itália. Em 1961, a pedido de Darcy Ribeiro - que carinhosamente apelidou a poltrona mole de mulher dama - Sérgio desenhou o mobiliário para o Campus Universitário de Brasília: para o alojamento dos professores, para a biblioteca e cadeiras para auditório Dois Candangos. (SANTOS, 1995, p. 128)

Apesar do legado deixado pelos arquitetos designers<sup>42</sup>, não houve registro de um crescimento significativo da atividade de manufatura de mobiliário com tanto valor histórico ou carga autoral na cidade. Após o ápice da construção da cidade, os anos seguintes tiveram um ritmo lento de desenvolvimento de design autoral. Todo o entusiasmo criativo vindo com a implementação da capital se desacelerou. Muitos foram os fatores que contribuíram para a dispersão do espírito de novidade na capital: questões políticas e econômicas estão entre elas.

---

<sup>42</sup> Termo usado por Maria Cecilia Loschiavo dos Santos para designar os arquitetos pioneiros que desenharam móveis para complementar seus projetos de arquitetura

Alguns exemplos de peças de mobiliário criadas por Niemeyer, e que até hoje são verdadeiros ícones do design modernista brasileiro, demonstram como esta relação ocorreu (Figura 17 e Figura 18):



Figura 17 - Poltrona Alta, de Oscar Niemeyer e Anna Maria Niemeyer (1971).

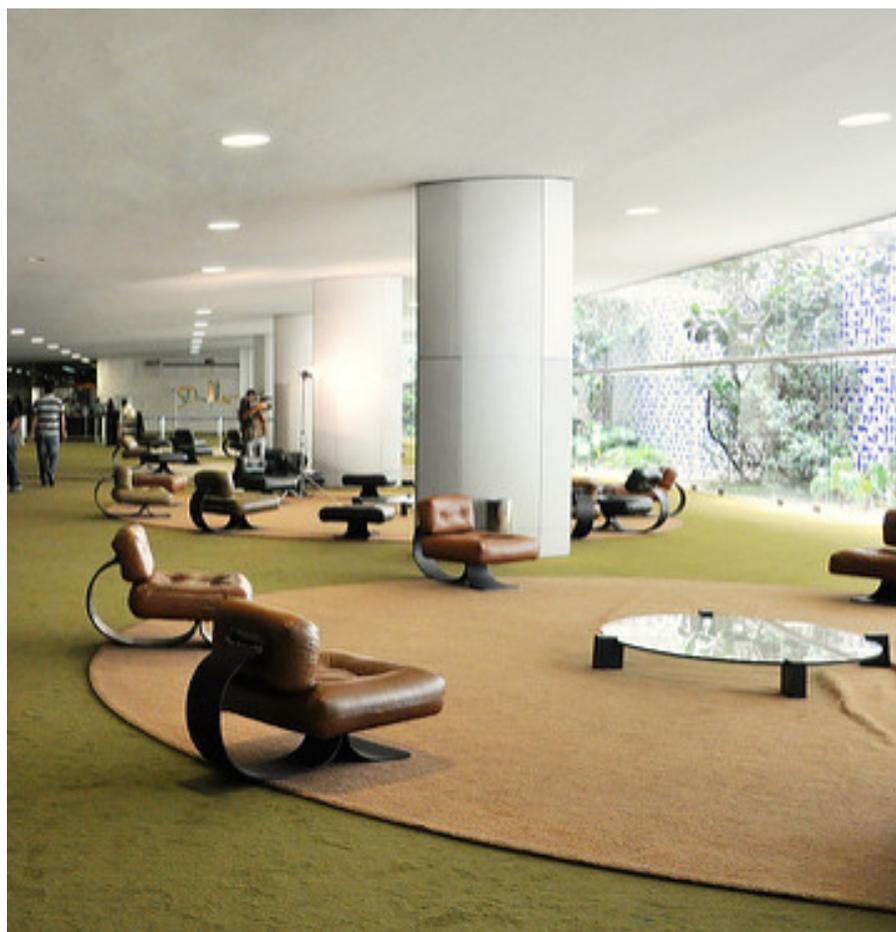


Figura 18 - Poltronas Alta no Salão verde da Câmara dos Deputados (2010).

Pode-se assim traçar um paralelo do desenvolvimento design de mobiliário em Brasília com o mesmo fato ocorrido no Brasil. Assim como o país, a capital possui uma natureza multicultural e plural. Sua população foi formada por pessoas vindas de diversos estados, com seus sotaques e costumes como uma grande miscelânea. É possível afirmar que a cultura da cidade também é uma cultura importada. A questão da identidade local aqui se constrói com “sentidos com os quais podemos nos identificar” (HALL, 2006: 51). Ainda, “esses sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas”.

Assim como ocorreu no Brasil, a capital é caracterizada por não ter um plano de industrialização em suas origens, ou melhor definindo, a cidade nunca foi planejada com o objetivo principal de ser um grande centro produtos. A construção da capital foi um marco para a indústria nacional no sentido de concretizar uma política desenvolvimentista da época, gerando resultados para a industrialização e urbanização brasileiras. No entanto, o propósito da cidade não incluía um plano de industrialização interna de grande porte e, portanto, a principal atividade econômica da capital se baseia em serviços<sup>43</sup> até os dias de hoje.

O Distrito Federal conta com um polo industrial de pequeno porte, assim podemos afirmar da existência de uma produção local de bens, ainda que sucinta. Esta baixa tradição fabril, aliada à centralização de atividades de manufatura nas regiões Sul e Sudeste do país foram determinantes na dependência da capital de outras regiões como fornecedores de bens e serviços industriais durante a sua trajetória.

---

<sup>43</sup> De acordo com o levantamento em 2011 pela Codeplan, em parceria com o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese), as atividades econômicas no DF se caracterizam por abranger 50% em serviços, em comparação a 6% relativas a indústria. Disponível em: < <http://www.anuariododf.com.br/economia/economia-3/>>. Acesso em: 27 jun. 2017

Ainda sobre o panorama industrial do DF, além de serviços ligados à administração pública, segmentos como intermediação financeira, comércio varejista, comunicação e tecnologia da informação têm destaque na economia local. Atualmente, o Setor Industrial tem participação de apenas 6% no PIB, mas vem crescendo consistentemente nos últimos anos. Segmentos como o de construção civil e a transformação de alimentos possuem algum destaque, mas outras áreas como confecções, produtos farmacêuticos e móveis também estão presentes e estruturados em Arranjos Produtivos Locais. Fonte: Mapeamento estratégico para a inserção do design nos grandes eventos esportivos no Brasil, MDIC. Disponível em: < [http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl\\_1417631487.pdf](http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1417631487.pdf) >. Acesso em: 13 abr. 2018

Curiosamente, neste sentido, o Brasil foi durante muitos anos dependente de países europeus. Em todo caso, apesar de o paradigma da profissão de designer industrial ser vinculada a grandes estruturas fabris, no Distrito Federal nunca houve este modelo. Este fator torna desafiadora a atuação do designer de produto, já que a Brasília conta apenas com o suporte de pequenas indústrias.

Fazemos assim uma breve comparação de desenvolvimento do design a partir de uma perspectiva macro (nacional) e micro (local). Evidentemente temos uma diferença temporal, onde a tecnologia, a globalização e os meios de comunicação posicionam as indústrias criativas locais contemporâneas em um patamar muito mais avançado do que o de anos atrás. Com exceção deste fator, podemos concluir então que assim como no Brasil, o desenvolvimento do design de mobiliário autoral se deu a partir de uma base modernista, de baixa tradição fabril e com forte influência externa.

## 5. Conexões entre o imaginário e o material

Desde sua concepção como cidade planejada, Brasília é um projeto urbano posto em prática que traz em suas origens fundamentos da cultura de projeto, mas também como afirma Eduardo Rossetti “da cultura do imprevisto, do esforço, do fazer por onde” (2017 – Notas de aula, PPG FAU UnB). A inauguração da cidade nos anos 60 trouxe a atmosfera utópica e arrojada originárias do modernismo. Este pensamento se alinha com a noção global do que é design, seja em termos de planejamento, materialização ou inovação.

Mesmo assim, a construção de uma cidade como estrutura física não pode ser comparada à construção de sua identidade cultural. O slogan proferido na era de Juscelino Kubitschek: “50 anos em 5” não se aplica à composição do imaterial. Ou seja, o amadurecimento cultural local não teve a mesma velocidade em termos de desenvolvimento de atividades criativas na cidade. Hall (2006: 38) deixa bem claro este processo quando declara que “a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade”. Ela está em constante processo.

Observa-se que o tipo de criação material se desenvolve, possivelmente, influenciado pelas transformações globais que caminham em paralelo com um reforço das identidades locais, defendido por Stuart Hall (2006). Realizar, portanto, uma reflexão sobre a relação entre a arquitetura monumental de Brasília – que é o nosso ponto de partida - e a produção de design atual da cidade destaca a conexão entre artefato, identidade e cultura, que por sua vez refletem aspectos sociais e históricos.

São fatores relevantes que levam a compreensão dos valores simbólicos dos artefatos materiais na sociedade. “A ideia que um produto não seja simplesmente um bem material, mas que possua um conjunto de características imateriais, leva ao desenvolvimento do conceito sistema-produto” (MORAES, 2008). Os traços que fazem parte do projeto da cidade, seja de sua estrutura urbanística ou de seus prédios-monumentos, ressurgem em diversos artefatos contemporâneos. Antes

mesmo das fases de concepção e projeto, todo artefato participa de uma pré-história que reside no repertório de formas e nas técnicas de fabricação vigentes no contexto de sua criação. Toda a forma tem raízes no passado imemorial, o do repertório, e abre-se para o horizonte ilimitado: o da “linguagem materializada” (Cardoso, 2011, p.163).

## 5.1. Um repertório imagético Brasiliense

Para finalidade de entendimento de uma formação de memória visual e de materialização, é importante relacionar quais são os componentes estéticos que foram consagrados na cidade, e que hoje formam o repertório imagético de Brasília. A cidade possui um acervo urbano incomum, de grande extensão, contemporâneo, sob intensa dinâmica urbana, além de ser um projeto urbanístico autoral e inconcluso. De acordo com KOHLSDORF (et al 1985: 59) vale destacar a análise de informações realizada pelo GT Brasília a partir dos desenhos e do relatório<sup>44</sup> do plano de Costa, como definição da identidade da nova capital. Isto deriva de análises, tanto da realidade concreta, quanto da percepção que dela se tenha no cotidiano social, posto que o sentido da preservação da memória dos lugares é sua permanente exposição àqueles que a apreendem em seu dia a dia.

Para este estudo, é relevante expor, ainda que de forma sucinta, a proposta de atuação do GT Brasília, que foi um dos primeiros trabalhos de catalogação com intuito de preservação na cidade. Esta indicava um modelo de conservação fundado no entendimento de Brasília não só como artefato histórico, mas como fenômeno urbano dinâmico, fruto de um projeto autoral pré-estabelecido e em pleno processo de implantação e apropriação social.

Desse modo, trabalhava em dois sentidos: o da permanência dos atributos morfológicos e simbólicos essenciais para a constituição da imagem de Brasília como espaço urbano excepcional e único para a história do urbanismo. Ao mesmo tempo, inseria o sentido de adaptação e transformação espacial frente ao dinamismo inerente ao processo de implantação e apropriação de uma estrutura urbana tão nova. (Superintendência do IPHAN no Distrito Federal Conjunto Urbanístico de Brasília Portaria nº 166/2016)

O conteúdo do trabalho do GT Brasília distingue as diversas tipologias, caracterizando as edificações no espaço como os grandes articuladores da estrutura urbana e que realçam a questão da percepção.

---

<sup>44</sup> Brasília, Plano Piloto original: Memória descritiva, manuscrito original. Lúcio Costa, 1957

Alguns exemplos da ordenação deste conteúdo são:

“Volumetria [...]: paralelepípedo com projeção retangular alongada [...]; sua altura é enfatizada pelos pilotis [...]. A forma das fachadas quase sempre se estrutura por elementos geométricos [...] com claras definições de zoneamento e ritmo e simetria ao menos em um sentido[...] Tipologias palacianas: o edifício do Congresso Nacional, os Palácios do Planalto, da Alvorada, do Buriti, aos quais reúnem-se o Teatro Nacional, a Catedral, o Memorial JK e outros assentes no Eixo Monumental. [...] são sempre desenhadas a partir de elementos geométricos simples, simétricos, repetitivos [...] ministérios, absolutamente iguais na sua extrema simplicidade [...]” KOHLSDORF (et al 1985, p.88)



Figura 19 - Vistas do Museu Histórico de Brasília e fachada do Palácio da Alvorada

Sobre efeitos visuais afirmam que (Figura 20):

O inventário dos efeitos visuais na Área de Interesse de Preservação identificou como mais frequentes e caracterizadores os seguintes: Amplidão, Situações de mirante, Direcionamentos, Originalidade, pregnância e individualidade, Legibilidade e clareza, Dominância. Embora não citados desta maneira, os efeitos visuais foram frequentemente utilizados por Lúcio Costa para caracterizar a nova capital brasileira em sua proposta para Brasília. KOHLSDORF (et al 1985, p.112)



Figura 20 - Vistas a partir do Palácio do Planalto

Acerca dos Elementos de informação (Figura 21):

Os elementos de informação destinados à sinalização resguardam certa unidade de tratamento, pois são o produto de um recente e detalhado plano de sinalização realizado para Brasília. KOHLSDORF (et al 1985, p.114)



Figura 21 - Projeto do Arquiteto Antonio Danilo Moraes Barbosa (1976).

Estes são alguns conceitos visuais definidos pelo grupo que referenciam a cidade. Tais descrições foram realizadas na década de 1980 com o propósito de relatar objetivamente Brasília e, quem sabe até talvez, esboçar uma espécie de manual de preservação urbana. Para nossa reflexão, nos importa muito tanto o conteúdo documentado como a ideia por trás dessa ação. O ato de elencar e catalogar através de algum tipo de registro é um conceito que permanece atual e tem sido constante na

cidade. Podemos comparar com o que está sendo realizado nos dias de hoje por profissionais criativos, ainda que de forma menos pragmática.

Temos como exemplo o trabalho do estúdio de design brasileiro Grande Circular, em seu trabalho intitulado *Dingbats Brasília* (Figura 22). O projeto trata do desenvolvimento de uma fonte tipográfica baseada na coletânea de diversos componentes que representam a cidade. Entre eles estão a representação gráfica de prédios e estruturas urbanísticas do DF, mas também de plantas e animais nativos, e até de comportamentos e atitudes peculiares locais. De acordo com os autores, o projeto tem por objetivo difundir a iconografia e preservar a memória cultural local, pouco explorados da capital brasileira.

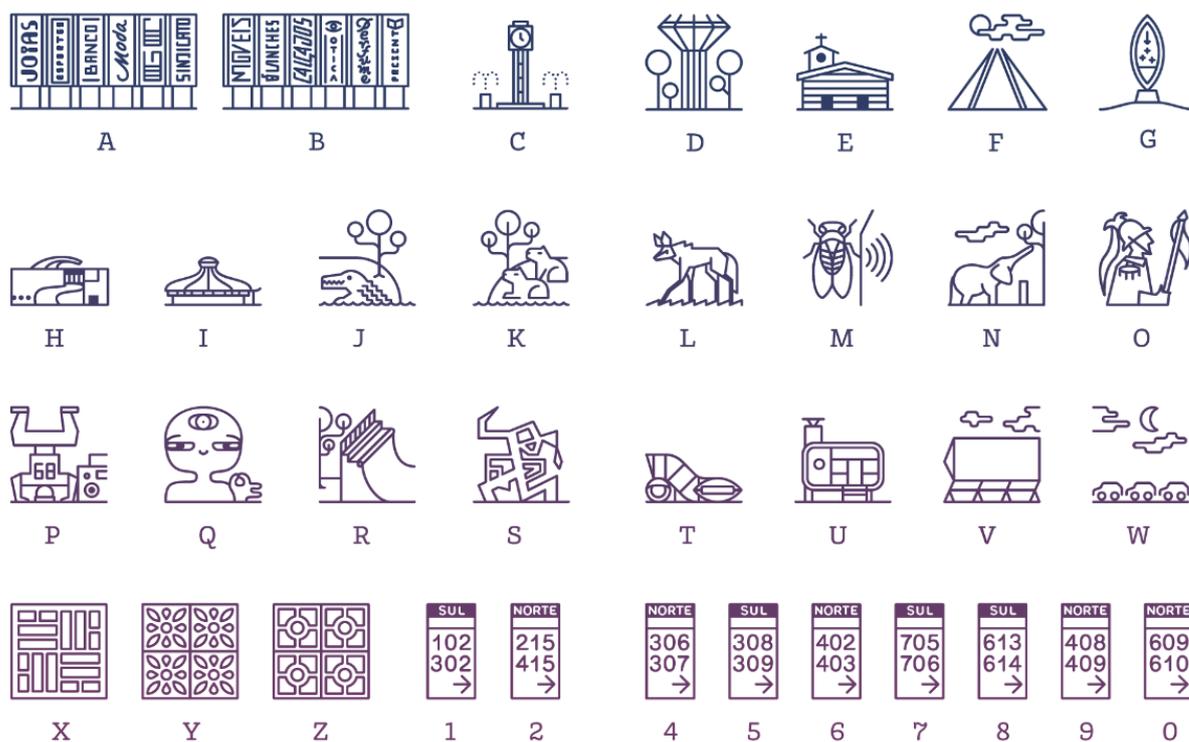


Figura 22 - Dingbats Brasília, de Grande Circular (2014).

Outra referência contemporânea deste tipo de catalogação criativa é o projeto “O novo guia de Brasília” (2016) de Gabriela Bilá (Figura 23). Trata-se de uma publicação independente com ilustrações e gráficos sobre a cidade, que especifica de forma mais lúdica elementos urbanos da cidade, tais como pontos de ônibus, tipologia de cobogós, entre outros.



Figura 23 - O novo guia de Brasília, de Gabriela Bilá (2016).

De uma forma ou de outra, observamos a constância do Plano Piloto como o maior portador de estruturas arquitetônicas responsáveis por referências imagéticas da cidade, conforme citado anteriormente. Ainda assim, é pertinente afirmar que com o passar dos anos o repertório representativo, ainda que concentrado na sua maioria em uma parte da cidade, se expande. A temática deixa de ser estritamente urbanística ou estrutural para abranger também aspectos subjetivos e culturais antes não tão representativos, refletindo a vivência na cidade através da percepção do cotidiano e do espaço pelos seus habitantes, além da crescente construção cultural que ocorreu nos últimos quase 60 anos de Brasília.

## 5.2. Discursos que geram identidades

Além dos atos formais e históricos que legitimaram Brasília, outros dados foram relevantes para que pudéssemos compreender a forma como ocorre o desenvolvimento de nosso objeto de estudo. Se trata da observação dos discursos oriundos da mídia, em um contexto atual. Esta etapa teve como foco compreender a construção do imaginário da sociedade a partir do cruzamento de representações sobre a Brasília que circulam nos meios de comunicação contemporâneos e os dados oficiais e históricos publicados no passado, identificando suas diferentes dimensões na construção dos imaginários e representações.

Observou-se a partir da coleta de artigos publicados na mídia digital *online*<sup>45</sup>, entre os anos de 2015 e 2017, a repetição do tema *Arquitetura de Brasília* como fonte de inspiração para o design. Sem dúvida, Brasília já foi tema de diversas outras formas de representação artística, tais como na música, no cinema e artes visuais. Porém, a constância do tema relacionado ao design nos chama a atenção dada a sua repetição contínua.

Tais discursos reforçam a ideia do surgimento de uma identidade local, como produto dessa relação do *design inspirado em Brasília*: o design é uma disciplina em crescimento na capital, e se desenvolve com o suporte de seu próprio repertório arquitetônico. De um modo geral, dão destaque para a informação de que legado da cidade está sempre presente nas atividades criativas<sup>46</sup>.

Ao mencionarem o “*design inspirado na arquitetura*”, “*obras inspiradas em Athos Bulcão*”, ou até elementos visuais presentes no cotidiano da cidade, como o céu azul, ipês, a sinalização etc; fazem com que o leitor assimile tal informação e compreenda

---

<sup>45</sup> Diversos conteúdos foram encontrados na pesquisa, dentre eles artigos em versões digitais de jornais e portais de notícias locais e de circulação nacional, revistas e *sites* especializados em design e decoração. É importante salientar que muitos destes conteúdos se encontram disponíveis online e em sua maioria são publicações que podem estar em versão impressa também.

<sup>46</sup> Segundo um estudo da Companhia de Planejamento do Distrito Federal – Codeplan, os setores que fazem parte da economia criativa apontados como os mais promissores da capital são o turismo patrimonial, urbanístico, arquitetônico e paisagístico, ecológico e cívico; as artes visuais e performáticas; a mídia; os serviços criativos e de produção de conteúdo; e o os de pesquisa e desenvolvimento. Disponível em: <<https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2015/07/30/mais-de-22-mil-pessoas-movimentam-a-economia-criativa-de-brasilia/>>. Acesso em: 27 jun. 2017

que existe uma atividade criativa – denominada design, ora artesanato, ora arte – em conexão com algo que ele já conhece, no caso, a cidade. A memória e a emoção estão articuladas neste discurso, e assim a absorção da informação se dá de modo eficaz.

Para CARDOSO (2012, p.68) torna-se necessário representar a experiência por meio de linguagens verbais visuais ou outras representações que necessariamente agregam sentidos e afetam a compreensão do artefato. Linguagens figurativas se enquadram neste sentido quando se refere ao consumo fácil. O designer neste caso faz o papel de tradutor da individualidade e ao mesmo tempo da coletividade da sociedade. A criação acaba por refletir a consciência coletiva ou simplesmente registrar a realidade.

A temática dos artigos se repete, ora de modo mais explícito, como nos títulos das manchetes, ora de forma mais subliminar, no corpo do texto conforme exemplificaremos. Em ambos os casos, nos textos dos autores, bem como na fala de entrevistados é possível identificar similaridades no discurso. A capital federal é tida como uma referência estética, um mote para a criação que surge relacionada diretamente com o que se traduz como a arquitetura local:

*“Traços de construções de Brasília inspiram coleção de móveis”*

Um escritório de design do Distrito Federal busca atrair clientes com projetos de móveis baseados em características de prédios e esculturas da capital federal [...] O escritório de design criou uma poltrona com partes articuladas nas laterais que lembram as fachadas dos prédios públicos de área central de Brasília.<sup>47</sup>

*“Coletivo Entre Eixos mostra trabalhos inspirados na arquitetura moderna”*

Guiado pelas experimentações do mercado do design na capital, o coletivo Entre Eixos [...] resolveu mostrar ao mundo como os padrões estéticos da arquitetura e da natureza de Brasília podem se apresentar em peças de mobiliário [...] os móveis fazem parte de uma linha inspirada na cidade e pretende apresentar para o Brasil a estética brasiliense.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Fonte: Portal G1, 2016. Disponível em: < <http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2016/08/empresa-projeta-moveis-inspirados-em-tracos-de-construcoes-de-brasil.html>>. Acesso em: 27 dez. 2017.

<sup>48</sup> Fonte: Correio Braziliense, por Vanessa Aquino, 2015. Disponível em: < <http://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/diversao-e->

*“Universitária usa madeira para criar acessórios inspirados em Brasília”*

As peculiaridades de Brasília serviram de inspiração para que a estudante de desenho industrial lançasse uma marca de acessórios [...] Madeira de árvores do cerrado e de demolição passaram então a ganhar a forma da Catedral Metropolitana, do céu da capital do país e até do Lago Paranoá.<sup>49</sup>

Embora seja Brasília um projeto com amplo repertório arquitetônico, nota-se que nos discursos das mídias estudadas são restritas as referências que surgem como “inspiração” para os artistas. Sendo assim, há uma repetição quanto a esses componentes “inspiradores”.

O que nessas mídias se pretende definir como “arquitetura de Brasília” acaba sendo mais uma vez reduzida ao complexo de edifícios da arquitetura monumental, em especial pela obra de Oscar Niemeyer, como é exemplificado nos títulos a seguir:

*“Arquitetura de Brasília”*

Inspirado na obra de Oscar Niemeyer, o designer Zanini de Zanine Caldas criou a mesa de centro Alvorada [...] com base que reproduz os traços do prédio de mesmo nome em Brasília.<sup>50</sup>

*“Bisneto de Niemeyer lança móveis inspirados em Brasília”*

Peças ganham nomes de construções históricas [...] Duas das peças principais, por exemplo, são o banco e a mesa lateral Catedral, cujas linhas são inspiradas na Catedral Metropolitana de Brasília [...] Os traços característicos de alguns dos prédios mais importantes de Brasília também aparecem em móveis como o banco Alvorada. Apesar do nome, Paulo explica que o design dessa peça é inspirado no Palácio do Planalto.<sup>51</sup>

---

arte/2015/02/05/interna\_diversao\_arte,469648/coletivo-entre-eixos-mostra-trabalhos-inspirados-na-arquitetura-moderna.shtml>. Acesso em: 27 dez. 2017.

<sup>49</sup> Fonte: Portal G1, por Raquel Morais, 2015. Disponível em: < <http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2015/04/universitaria-usa-madeira-para-criar-acessorios-inspirados-em-brasil.html>>. Acesso em: 27 dez. 2017.

<sup>50</sup> Fonte: Portal O Globo, por Marilena Dêgelo, 2015. Disponível em: < <http://revistacasaedjardim.globo.com/Revista/Common/0,,EMI91340-16927,00-ARQUITETURA+DE+BRASILIA.html>>. Acesso em: 27 dez. 2017.

<sup>51</sup> Fonte: Portal O Globo, por Josy Fischberg, 2016. Disponível em: <<http://revistacasaedjardim.globo.com/Revista/Common/0,,EMI91340-16927,00-ARQUITETURA+DE+BRASILIA.html>>. Acesso em: 27 dez. 2017.

*“Nova coleção de móveis é inspirada nas curvas de Niemeyer”*

Nova coleção de mobiliário se inspira no traço inconfundível de nosso mestre da arquitetura...A chaise-longue Brasília exhibe desenho sinuoso e feminino, uma referência ao legado de Oscar Niemeyer.<sup>52</sup>

A obra de Athos Bulcão também é destaque como referência visual de novos artefatos, como foi publicado no artigo que anunciava o centenário do artista:

*“Artistas e designers da capital celebram o mestre Athos Bulcão”*

Os brasilienses se apropriaram das formas e cores do artista carioca como se fossem símbolos de sua própria identidade.<sup>53</sup>

Ainda, há menção de conteúdos de mesma natureza em fragmentos de textos de outras reportagens, mesmo aquelas que não destacam como manchete principal a arquitetura da cidade como modelo para profissionais criativos desenvolverem seu trabalho. É o caso do artigo “Designer brasileiro estreia no Salão do Móvel de Milão”<sup>54</sup>:

O trabalho do designer é sempre inspirado em Brasília. Se não de forma objetiva (o banco Alvorada tem inspiração clara no Palácio da Alvorada, e a mesa Hera reproduz a estrutura do Ginásio Nilson Nelson), as peças lembram o aspecto escultural da arquitetura de Oscar Niemeyer. "Se não remetem a uma obra específica, acredito que trazem uma reflexão do que a gente vê no dia a dia da cidade. São peças muito diferentes das que circulam no eixo Rio-São Paulo justamente por ter essa visão de quem cresceu vendo as obras de Brasília", diz o designer Aciole Felix.

---

<sup>52</sup> Fonte: Portal O Globo, por Nádia Simonelli, 2016. Disponível em: <<https://casaclaudia.abril.com.br/moveis-acessorios/nova-colecao-de-moveis-e-inspirada-nas-curvas-de-niemeyer>>. Acesso em: 27 dez. 2017.

<sup>53</sup> Fonte: Correio Braziliense, por Nahima Maciel, 2017. Disponível em: <[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2017/07/02/interna\\_diversao\\_arte,606528/artistas-e-designers-da-capital-celebram-o-mestre-athos-bulcao.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2017/07/02/interna_diversao_arte,606528/artistas-e-designers-da-capital-celebram-o-mestre-athos-bulcao.shtml)>. Acesso em: 27 dez. 2017.

<sup>54</sup> Fonte: Correio Braziliense, por Juliana Contaifer, 2016. Disponível em: <[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/revista/2016/04/17/interna\\_revista\\_correio,527525/voo-solo-na-italia.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/revista/2016/04/17/interna_revista_correio,527525/voo-solo-na-italia.shtml)>. Acesso em: 27 dez. 2017.

De modo similar, o mesmo discurso se encontra no texto “Brasilienses inspirados criam na capital e conquistam o Brasil”<sup>55</sup>

Paralelamente ao seu trabalho com instalações interativas, ela continua criando produtos descolados: vestidos e lenços com estampas inspiradas em aspectos da capital, quebra-cabeças de monumentos da cidade e muito mais...As formas dos acessórios são inspirados em monumentos e também nos detalhes do cotidiano da capital.

O condicionamento de relacionar as atividades criativas que acontecem na cidade com a arquitetura torna-se um hábito midiático semelhante ao que ocorreu durante o processo de legitimação da cidade há anos atrás. A obra de realização da capital é algo tão presente que ainda surge como tema para embasar assuntos diversos na mídia. Embora exista uma forte produção criativa sem conexão com a construção da cidade, a fala vinculada à arquitetura permanece.

Para Armando Silva (2001), pode-se definir cidade como a imagem de um mundo vivido, que está sempre se construindo e reconstruindo, pelos acontecimentos cotidianos e coletivos dos sujeitos que nela habitam. O ponto de vista seja do cidadão ou do visitante marca tanto uma noção espacial daquilo que se reconhece porque se vê, mas também marca uma noção narrativa: algo é narrado porque se reconhece ou conhece. Desta forma, o ponto de vista do observador aborda as possibilidades narrativas de fortes raízes culturais em cada geografia urbana. A soma imaginável das opiniões dos cidadãos de uma cidade integra a leitura simbólica que é feita da cidade. Corresponde à sua representação e às diferentes estratégias narrativas.

Aqui levamos em conta o somatório das impressões que a sociedade tem sobre a cidade, sobretudo a de formadores de opinião e divulgadores de fatos históricos que curiosamente contribuíram para a geração de um imaginário da capital mesmo antes de ela estar completamente construída. Ainda, SILVA (2001) afirma que por outro lado, o olhar, em sua característica de alusão imaginária a um desejo, coloca a

---

<sup>55</sup> Fonte: Correio Braziliense, por Renata Rusky, 2016. Disponível em: <[http://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/revista/2016/08/21/interna\\_revista\\_correio,545124/brasilienses-criam-inspirados-na-capital-e-encantam-candangos.shtml](http://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/revista/2016/08/21/interna_revista_correio,545124/brasilienses-criam-inspirados-na-capital-e-encantam-candangos.shtml)>. Acesso em: 27 dez. 2017.

fantasia em movimento. As fantasias inventadas por uma comunidade podem tomar forma na escrita ou na imagem<sup>56</sup>.

Hall (2006) define como cultura nacional um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações, quanto a concepção que temos de nós mesmos. Ao produzir sentidos com os quais o sujeito se identifica, se constroem-se as identidades. Estão nas histórias e memórias que são narradas, e imagens que dela são construídas. É possível que para manter a construção de sua identidade, a sociedade necessite replicar discursos ininterruptamente, mesmo que em algumas vezes sejam omissos ou questionáveis. Todo este processo pode ser descrito como o que Noam Chomsky (1994) define como *fabricação do consenso*. A mídia não só é responsável por uma fabricação do consenso, mas, sobretudo, de uma visão estereotipada da cultura. CARMAGNANI dá destaque à obra “Manufacturing Consent”, (CHOMSKY, 1994), sobre a atuação dos meios de comunicação de massa:

“...as atividades desenvolvidas pela mídia em geral estão a serviço da mobilização de apoio a interesses especiais que dominam o estado e a atividade privada, e que suas escolhas, ênfases e omissões podem ser melhor entendidas se analisadas em termos daquele modelo – o da propaganda. Conforme eles mesmos apontam, isso pode parecer uma obviedade, mas numa sociedade democrática o que se postula é que o papel da mídia é o de descobrir e veicular fatos e “verdades”. Contudo, sabemos que isso não ocorre, tendo em vista que nessa ordem de discurso (cf. Foucault, 1971) quem tem acesso a esse discurso e o produz, fixa suas premissas a fim de decidir aquilo que a massa pode ver, ouvir e pensar e, de um certo modo, “controla” a opinião pública através de várias campanhas publicitárias.” (CARMAGNANI)

Por ser Brasília a capital do poder brasileiro, suas atividades se encontram bastante vinculadas a ações políticas. Deste modo observa-se também o fomento de outras atividades do setor da economia em conexão com o design por meio de incentivos como eventos e políticas públicas<sup>57</sup>. É possível que as informações midiáticas que exaltem aspectos cívicos locais sejam favoráveis tanto para o governo quanto para os veículos. Em contrapartida, este tipo de informação também entra em sintonia com

---

<sup>56</sup> Relacionamos esta forma com os artefatos desenvolvidos por artistas locais.

<sup>57</sup> Em junho de 2017, através de uma campanha em conjunto com a Secretaria de Turismo do DF, Brasília se torna candidata a Cidade Criativa do Design pela UNESCO. Disponível em: <<https://www.brasiliacityofdesign.com/>>. Acesso em: 27 jun. 2017.

aspectos emocionais entre os habitantes (leitores) e a cidade. Em suma, são conteúdos de fácil aceitação. Resta saber se o design produzido na cidade é produzido por causa da aceitação do público ou se o público aceita tal produção por ser algo brasiliense.

### 5.3. O espírito do tempo e a memória coletiva

O momento atual revela, através de um sistema composto pela sociedade, o design produzido em Brasília: o design se dissemina entre os criativos e o público em geral através de eventos, da mídia, de políticas públicas<sup>58</sup>, entre outros. Constatou-se assim que as motivações por trás de tal ocorrência, conexões com o legado arquitetônico e as expectativas futuras para esta perspectiva formam um espectro coletivo, uma espécie de *Zeitgeist*<sup>59</sup>, que tem reforçado um conhecimento de design antes inexplorado na cidade.

Este conceito, que foi definido por Hegel em *Filosofia da História*, expressa o “espírito do tempo” ou “espírito de uma época” e representa uma unidade estética de um determinado período histórico. Para a filosofia hegeliana o indivíduo, em sua unidade, é somente uma abstração; o que de fato é concreto e universal é o povo, a vida de um povo. Dito isso, resta esclarecer do que se trata a esta vida. Para Hegel o homem só é na medida em que o Outro o reconhece, de modo que nasce para viver na coletividade, no povo. Sendo assim, questiona-se sobre os substratos que alimentam a sociedade para que se dê o desenvolvimento do design em Brasília. De um lado temos a cidade que fornece o conteúdo, do outro temos o designer que capta e transforma este material.

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas — desalojadas — de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem flutuar livremente. (Hall, 2006: 75).

---

<sup>58</sup> O panorama do design ganha força com o título de cidade criativa e do design, concedido pela UNESCO em 2017. Este é um fenômeno de grande relevância para a fixação da disciplina como parte integrante da sociedade.

<sup>59</sup> *Zeitgeist* é um termo da língua alemã cuja tradução literal é “espírito do tempo”. Para o filósofo alemão Hegel, o “espírito do tempo” seria a reunião de ideias que formam a consciência de uma determinada época: “Cada homem, com seu espírito subjetivo, participa da construção desse espírito que molda a maneira dos sujeitos agirem e conceberem o mundo”. Compreender esse conceito é fundamental para entender a filosofia de Hegel, pois, para ele, é impossível a delimitação do conhecimento em verdades eternas e absolutas e, ao mesmo tempo, a existência de verdades que não estejam diretamente ligadas ao tempo, ao contexto histórico. Fonte: SOUZA, André Peixoto de. at al. Para ler Hegel: aspectos introdutórios à Fenomenologia do Espírito e à teoria do reconhecimento. Linha de Pesquisa “Leitura dos Clássicos”, FCJ/UTP, 2010. Disponível em: < [http://scholar.google.com.br/scholar?lr=lang\\_pt-br&q=zeitgeist+em+hegel&hl=pt-br&as\\_sdt=0,5](http://scholar.google.com.br/scholar?lr=lang_pt-br&q=zeitgeist+em+hegel&hl=pt-br&as_sdt=0,5) > Acesso em: 27 Jun 2017.

Hall (2006) cita uma comunidade imaginada, como compartilhamento dessa narrativa. Este conceito se relaciona com o que o sociólogo francês Maurice Halbwachs define por “*memória coletiva*”, ao designar determinados aspectos advindos da interação social. O autor postula que o fenômeno de recordação e localização das lembranças não pode ser efetivamente analisado se não for levado em consideração os contextos sociais que atuam como base para o trabalho de reconstrução da memória. É, portanto, mediante a categoria de “memória coletiva” de Halbwachs, que a memória deixa de ter apenas a dimensão individual, tendo em vista que as memórias de um sujeito nunca são apenas suas ao passo que nenhuma lembrança pode coexistir isolada de um grupo social.

Sendo assim, é relevante se pensar na trajetória do mobiliário autoral como uma forma de representação material. De acordo com MAYNARDES (2015, p.29) na relação do mobiliário com a habitação e a formação do lar, constata-se que a concepção formal dos produtos sempre foi pautada na “evolução do espaço doméstico, do modo de morar e do surgimento do mobiliário como artefato de apoio às atividades, aos desejos e às aspirações humanas”. Com qualquer outro objeto não foi diferente, nele ficaram impressos as necessidades, as expressões artísticas, o desenvolvimento da técnica e as relações simbólicas. Na atualidade, verifica-se que a adoção do mobiliário autoral se dá pela introdução desse tipo de produto nos interiores de residências e a leitura de conceitos, sendo associado aos novos estilos de vida e proximidade de valores de pertencimento, identidade e cultura de Brasília.

O pensamento de HALL (2006: 76) mais uma vez reforça este caminho, quando diz que “as identidades representam vínculos a lugares, eventos, símbolos, histórias particulares. Elas representam o que algumas vezes é chamado de uma forma particularista de vínculo ou pertencimento”. Já HALBWACHS (1968, p.22) cita o conceito de construção de lembranças conectadas a comunidades afetivas:

É necessário que esta reconstrução se opere a partir de dados ou de noções comuns que se encontram tanto no nosso espírito como no dos outros, porque elas passam incessantemente desses para aquele e reciprocamente, o que só é possível se fizeram e continuam a fazer parte de uma mesma sociedade.

A construção da memória individual é resultante da combinação de memórias de diferentes grupos nos quais está inserido o sujeito, conseqüentemente, sendo influenciado por eles, como é o caso da cidade. Ainda de acordo com o autor, uma ou mais pessoas juntando suas lembranças conseguem descrever mais precisamente os fatos, e conseguem até reconstituir circunstâncias definidas mesmo que não lembradas ou vivenciadas.

Neste sentido, “é importante assinalar que as lembranças que se destacam em primeiro plano da memória de um grupo social são aquelas que foram vivenciadas por uma maior quantidade de integrantes desse grupo” (SILVA, 2016). Halbwachs defende, portanto, o conceito de memória coletiva como um processo de reconstrução do passado vivido e experimentado por um determinado grupo social. O que nos leva a refletir a respeito das criações mentais coletivas sobre a definição de Brasília e sua identidade. Compreender como tal identidade da cidade influencia a criação de uma cultura de design autoral – ou seja, um design tido como expressão individual (FIELL & FIELL, 2015 apud SILVA, 2016); e ao mesmo tempo é influenciada, em uma relação de permutas constantes, é um aspecto de natureza intangível e em constante transformação.

## **6. O surgimento de uma cultura de design**

A discussão sobre a definição de cultura conduz a um tipo de questionamento existencial e paradoxal da humanidade, onde a mesma comparece como propriedade universal de todas as formas humanas de vida. Para BAUMAN (2012), o trabalho da cultura consiste tanto em sua autoperpetuação quanto em garantir as condições para futuras experimentações e mudanças. Antes vista pelo autor como um fato social, a cultura é tratada por ele como um quebra-cabeças dada a complexidade de seu mecanismo. Sua condição ambivalente é ao mesmo tempo fábrica e abrigo da identidade.

Este surgimento espontâneo e inovador e que ao mesmo tempo carrega em sua essência a tradição e memória que caracterizam a cultura, se relaciona diretamente com a produção material na sociedade. A produção de artefatos se conecta de modo direto com a representação de uma cultura. De acordo com ECHEVERRÍA (2001), a intencionalidade da produção e consumo de bens está relacionada à necessidade do ser humano de dizer algo a si mesmo e à capacidade de alterar a identidade social, sendo de responsabilidade tanto do sujeito coletivo como individual.

No processo de reprodução individual do sujeito – via produção de objetos – há uma tentativa de moldar os indivíduos que os consomem, e também a si mesmo. Ou seja, há uma troca e uma espécie de relação comunicativa. Todos os indivíduos sociais se transformam a si mesmos, direta ou indiretamente. Este processo gera um ciclo de comunicação de significados.

O processo produtivo não só permite a reprodução da vida humana através da transformação da natureza, mas também uma reprodução da forma social, política, em que todo esse processo produtivo se desenvolve. Sendo assim, a função reprodutora de qualquer tipo de produto é a função reprodutora dos modelos de sociedade. O autor define este movimento como um processo de comunicação - emissão e recepção de mensagens - que é onde se encontra a chave para a definição de cultura.

MOLES (1994, p.13) afirma que as relações do indivíduo com o meio social passam fundamentalmente pelos objetos e produtos transformados nas expressões mais tangíveis da presença da sociedade em seu ambiente. A psicologia da vida social se orienta para o estudo das relações do indivíduo com as coisas, uma vez que estas coisas são produtos sociais bem mais caracterizados e mais atuais do que os seres humanos que os realizaram.

O homem que antes estava habituado a assemelhar-se com base na natureza passa a pensar o seu ambiente de acordo com os cenários artificiais onde ele habita. Neste sentido, o autor cita que as cidades surgem como protagonistas na definição de um campo psicológico no entendimento visual. Assim, é chamado de cultura este ambiente artificial que o homem cria para ser intermédio do corpo social. Aqui este conceito nos conduz à uma leitura de Brasília, como palco e ao mesmo tempo inspiração para a geração de ideias. O conceito de cultura aqui inclui, portanto, todo o inventário de objetos e serviços que levam a marca da sociedade, que são produtos do homem referentes a ele, ligados à produção de design.

Ao mesmo tempo, considera-se então que o design se torna um portador de signos, de códigos de comunicação que ora se aproxima ora se afasta de seu receptor, que aqui definido como grupo, é a sociedade. Para Löbach (2001, p.156), o processo de comunicação no design industrial envolve processos variáveis que não se limitam à descrição dos objetos, mas que devem considerar, além desta perspectiva, as relações entre as pessoas e os objetos. Ainda segundo o autor, o design funciona como um processo de comunicação em que fazem parte quatro partes: o Designer que desenvolve o produto; a Empresa que produz o produto; o usuário do produto ou receptor; e o Objeto de design que é o produto percebido.

Sendo assim, é através da percepção como um processo que a aparência se transforma em significado. A comunicação trata de um processo subjetivo influenciado pela imagem da percepção, mas também pela memória de cada pessoa, de suas experiências, conceitos de valor e normas socioculturais. GOLDMANN (1976, p.20) afirma que a transmissão de um conjunto de conceitos não depende apenas da quantidade nem mesmo da natureza das informações emitidas, mas também do que

em linguagem moderna se define por *estrutura do receptor*, e que no caso preciso é constituído pela estrutura mental e psíquica dos indivíduos, dos locais onde frequentam, estudam, trabalham, lêem, etc.

O processo de conscientização por parte do receptor e, por conseguinte, a importância do objeto percebido, é influenciado por fatores específicos individuais e de grupos. Para CARDOSO (2012, p. 36) as formas dos artefatos não possuem significados fixos, mas antes são expressivas de um processo de significação – ou seja, a troca entre aquilo que está embutido em sua materialidade e aquilo que pode ser apreendido dela pela experiência do usuário.

Por um lado, as formas concretizam os conceitos por trás de sua criação. Por outro, formas e artefatos são passíveis de adaptação pelo uso e sujeitos a mudanças de percepção de juízo, além da subjetividade do usuário relativas à experiência. CARDOSO (2012, p. 73) ainda afirma que “a capacidade de lembrar o que já se viveu ou aprendeu e relacionar isso com a situação presente é o mais importante mecanismo de constituição e preservação da identidade de cada um sobre a memória”. As razões pelas quais tais conexões entre pessoas e produtos ocorrem se relacionam também com a cultura de consumo:

O significado está ininterruptamente fluindo dos e em direção às suas diversas localizações no mundo social, com a ajuda de esforços individuais e coletivos de *designers*, produtores, publicitários e consumidores. Há uma trajetória tradicional ao movimento deste significado. Usualmente, ela parte de um mundo culturalmente constituído e se transfere para o bem de consumo”. (McCRACKEN, 2003 p.99/100)

Grant McCracken (2003, p.101) cita que a localização original do significado que reside nos bens é o “mundo culturalmente constituído”. Para ele, este é o mundo da experiência cotidiana através do qual o mundo dos fenômenos se apresenta aos sentidos do indivíduo, totalmente moldado e constituído pelas crenças e pressupostos de sua cultura.

“O sistema de *design* e produção que cria os bens de consumo é uma empreitada inteiramente cultural. Os bens de consumo nos quais o consumidor desperdiça tempo, atenção e renda são carregados de significado cultural. Os consumidores utilizam esse significado com propósitos totalmente culturais. Usam o significado dos bens de consumo para expressar categorias e princípios culturais, cultivar ideais, criar e sustentar estilos de vida, construir noções de si e criar (e sobreviver a)

mudanças sociais. O consumo possui um caráter completamente cultural”  
(McCRACKEN, 2003 p.11)

Além da relação de memória que o indivíduo estabelece com seu ambiente e sua consequente conexão emocional através de suas experiências e vivências pessoais, fazem parte também desta construção os conteúdos provenientes dos meios de comunicação de massa. A cultura de massa, calcada na indústria cultural, consegue transformar arquétipos em estereótipos, standardizando padrões da moda por meio da repetição desses modelos até serem consumidos massivamente pela sociedade (SÊGA, 2008).

## 6.1. O Kitsch como guia

Os meios de comunicação de massa encarregam-se de transmitir ideologias através de apelos visuais e verbais, já filtradas pela indústria cultural para os seus receptores. Esta dinâmica se relaciona com o que MOLES (1994) identifica como atitude Kitsch. De acordo com o autor, tal atitude Kitsch<sup>60</sup> é uma relação do homem com as coisas muito mais do que precisamente um modo estético de relação com um ambiente. Está relacionado com modismos, com algo democrático.

É o domínio do aceitável, daquilo que não choca o espírito por uma transcendência fora da vida cotidiana nem por um esforço que ultrapassa o indivíduo e sobretudo deve superar suas próprias limitações por seu intermédio. Se situa como a receita da felicidade: algo desejável e de fácil aceitação (MOLES, 1994 p.32). Pode-se relacionar então a receptividade de determinados fatores estéticos pela sociedade com a atitude Kitsch. É importante ressaltar a definição do termo nesta pesquisa, pois o Kitsch está presente na conceituação de processos do Design enquanto disciplina. No contexto do design autoral em Brasília é um condutor relevante para o entendimento do fenômeno. De acordo com Sêga (2008):

Com mais de um século de existência, a palavra kitsch ainda é confundida com brega. O conceito de kitsch ganhou uma dimensão que extrapolou o próprio conceito de arte. Com o intuito de satisfazer o gosto da sociedade de consumo, o kitsch fez outros percursos, infiltrando-se em diversos seguimentos de manifestações artísticas e estéticas apoiadas pela indústria cultural e pelos meios de comunicação de massa. Ele se consolidou na cultura de massa, conquistando os caminhos da globalização. O kitsch veio para ficar por tempo indeterminado, ao mesmo tempo em que continua sendo uma panacéia para os problemas sócio-econômicos e culturais da atual sociedade de consumo.

Moles afirma que a “atitude Kitsch é sempre uma atitude da sociedade de consumo, que se manifesta em relação aos objetos”. De acordo com o autor, está ligada a uma situação social marcada pelo acesso a opulência. Em um primeiro momento tem-se os produtos reservados somente a uma minoria elitizada, e com o tempo, através de

---

<sup>60</sup> Oriundo do verbo alemão kitschen/verkitschen (trapacear, vender alguma coisa em lugar de outra), o termo adquiriu o significado de "falsificação" a partir de 1860. Porém, o termo Kitsch foi usado pela primeira vez na metade do século XX, na obra do sociólogo francês Edgar Morin (1987:17) intitulada *Esprit du Temps* (Apud SÊGA, 2008).

fatores como influências dessas classes abastadas, da transformação de objetos em *objetos de desejo* e reprodutibilidade em massa, tais artefatos se tornam *acessíveis* à maiores grupos da sociedade.

O Kitsch é, portanto, uma função social acrescida função significativa de uso. Não se trata de um fenômeno denotativo semanticamente explícito; constitui um fenômeno conotativo intuitivo e sutil. É mais uma relação que o ser humano tem com as coisas do que um objeto, ou mesmo estilo, seja ele criador ou consumidor dos objetos. Pode ser ainda um estado de espírito que eventualmente se cristaliza nos objetos.

No que se refere a um entendimento de design na sociedade, MOLES (1994) defende que o Kitsch desempenha uma função pedagógica ou educadora. Ele afirma que para que as massas compreendam a arte e cheguem ao “bom gosto”, é necessário passar pelo “mau gosto” nem que seja mediante um processo de depurações sucessivas através da imitação de ascensão na pirâmide social. Em outras palavras, a reprodução de estilos já estabelecidos e que caíram no gosto popular contribuem com critérios de autenticidade semanticamente reconhecíveis. Tal função pedagógica do Kitsch foi negligenciada devido às conotações negativas que o termo recebeu como aspecto estético. O autor se refere ao fator desejabilidade na aquisição de peças, definido por *Ofelimidade*, como critério sócio estético.

Para a sociedade burguesa guiada pelo dinheiro vale dizer que pela existência de um esforço ligado ao consumo, estabelece-se a relação das obras versus o esforço necessário para obtê-las. Logo, significa esforço de aquisição: para o autor, conhecer a obra é o mesmo que a possuir. Caso não se possa comprar original adquire-se a cópia artesanal (MOLES, 1994 p.79). Neste sentido o autor diz que os objetos desejáveis, a partir do momento que atingem uma camada da sociedade abastada, representam um determinado estilo de vida que aos poucos vão se difundindo para as sociedades de massa:

O indivíduo situado no topo da pirâmide social está ligado a uma forma global de satisfação estética. É o consumo ostentatório, onde o status social se associa basicamente à sua aparência: a posse de um móvel nobre vale pelo título de nobreza. Estabelece-se aí um duplo movimento: 1) A promoção social e uma promoção do estilo de vida.2) Em seguida as obras difundem-se sob a forma de *Neo*, nos termos de um descenso progressivo uma vez

que a camada social imediatamente abaixo obtém através da cópia artesanal ou industrial os objetos possuídos pelas camadas superiores, havendo em todos os graus dessa pirâmide um apetite inversamente proporcional à distância social pra camadas de origem. Por um processo de depuração constante constrói-se o bom gosto através de uma ascensão por filtragem e em função de diversos critérios: a educação, o dinheiro, etc. (MOLES, 1994 p.82).

A partir do momento em que a produção material se torna familiar e aceita para as massas, esta passa a um novo patamar de entendimento. Existe uma questão relativa ao design autoral como objeto de compreensão pela sociedade de um modo geral. Não podemos deixar de mencionar aqui o design cotidiano e anônimo<sup>61 62</sup>, que muitas vezes se torna invisível para os usuários.

Em um contexto nacional o fator design ainda é tido como qualidade elitizada de produtos e serviços. Esta característica o impede de estar mais presente na sociedade, permanecendo então com o estigma aristocrático. Neste sentido, a popularização de um conceito através de um modismo, cópia ou reprodutibilidade em massa pode tornar o tema mais amigável a um público que normalmente levaria mais tempo para compreendê-lo.

De certa forma, o design local passa por este processo à medida em que os veículos de comunicação divulgam massivamente o surgimento de *designers*, peças inspiradas em Brasília, design de Brasília, e tantos outros termos com o objetivo de relacionar a cidade com a atividade criativa. Consideremos também as políticas públicas que catalisam e fomentam a atividade através de eventos e campanhas.

---

<sup>61</sup> “Todo o design tem um autor, mesmo que por vezes este seja desconhecido. Anônimo significa «sem nome» e não sem autor. Os objetos não surgem por geração espontânea, pelo que tudo que nos rodeia, à exceção do que provem da natureza, foi criado por alguém. Assim, a classificação de anônimo, aplicado ao design, não significa a inexistência de um autor mas o desconhecimento da sua identidade.” (CAPELLA, 2003 apud AFONSO, 2010: 28)

<sup>62</sup> Bruno Munari (1998) afirma que o design anônimo responde a funções essenciais. “São objetos de uso cotidiano em casa e nos locais de trabalho – são comprados não porque seguem a moda ou simbolizam algo, mas porque são bem projetados e não importa por quem” (MUNARI, 1998). Assim, define este tipo de fazer como anônimo não só pela ausência de identificação do autor, mas pela simples irrelevância desta informação.

Tal argumento se torna conteúdo fácil para a mídia pois é sabido que sua aceitação é de compreensão geral da população. Neste sentido falamos então sobre o prenúncio de um entendimento por parte da sociedade do que é o design. De certa forma, ainda que interpretada de forma dúbia, se trata da popularização e familiarização do design enquanto tema cotidiano. A partir do momento em que o indivíduo ou sociedade compreendem a mensagem do designer, pode-se afirmar que este processo de comunicação gera uma assimilação do que é design. Esta noção vem acompanhada por motivações emocionais e subjetivas.

Em certo sentido, os membros de uma cultura estão constantemente engajados na construção e na constituição do mundo em que vivem...Os objetos contribuem, assim, para a construção do mundo culturalmente constituído, precisamente porque são um registro vital e visível do significado cultural que seria, de outro modo, intangível. (McCracken, 2003 p. 101)

Em contraponto, para um design de natureza autoral, ainda sem necessariamente estar conectado ao puramente conceitual, o processo de entendimento não ocorre da mesma forma.

“Os industriais preferem transformar o gosto do público através de uma lenta evolução a chocá-los com um modelo audacioso, quaisquer que sejam suas qualidades. Neste sentido, tornam-se necessariamente, em sua maioria, cúmplices do Kitsch”. (MOLES, 1994 p.158)

O design em si não se sustenta em uma sociedade sem uma base intelectual ou mesmo mercadológica específica. O design de produtos começa a se destacar – em parte por – assumir uma linguagem familiar com o público externo. O design autoral em Brasília ainda não se sustenta como um objeto de crítica, de recusa, de interrogação. Neste contexto ainda se situa entre a réplica e a indústria do turismo. É possível que a produção de design autoral neste contexto não se propague de forma tão ágil quando não conectada a algum tipo de fator emocional ou conteúdo de familiarização, como ocorre no design de Brasília. O design autoral permanece na esfera elitizada, a não ser que interceda no universo Kitsch de Moles ao se tornar extravagante, por exemplo.

Ainda que definido como kitsch um comportamento da sociedade, e assim compreende-se que o entendimento de design é um fenômeno sociológico, é interessante observar alguns outros aspectos do Kitsch definidos por Moles. Estes

outros aspectos referem-se à materialidade e nos auxiliam mais uma vez na compreensão do sistema de design local. Por se tratar de uma definição subjetiva, Moles nos guia por uma tipologia do Kitsch com a finalidade de construir-se uma rede de inter-relações de estruturas de itens que as classificariam tipicamente como tal. Do ponto de vista do design não é possível introduzir um certo aspecto pragmático e objetivo ao estudo do Kitsch, senão a uma intencionalidade relativa ao ele mesmo (MOLES, p.46).

## 6.2. O design *souvenir*

O Kitsch então se torna uma ponte entre o design e a sociedade. Esta função tem como finalidade validar Brasília, traduzi-la como um objeto. Embora como linguagem pejorativa seja irrelevante aqui, o kitsch conecta-se de forma concreta a atributos que o caracterizam como tal. São estes: a questão da réplica, da miniaturização e a do *souvenir*. Todos estes aspectos citados são exemplificados ao pensarmos na temática *objetos de Brasília*.



Figura 24 - Mapa Lenço, de O novo guia de Brasília (2014).

Estes se enquadram na reprodução em massa, em especial àquela que denota aspectos de cópias evidentes. Sobre o gigantismo ou miniaturização (Figura 25 e Figura 26) de elementos, o fato de que um objeto seja grande o pequeno não tem nada de Kitsch em si mesmo, entretanto, a ideia de uma desproporção das dimensões em relação ao objeto representado produz objetos com este conceito. (MOLES, p.44).



Figura 25 - Placas sinalizadoras em miniatura, da BSB Memo (2012)



Figura 26 - Colar Plano Piloto, de Pau Brasília (2013).

Sobre a finalidade turística de artefatos, MOLES (1994, p. 59) classifica o souvenir de todo tipo pertencente tipicamente a categoria Kitsch, bem como os objetos de devoção e outros talismãs e também os artigos para presentes. Todavia, o autor cita que estes critérios de desenho nunca serão exclusivos, ou seja, nenhum deles garante de alguma maneira um caráter automaticamente kitsch. A romantização de lugares, a imortalidade representada pelos objetos traduz mais uma vez um comportamento Kitsch (Figura 27 e Figura 28).



Figura 27 - Guarda-chuva Céu de Brasília, de Natural de Brasília (2016)

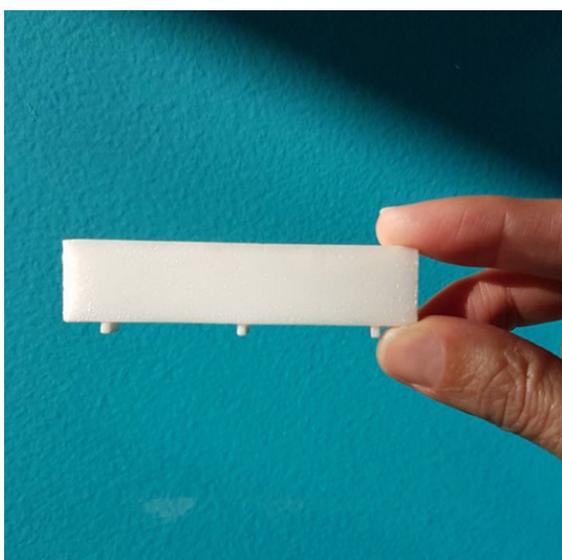


Figura 28 - Brasília em blocos. Miniaturas em resina

Temos uma situação onde o surgimento de um *design souvenir* parece ter grande importância em níveis mercadológicos, políticos e culturais. Sendo assim, ao mesmo tempo que é estímulo para a produção local e independente, o design conectado à cidade se torna um limitador do fazer criativo. Um *bairrismo* ameaça surgir e dominar aquilo que o design se propõe a cumprir, como um incentivador do desenvolvimento mais amplo da sociedade:

Essas peças são troféus, catalisadores de memória e adereços para auto-expressão, tornando-os um campo potencialmente rico e gratificante para os designers explorarem. As lembranças, de fato, desempenharam um papel valioso, mas não credenciado, na sobrevivência e desenvolvimento de artesanato tradicional em muitos países. Em seu recente estudo sobre a influência do artesanato no projeto pós-guerra na Itália, Catharine Rossi mostra que o turismo e os mercados de exportação foram cruciais para sustentar, por exemplo, a produção de vidro de Murano. Na verdade, os designers podem nesta direção se encontrarem em um sucesso crítico e comercial (WILES, 2017, tradução da autora).

Brasília é uma cidade jovem, possui ares de novidade pela sua arquitetura modernista com caráter inovador e único. A apropriação das formas da cidade e consequente reprodutibilidade das mesmas é um fator que chama atenção talvez por justamente carregar também a “nova forma”. Sendo tal design autoral ou não, *souvenir*, ou qualquer outro termo, o fato é que não se sabe até quando este mote dará impulso ao design ou até mesmo o prejudicará. O tempo certamente produzirá algumas respostas. Neste aspecto CARDOSO (2012, p.35) afirma que forma não é um quantum estável, eterno e inalterável desde sempre, mas o fruto de uma transformação.

O modo como o objeto é percebido pelos usuários é uma transformação importante que passa pela experiência do artefato, que no caso passa pela arquitetura e se traduz no design. Muitas transformações estão por vir neste contexto. Memória e experiência estão intimamente relacionadas, uma alimentando e constituindo a outra. Os artefatos são constantemente arregimentados com o propósito explícito de atizar a memória ou de preservar uma recordação CARDOSO (2012, p.76). De acordo com Enne e Tavares (2004), “os cem últimos anos assistiram a uma intensa criação de “mercados

da memória”, que passam pela museificação, pela comercialização do passado via mídia, pela tentativa de reciclar o tempo no impulso em direção à memorialização”.

Os conceitos de Maurice Halbwachs (1964) se destacam novamente aqui, afirmando que” pela memória o passado vem à tona, misturando-se a percepções imediatas, deslocando-as, ocupando todo o espaço da consciência”. Para se ter uma memória coletiva é preciso interligar as diversas memórias dos indivíduos que fazem parte do grupo identificado como proprietário daquela memória. Como fruto deste processo, temos a objetificação da cidade em artefatos de diversas naturezas. Esta objetificação de fácil aceitação pela sociedade se relaciona também com o princípio do conforto, definido por MOLES (1994, p.75). A ideia de sentir-se em harmonia, de conduzir em geral a aceitação fácil e ao conforto, a toda a gama de sensações e sentimentos de contentamento, de espontaneidade e aceitação, que são conectados aos valores do Kitsch como segurança, afirmação de si próprio, sistema possessivo, ritos e estilo de vida.

### 6.3. Uma produção onde Brasília não é tema

Atualmente, a produção de mobiliário em Brasília não se localiza totalmente no território do Plano Piloto, mas sim abrange uma extensa área do Distrito Federal. Devido à sua condição fabril, a maior parte do setor de manufatura está no entorno do DF, considerando que as atividades econômicas do centro de Brasília são focadas em serviços e comércio. De acordo com dados cadastrais coletados no site do Sindicato das Indústrias da Madeira e do Mobiliário do DF em 2017, as empresas de manufatura de mobiliário da região se focam quase que exclusivamente na produção de móveis chamados planejados ou sob medida. São móveis destinados à composição de ambientes domésticos, com finalidades de armazenamento e em sua maioria, feitos de madeira tipo MDF.

A atividade marceneira neste âmbito é popular, caracterizada por diversos níveis de profissionalização, e como consequência, qualidade. Ainda assim, é o setor de manufatura que se destaca na capital, devido a sua fácil circulação no mercado e aceitação cultural. Além do setor de móveis planejados, existe a produção vernacular<sup>63</sup>, de natureza popular. Em Brasília, um exemplo de tal atividade é relacionado aos móveis de feira comercializados na Torre de TV. E por último, temos a produção de *design autoral* que ocorre de forma distinta das citadas acima.

Embora existam limitações operacionais, observa-se a diversidade de artefatos produzidos de forma independente e autônoma. Ainda que incipiente, esta atividade segue em expansão e se caracteriza por criações exclusivas, de manufatura mais complexa e, em alguns casos, a presença de aspectos críticos ou conceituais como itens complementares à estrutura material.

No que se refere a uma configuração de identidade, é complexa a tarefa de o julgamento a respeito de uma produção caracteristicamente *brasiliense*. Embora muitas peças se assemelhem ora pela matéria prima, ora pela técnica de construção utilizadas, muito da autoria está de acordo com uma estética contemporânea

---

<sup>63</sup> Sobre a definição do vernacular e sua relação com o design, ver o artigo *O Design e a valorização do vernacular ou de práticas realizadas por não-designers* (HERNANDEZ e RIBEIRO, 2014).

ressonante de tendências globais. Ainda que muitos designers tenham a preocupação em manter uma linguagem autoral original, em alguns momentos a neutralidade de um design contemporâneo e de acordo com tendências comerciais dá o tom na criação (Figura 29):



Figura 29 - Poltrona Helena, de Samuel Lamas (2017)

Ao mesmo tempo, ainda que não propositalmente, em determinadas peças surgem menções mais ou menos literais que remetem à Brasília ou aspectos modernistas. De qualquer modo, é importante observar que existe uma qualidade e diversidade de artefatos desenvolvidos na capital que não necessariamente se enquadram no conceito de semelhança à arquitetura (Figura 30).



Figura 30 - Mesa e Banco Grid, de Rafaela Gravia (2017)

Há peças que carregam fortes aspectos simbólicos locais, mas que são representados de maneira não literal. É o caso da linha de mobiliário *Estrutural*, criada por Thiago Lucas (Figura 31). De acordo com o designer, o projeto foi desenvolvido com reaproveitamento de diferentes tipos de madeiras de demolição e elaborado em parceria com a cooperativa de catadores de madeira localizada na cidade satélite *Estrutural*, composta por moradores do local e por ex-detentos.



Figura 31 - Banco Estrutural. Thiago Lucas (2010).

Sendo assim, além da produção de design vinculada a elementos da arquitetura monumental da cidade, existem outros exemplos de projetos que remetem à identidade local, porém, que ocorrem de forma mais sutil. Discretamente, através da forma e materiais, estes artefatos comunicam fortemente sua origem e pertencimento. Não ocorre nenhum tipo de apropriação literal para que se estabeleçam conexões entre objeto e local.

## 7. Considerações finais

Através do recorte do tema foi possível uma aproximação mais minuciosa de um campo em recente formação, ou seja, um campo ainda instável e incerto. Este acercamento pontua as origens do processo de design autoral de mobiliário em Brasília, e ao mesmo tempo lida com fenômenos contemporâneos que tendem a constantes transformações. A personalidade e a identidade são retratadas no ambiente em que se vive, podendo ser percebidas por um observador mais atento e interessado em entender as complexas relações do indivíduo com o espaço. Algumas conclusões surgem, mas dada a natureza complexa da análise, multiplicam-se novas questões sobre o assunto.

De acordo com SUDJIC, “sendo o design em si produto do sistema industrial, em um determinado nível, a própria ideia de uma dimensão crítica no design, e a criação de objetos que se distanciam do sistema que os enseja, é uma proposta paradoxal” (2010, p. 211). Brasília está formando uma possível cultura de design baseada em novos modos de operar o design em si. No momento, o reconhecimento do que é design vem da sua associação com o estereótipo do que é Brasília: nos símbolos que representam a cidade e que se solidificam na memória coletiva. Porém, é contraditória a idealização de uma atuação do design autoral na cidade, onde os símbolos que emergem são repetidos e reabsorvidos de tempos em tempos. O conceito de autoral se esvai no momento em que a cidade se torna um limitador como tema. A produção de design autoral não deve ser condicionada a uma ótica que remeta somente a características de um ambiente. Se por um lado ela traz um destaque positivo e fomenta diversas atividades criativas, por outro, além de rasa relação, limita o entendimento da amplitude que o design é.

A compreensão da questão da autoria se fez necessária, visto que em muitos casos a definição se torna ambígua no que se refere a relações de mimese e apropriação. Ao mesmo tempo, é importante analisar como ocorre o entendimento da cultura de design por parte da sociedade local e pela comunidade propulsora deste mercado: “as obras de edição limitada ainda precisam ser digeridas pelo mundo convencional do

design” (SUDJIC, 2010, p.215). A repetição do tema *design inspirado em Brasília* nas mídias pode ser um abre-alas para possíveis novos rumos do design autoral na capital. Mas até quando essa ideia se sustenta?

Deve-se desenvolver um olhar crítico acerca do processo criativo para que de fato se identifique quem são os verdadeiros autores, quais são os limites do design, e, compreender, o que de fato é enfatizado neste processo. Seriam os *autores arquitetos*? Os *autores designers*? A arquitetura da cidade? As peças de design? Entender qual é o protagonismo neste contexto pode ser uma chave para melhor interpretar o momento presente. As respostas para estas questões demandam uma investigação muito ampla. No entanto, ao indagarmos no início da pesquisa sobre quais *elementos arquitetônicos* da cidade se fazem presentes no repertório criativo contemporâneo e os por quês dessa ocorrência, algumas estimativas surgem.

Após a análise realizada, os elementos arquitetônicos mais emblemáticos e representados em novos artefatos são aqueles presentes na escala monumental de Lúcio Costa. Os edifícios públicos e monumentos existentes neste espaço são muitas vezes lembrados como símbolos da cidade. São responsáveis por despertar o sentimento de pertencimento entre o indivíduo e o local. A noção de identidade se desenvolve, mesmo que o observador - seja ele designer ou não – faça parte deste espaço, ou apenas o visite. Tem-se uma carga simbólica e visual muito forte, que ainda é acentuada com o auxílio de veículos de comunicação. No design de objetos destinados ao lar, como é o caso do mobiliário, ocorre um processo de *domesticação do monumental*. O designer cria peças que representam uma parte da cidade, e, em contrapartida, o sujeito consumidor tem a chance de ter esta unidade urbana em seu próprio lar. Não se trata somente de uma oportunidade mercadológica, mas, também, de uma tomada de posse com bases emocionais.

Relacionar as motivações afetivas e artísticas por trás deste fenômeno pode levar a uma consciência mais ampla de como tal ocorrência surge em conexão com a atual rede criativa local. Resta saber, através da observação do campo nos próximos anos, como o desenvolvimento da atividade irá fortalecer a autonomia local, seja para o

design em si como também para a formação da identidade da cidade. Uma identidade voltada para a autoafirmação, mais do que representada por aspectos tangíveis.

Até a realização da pesquisa, havia uma hipótese da ausência de um conhecimento estruturado sobre a temática de desenvolvimento de uma cadeia produtiva de mobiliário por parte de designers locais. Supunha-se que os profissionais atuantes o faziam em um contexto de baixo desenvolvimento industrial, de forma quase empírica. De fato, o contexto o qual nos referimos é um tipo de manufatura de baixa complexidade, que ora passa por processos industriais, ora artesanais. Porém, após realizar entrevistas e observar mais atentamente o desempenho das tarefas, podemos afirmar que há ausência de uma estruturação sobre o tema de desenvolvimento de produtos, no DF.

Assim, é importante destacar que mesmo com a presença de pequenas indústrias no DF, a absorção da mão de obra de designers pela indústria local nunca teve expressividade quando comparada a outras regiões do Brasil, especialmente em relação à indústria moveleira. Ou seja, os designers contemporâneos exercem o seu fazer de modo similar ao dos pioneiros na capital, e assim o é de fato em muitas outras regiões no Brasil.

A implementação do curso de design na Universidade de Brasília ocorrida em 1989<sup>64</sup> também é um fato que deve ser considerado neste processo. Diferente do curso de Arquitetura, que surgiu já no modelo pedagógico da criação da própria Universidade de Brasília em 1962, o Desenho Industrial teve uma implementação mais recente como disciplina. Existem ainda as influências da base curricular do curso, que trata de uma formação que contempla diversos segmentos do design, não enfatizando especificamente uma ou outra área, como a de mobiliário, influenciando, até os dias de hoje, o desempenho pós academia.

A atuação de arquitetos no segmento de mobiliário faz com que muitos dos responsáveis pelas criações de móveis não sejam designers *per se*, ou seja, na arquitetura vemos uma maior tradição dessas atividades projetuais. É possível que tal

---

<sup>64</sup> Fonte: <http://www.ida.unb.br/sobre-o-curso2>

fato se dê pela naturalidade que o estudante adquire ao lidar com diversos materiais e construções de grande escala. Ao lidar com projetos menores, com escala reduzida como é o caso do mobiliário, o arquiteto possui tanta desenvoltura como o designer. Ainda, há uma questão social que abrange todo o país de um modo geral, onde o mercado não absorve toda a mão de obra proveniente das escolas de design

Portanto, grande parte dos atuantes nessa profissão desenvolveram seus próprios métodos e hoje são capazes de atender a demandas equivalentes à de pequenas indústrias, com escala numerosa de produção e qualidade competitiva de mercado. O início de suas trajetórias foi marcado pelo empirismo, mas se encontram atualmente em um ponto de maior desempenho profissional. A rede formada por designers, fornecedores, fabricantes, distribuidores é pequena mas segue em transformação.

Como resultado final obtivemos reflexões acerca de temas muito relacionados ao funcionamento do mercado, mas principalmente de questões afetivas entre indivíduo e cidade. Algo bastante complexo, mas que pode servir como fonte para outros estudos, posteriormente.

Este movimento crescente de encontros entre design, arquitetura, cultura e identidade serve como mais um impulso para um olhar detalhado sobre a produção criativa local: as motivações emocionais por detrás deste fenômeno, tanto por parte dos criadores, mas também pela sociedade que recebe estas informações como conteúdo visual. O desenvolvimento do setor segue em uma velocidade mais avançada, equiparável a outras localidades no globo. Apesar dos desafios, podemos afirmar que é um campo que tende ao crescimento em âmbitos locais e nacionais. Concluímos assim, que mesmo com a pluralidade e heterogeneidade em relação à atuação da disciplina na sociedade, o design de mobiliário autoral tornou-se um veículo para a chegada de uma cultura de design no âmbito local, ou seja, de um design cada vez mais presente e assimilado como parte do desenvolvimento da sociedade.

## Referências Bibliográficas

AZEVEDO, CAROLINA N. DA S. ; CAMPOS, Jorge L. de. Reflexões acerca da autoria no design: notas sobre o nascimento do autor e as origens do direito autoral. LUGAR COMUM , v. 49, p. 150-166, 2017. [suporte eletrônico] Disponível em: <<https://goo.gl/GxK6rH>>. Acesso em 23 Mai 2018.

AFONSO, Ana C. S. O artefacto anónimo como potenciador do desenvolvimento em design. Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro 2010

BARTHES, Roland. "A morte do autor". In: O rumor da língua. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. Ensaio Sobre o Conceito de Cultura.

BECCARI, Marcos. Autoria, design e outras conspirações. Revista Clichê, 2014 [suporte eletrônico] Disponível em: <<http://www.revistacliche.com.br/2014/01/autoria-design-e-outras-conspiracoes/>>. Acesso em 23 Mai 2018.

BIANCHI, Claudia de Brito Lameirinha. Móvel Brasileira Contemporânea [recurso eletrônico] / organizadora - São Paulo; Centro Cultural São Paulo, 2007

BILÁ, Gabriela. "O novo guia de Brasília" (2016)

BOMFIM, Gustavo Amarante. Metodologia para desenvolvimento de projetos. João Pessoa: Editora Universitária, 1995.

BONSIEPE, Gui. Design e crise, 2012. AGITROP. Revista Brasileira do Design. Ano: IV Número: 44. [suporte eletrônico] Disponível em: <[http://www.agitprop.com.br/?pag=repertorio\\_det&id=75&titulo=repertorio](http://www.agitprop.com.br/?pag=repertorio_det&id=75&titulo=repertorio)>. Acesso em 23 Mai 2018.

BORGES, Adélia. Mobiliário contemporâneo brasileiro: polifonia, FGV Projetos e Aeroplano Editora, Rio de Janeiro, 2012.

BÜRDEK, Bernhard E. História, teoria e prática do design de produtos. Edgard Blücher, São Paulo. 2006.

CALHEIROS, A., MARI, M., RUFINONI, P. (org). Mobiliário Moderno: das pequenas fábricas ao projeto da Unb. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2014.

CAPPELLO, M. B. Camargo. A revista Brasília na construção da Nova Capital: Brasília (1957-1962). Universidade de São Paulo, 2010. [suporte eletrônico] Disponível em: [www.revistas.usp.br/risco/article/view/44791](http://www.revistas.usp.br/risco/article/view/44791) Acesso em Out 2017.

CARMAGNANI, Anna Maria Grammatico. O discurso da mídia e o consenso fabricado. Universidade de São Paulo. [suporte eletrônico] Disponível em: <http://www.gel.org.br/estudoslinguisticos/volumes/32/htm/mesaredo/mr001.htm> Acesso em Out 2017.

CARDOSO, Rafael. Uma introdução à história do design. 3ª ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

\_\_\_\_\_ (org.) O design brasileiro antes do design; aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

\_\_\_\_\_ Design para um mundo complexo. São Paulo: Edgard Blücher, 2011.

CHOMSKY, Noam. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. University of Wisconsin – Madison, 1989

COSTA, Lúcio. Lúcio Costa: registro de uma vivencia. São Paulo: Empresa das Artes, 1995

\_\_\_\_\_ Brasília, Plano Piloto original: Memória descritiva, manuscrito original., 1957

ECHEVERRÍA, Bolívar. Definición de la cultura.

EL-DAHDAH, Fares . Lúcio Costa e a preservação de Brasília. Minha Cidade , v. 107, p. 107.07, 2009. [suporte eletrônico] Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/minhacidade/09.107/1844>. Acesso em Mai 2018.

ENNE, A. L. S.; TAVARES, Cristiane . Memória, identidade e discurso midiático: uma revisão bibliográfica. Novo Enfoque Revista Eletrônica da Pró Reitoria de Pesquisa da Ucb, Rio de Janeiro, n.1, 2004.

FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso. Loyola: São Paulo, 1996.

\_\_\_\_\_. O que é um autor? Lisboa: Vega, 2001

FRAMPTON, Kenneth. História crítica da arquitetura moderna. São Paulo, Martins Fontes, 1997

FRANZATO, Carlo. O Processo de Criação no Design Conceitual. Explorando o potencial reflexivo e dialético do projeto. Tessituras & Criação n1. [suporte eletrônico] Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/tessitura>>. Acesso em 27 Jun 2017.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007

GOLDMANN, Lucien. A Criação Cultural na Sociedade Moderna. Ed. Presença, 1976

HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo: Vértice, 1990.

HALL, Stuart. A identidade cultura na pós-modernidade. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 6 ed. São Paulo: Loyola, 1996.

HERNÁNDEZ, María Cristina Ibarra; RIBEIRO A. C., Rita; "o design e a valorização do vernacular ou de práticas realizadas por não - designers" In: *Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*. São Paulo: Blucher, 2014.

HESKETT, J. *Desenho Industrial*, Rio de Janeiro: EdUnB, José Olympio, 1997.

HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro; FRANCO, Francisco Manoel de Mello, INSTITUTO ANTÔNIO HOUAISS. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

HOWKINS, J.. *Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas*. Rio de Janeiro: Penguin Press, 2001

IPHAN. CONJUNTO URBANÍSTICO DE BRASÍLIA. Complementação e Detalhamento da Portaria nº 314/1992. Documento Técnico. Superintendência do IPHAN no Distrito Federal. Brasília, 2016. [suporte eletrônico] Disponível em: [http://portal.iphan.gov.br/uploads/legislacao/portaria\\_166\\_doc\\_tec.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/legislacao/portaria_166_doc_tec.pdf)  
Acesso em 23 Mai 2018.

\_\_\_\_\_. Portaria nº 314, de 8 de Outubro de 1992 [suporte eletrônico] Disponível em: [http://www.cronologiadourbanismo.ufba.br/mais\\_info.php?idVerbete=1140&idMaisInfo=51](http://www.cronologiadourbanismo.ufba.br/mais_info.php?idVerbete=1140&idMaisInfo=51) Acesso em 23 Mai 2018.

JUNIOR, José Airton Costa. *Arquitetos-designers: o mobiliário moderno da Universidade de Brasília*. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Faculdade de arquitetura e urbanismo, Universidade de Brasília, 2014

KOHLSDORF, Maria Elaine (texto) [et al.]; LEITÃO, Francisco (org). Brasília 1960 2010 : passado, presente e futuro. Brasília : Secretaria de Estado de Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente, 2009.

\_\_\_\_\_ REIS, Carlos Madson; RIBEIRO Sandra Bernardes; PERPÉTUO, Thiago Pereira (org). GT Brasília : memórias da preservação do patrimônio cultural do Distrito Federal. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Superintendência do Iphan no Distrito Federal texto. Brasília - DF, 2016

LAVILLE, C.; DIONE, J. A construção do saber: manual de metodologia em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed, 1999.

LANDIM, P. C. Design, empresa, sociedade [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

MAASS, Marisa Cobbe. Design e cidadania - Defesa da educação estética. Universidade de Brasília, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Brasília. Brasília, 2011

MACEDO, Danilo M. Arquitetura em transição: interpretação do trabalho de Oscar Niemeyer a partir de seu discurso – 1955-1962 [suporte eletrônico] Disponível em: <<https://danilo.arq.br/textos/arquitetura-em-transicao-interpretacao-do-trabalho-de-oscar-niemeyer-a-partir-de-seu-discurso-1955-1962/>>. Acesso em 27 Jun 2017.

MARTINS, Juliana A. Autoria: conceitos e valores no campo do design. Dissertação (Mestrado de Design). Programa de Pós-graduação em Design, PUC-Rio, 2010. [suporte eletrônico] Disponível em: [http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0812123\\_10\\_pretextual.pdf](http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0812123_10_pretextual.pdf). Acesso em 23 Mai 2018.

MATTEONI, R. M. ; ALMEIDA, L. P. . O design como processo e a questão da autoria. In Texto (UFRGS. Online) , 2015. [suporte eletrônico] Disponível em: <https://goo.gl/kubQZv>. Acesso em 23 Mai 2018.

MAYNARDES, Ana Claudia. A dimensão emocional no design do móvel brasileiro. Tese de Doutorado. Departamento de Artes Visuais. Universidade de Brasília, 2015

McCRACKEN, Grant. Cultura e Consumo. Ed. Mauad, 2003.

MEDEIROS, Beatriz Feijó. A revista Brasília e a mitificação da nova capital. Como a revista ajudou na construção da imagem de “Capital da Esperança”. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Centro Universitário de Brasília - Faculdade de Tecnologia e Ciências Aplicadas, 2012

MENDONÇA, Sônia Regina de. A industrialização Brasileira. 2ª ed. Rio de Janeiro: Moderna, 2004.

MESSIAS, Fernanda Bocorny. O pentagrama da sustentabilidade na visão da economia criativa: um estudo da economia criativa na Austrália, Reino Unido, Argentina, Colômbia e Brasil. 2017. xix, 241 f., il. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável)—Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

MINAYO, M. C. S. (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOLES, Abraham. O Kitsch: a Arte Da Felicidade. Ed. Perspectiva, São Paulo, 1987.

MORAES, Dijon de. Análise do design brasileiro. Entre mimese e mestiçagem. São Paulo, Edgar Blücher, 2008.

MOURA, Mário—”Autoria, Roubo, Apropriação e Consumo” em “Ressabiator”, 2006. [suporte eletrônico] Disponível em [<http://ressabiator.wordpress.com/>], Acesso em 23 de Mai 2018

MUNARI, Bruno. A arte como ofício. Ed. Presença. 3ª edição, Lisboa, 1987

\_\_\_\_\_ Das coisas nascem coisas. Ed. Martins Fontes, 1998

MUYLAERT C. J., JÚNIOR V. S., GALLO P. R., NETO M. R, REIS A. O. A. Entrevistas narrativas: um importante recurso em pesquisa qualitativa. Rev Esc Enferm USP. São Paulo, 2014

NEWBIGIN, John. A economia criativa: um guia introdutório. Série Economia Criativa e Cultural/ 1. British Council, 2010.

NIEMEYER, L. Design no Brasil: origens e instalação. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

NORMAN, Donald A. Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. New York: Basic Books. 2004.

PODLASEK, Celso. Trabalhando com o Design Autoral: Móveis de madeira. [suporte eletrônico] Disponível em: <http://designautoral.com.br/?p=115> Acesso em Out 2017.

POYNOR, Rick. Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ROCKY, Michael. Designer as author. First published in Eye no. 20 vol. 5, 1996. [suporte eletrônico]. Disponível em: <<http://2x4.org/ideas/22/designer-as-author/>>. Acesso em 27 Jun 2017.

ROSSETTI, Eduardo Pierrotti. Arquiteturas de Brasília. 1. ed. Brasília: Instituto Terceiro Setor, 2012. v. 10. 177p.

\_\_\_\_\_. *Brasília-patrimônio. Cidade e arquitetura moderna encarando o presente. Arqitextos*, São Paulo, ano 13, n. 149.07, Vitruvius, out. 2012. [suporte eletrônico]. Disponível em: <[www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/13.149/4547](http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/13.149/4547)>. Acesso em 27 Jun 2017.

SANTOS, M. C. Loschiavo dos. Móvel moderno no Brasil. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Editora da Universidade de São Paulo, 1995.

SÊGA, Christina Maria Pedrazza. O KITSCH ESTÁ CULT. Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil, 2008

\_\_\_\_\_ O kitsch e suas dimensões. Brasília: Casa das musas, 2008

SEQUEIRA, Mafalda. “O designer como autor/produtor”. [suporte eletrônico] Disponível em: <<http://mestradoproyecto1fbaul.wordpress.com/2010/10/22/o-designer-comoautorprodutor/>>.

Acesso em 23 de Maio 2018.

SILVA, Patricia G. de F. O design e o processo criativo no design autoral: uma assinatura plural. Dissertação (Mestrado em Design Estratégico) – Programa de pós graduação em Design Estratégico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, 2016

SOUZA, André Peixoto de. et al. Para ler Hegel: aspectos introdutórios à Fenomenologia do Espírito e à teoria do reconhecimento. Linha de Pesquisa “Leitura dos Clássicos”, FCJ/UTP, 2010. [suporte eletrônico] Disponível em:<[http://scholar.google.com.br/scholar?lr=lang\\_pt-br&q=zeitgeist+em+hegel&hl=pt-br&as\\_sdt=0,5](http://scholar.google.com.br/scholar?lr=lang_pt-br&q=zeitgeist+em+hegel&hl=pt-br&as_sdt=0,5)> Acesso em: 27 Jun 2017.

SUDJIC, Deyan. A linguagem das coisas. Ed. Intrínseca, Rio de Janeiro, 2010

WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa. Design Autoral e Cultura Visual: inovações metodológicas no ensino da arte. Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas, RS, 2014. [suporte eletrônico] Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/paralelo/article/view/12258> Acesso em Out 2017.

## ANEXO

Transcrição da entrevista com designers realizada em Brasília, no dia 05 de Março de 2018.

Participantes: Raquel Chaves, Renata Brasil, Renata Gravia, Aciole Felix, Danilo Vale e Bruno Damasceno.

**Raquel** - *Boa tarde a todos e muito obrigada! Como vocês sabem esta é uma pesquisa qualitativa como parte da minha pesquisa de mestrado. Escolhi alguns de vocês justamente pela diversidade do trabalho de cada um e base da formação. Gostaria de saber um pouco mais da experiência de cada um e também opiniões acerca do que está sendo desenvolvido na cidade em termos de design de mobiliário. Gostaria que cada um se apresentasse rapidamente falando o nome e idade formação, e a quanto tempo atua com design de mobiliário especificamente.*

**Danilo** - Sou Danilo Vale, tenho 33 anos, sou formado em Desenho Industrial pela Universidade de Brasília. Me formei em 2007 e estou no mobiliário desde 2013, ou seja, uns 5 anos de mobiliário.

**Bruno** - Meu nome é Bruno Damasceno, tenho 37 anos, me formei na UnB em Arquitetura, junto com a Renata. Logo em seguida abrimos o escritório juntos, participei do escritório por uns 5 anos, saí ano passado e agora estou focando mais na parte de design com o Ateliê Monolito há mais ou menos 2 anos.

**Rafaela** - Meu nome é Rafaela Gravia, eu sou arquiteta e urbanista também formada na UnB em 2016. Tenho 24 anos. Na verdade, comecei a atuar (com mobiliário) no meio da faculdade não oficialmente, mas fazendo alguns móveis para minha casa; mas há um ano e meio comecei a divulgar minhas peças como meu trabalho.

**Renata** - Meu nome é Renata Brasil, e como o Bruno falou, nos formamos na FAU (Faculdade de Arquitetura) da UnB, tenho 35 anos, me formei em 2009. Tenho um escritório de arquitetura e paralelamente o Ateliê Monolito, um escritório onde desenvolvemos objetos de produto também e de mobiliário, há mais ou menos dois anos como o Bruno mencionou.

**Aciole** - Eu sou o Aciole Felix, me formei também em 2007 e estou atuando com mobiliário desde 2013. Eu e Danilo começamos juntos com a Sarto em 2013 e de dois a três anos estou com meu próprio estúdio onde trabalho com design de produto e com mobiliário também.

**Raquel** - *Como se deu o interesse em desenvolvimento de design (de mobiliário)?*

**Rafaela** - Na verdade o meu interesse por mobiliário veio mobiliando a minha casa. A gente se mudou de um apartamento para uma casa e a casa era muito diferente, eu não encontrava nenhum mobiliário interessante que ficasse bom, então comecei a criar o próprio mobiliário da minha casa. Eu moro com meus pais, então eu fiz tudo, a gente não comprou nada, só comprou o tapete. E comecei a gostar bastante. Isso foi no fim da faculdade, nos últimos 2 anos. Comecei a criar várias peças, as pessoas começaram a se interessar, eu gostava muito de fazer, normalmente aos fins de semana e assim que surgiu o interesse. Também acho que a obra de arquitetura se completa quando se pensa também no interior. Se você tem um edifício maravilhoso, mas o interior não condiz com a edificação, então acho que o arquiteto também tem essa missão de pensar no contexto todo.

**Aciole** - Para mim foi em 2010 mais ou menos, 2011, eu estava de volta no Brasil após ter feito um mestrado fora do país, na Itália, e quando eu voltei para Brasília percebi que dentro da área que eu tinha escolhido para o mestrado, que era design automotivo, no Brasil não tinham muitas oportunidades. Cheguei até a ir a São Paulo, Belo Horizonte e percebi que o design automotivo não iria me permitir crescer aqui no Brasil e como eu decidi voltar (para o Brasil) comecei a pesquisar outras áreas dentro do design e a que me chamou mais atenção, e era algo que eu gostava muito, era o mobiliário. Comecei a pesquisar um pouco em 2010, 2011, comecei a conversar com os lojistas, ver quem estava fazendo alguma coisa em Brasília, cheguei a conversar bastante com o Dimitri (Lociks) que era uma pessoa que para mim até então era uma referência de alguém que estava produzindo alguma coisa. A gente conversou bastante nesse período e durante esses dois, três anos eu fiquei pesquisando e ali, vendo como eu ia fazer para entrar no mercado. Cheguei a ir em algumas feiras até

que em 2013 tomei a decisão de abrir o escritório. Nesse momento conversei com o Danilo, a gente já tinha começado na época na faculdade um outro estúdio com outros amigos, que era focado em design de produtos, mas tinha morrido a ideia, isso em 2007. E percebi que cada um dos amigos estavam em vibes diferentes. Conversando com o Danilo eu apresentei essa ideia de fazer mobiliário, ele já tinha também uma produção de mobiliário e a gente começou a conversar e passou por um processo de estruturar isso, de estruturar tudo, conhecer e entender o mercado e nessa época tinha pouquíssima gente fazendo. Talvez o Dimitri realmente era a pessoa que trabalhava um pouquinho. E a gente começou e logo de início já teve bastante aceitação, as pessoas receberam muito bem. A gente começou a participar de eventos muito rapidamente. A gente conseguiu participar de eventos no Brasil e a receber convites fora do Brasil. Em 2013, 2014 a gente já tinha (convite) para a Paris Design Week, já tinha exposto nos produtos em alguns eventos em Brasília e a coisa aconteceu muito rápido depois disso. Então partiu dessa ideia inicial de buscar alguma coisa que me desse prazer em trabalhar dentro do design e fosse em design de produtos.

**Danilo** - É bem parecido. A diferença é que na faculdade eu estagiei em uma fábrica de móveis, a Zeta, uma fábrica que acho que já não existe mais e era especializada em móveis para escritório. Em 2005 eu estagiei lá com o Dimitri e éramos os dois estagiários da fábrica. Foi a primeira experiência que tive mesmo com produção de mobiliário. Lá era um parque fabril grande, uns quatro galpões, tinha CNC, parte de estofamento, pintura eletrostática, metalurgia. E nessa época foi a primeira relação que tive com produção e foi muito enriquecedor. Eu tinha que lidar com a produção minimamente como estagiário, mas conversar com a produção, encarregados, pessoal que pinta, que corta, etc., fora com os donos, e foi muito enriquecedor para mim. Antes de fazer estágio eu já esboçava desenho de mobiliário, mesmo antes da faculdade. Eu tinha um tio que tinha uma marcenaria que ficava em uma chácara, então os churrascos de família aconteciam naquela chácara e a gente sempre brincava no galpão por entre as chapas de madeira. Eu já brincava de desenhar armários em papel milimetrado antes de entrar na faculdade. Na faculdade eu continuei esse gosto por mobiliário, assim em 2005 tive a oportunidade de estagiar nessa fábrica, a Zeta. E aí me formei e entrei na indústria não de mobiliário, mas passei a alguns anos trabalhando em indústria de produtos eletrônicos e outras

coisas, mas nunca parei de modelar móveis. Nunca parei de desenhar móveis e quando o Aciole voltou e a gente se encontrou. Tempos depois a gente viu que estávamos alinhados com esse objetivo de criar alguma coisa. De oferecer um produto, de oferecer alguma coisa diferente para o mercado, para a cidade, que a gente sentia falta também dessa produção autoral de produto em Brasília naquela época, em 2013. E aí foi quando a gente se reuniu, criou a Sarto e começou a desenhar mobiliário. E como o Aciole falou, tivemos uma ascensão rápida, destaque rápido, e depois acabamos nos separando, cada um seguiu o seu caminho, mas os dois continuaram fazendo produtos e mobiliário.

**Aciole** - Só complementado, nessa época não tinha um movimento tão forte como se tem hoje, de muita coisa acontecendo de design autoral na cidade. Hoje a gente vê muita coisa acontecendo de design autoral na cidade, muita gente fazendo e criando uma produção própria e muitas vezes se jogando no mercado até com um produto só e nessa época era muito difícil, não tinha feirinhas, não tinha lugar onde expor e nesse momento, pelo menos eu mesmo antes de sair do Brasil já tinha uma clientela muito grande em Brasília de design de produto onde eu prestava serviço mas a minha vontade era a de criar alguma coisa que fosse minha, que partisse da minha vontade, da minha inspiração, e colocar isso no mercado. Oferecer as minhas ideias, e não ser contratado por um cliente para desenvolver um produto. Eu acho que a ideia do mobiliário surgiu dessa ideia, realmente.

**Raquel** - *Isso é um ponto importante; a questão da autoria no design vem muito por um impulso pessoal, estamos em um momento onde o artista precisa ter um pé no chão, aproveitar uma oportunidade, uma necessidade (de mercado), mas as vezes nem tanto e o artista acaba criando algo porque ele quer, porque ele gosta. É bem curioso esse universo da autoria, de um modo geral no mundo criativo.*

**Renata** - Bom, eu sempre tive interesse em atuar nessa área mesmo porque quando fiz vestibular fiquei na dúvida entre design e arquitetura e o meu pai sempre mexeu com marcenaria, ele tinha um galpão e eu sempre estive envolvida nesse ambiente. Sempre gostei e sempre foi uma área que me interessou muito. Depois, dentro da arquitetura, assim que comecei a projetar eu sentia falta de algo mais diferenciado dentro do que a gente fazia, como a Rafaela falou, ocupar o espaço onde se tem a

arquitetura, mas também o mobiliário, então tive esse interesse também e assim começamos a colocar a mão na massa.

**Raquel** - *Além de atuar com mobiliário autoral alguém exerce outra atividade paralela? Qual o peso de cada projeto na rotina de vocês, em termos comerciais? Em qual se investe mais energia?*

**Renata e Bruno** - Levamos a arquitetura e design juntos, com o escritório e o estúdio. Arquitetura, inclusive temos um retorno maior e mais rápido. O design a gente vê que é um trabalho gradual até mesmo porque em Brasília temos alguns problemas em relação a produção, e não só isso, mas venda. Isso é um assunto recorrente ente nós.

**Rafaela** - Eu também, tenho o escritório de arquitetura com duas arquitetas e o projeto de mobiliário é meu. Acho que é a mesma questão, acabo dedicando mais tempo à arquitetura mesmo porque eu tenho uma sociedade (no escritório de arquitetura) e o outro é um projeto individual, então a arquitetura me demanda mais tempo.

**Danilo** - Hoje eu tenho o estúdio que trabalha com mobiliário autoral e também com design de serviços. Desenhando dentro das empresas e das Indústrias. Eu diria que é 50% cada. O faturamento da empresa hoje é 50% design de mobiliário autoral e 50% design de serviços, ou seja, dentro das empresas existe o desenvolvimento de projetos exclusivos na época que comecei a desenhar mobiliário. Eu ainda tinha emprego, tinha carteira assinada e quando começamos a Sarto era meio período em cada. Até que chegou ao ponto em que a venda dos produtos chegou a segurar mais e eu deixei o meu emprego. E agora só estou com o estúdio. Somos eu e um designer e temos essa medida, essa demanda dividida. Quando comecei estava na fábrica de óculos e assim diminuí a carga horária, consegui reorganizar os horários na fábrica e comecei a me dedicar aos desenhos de mobiliário sozinho como um trabalho de formiguinha mesmo- Até fazer a primeira venda demora, até que começa a pegar ritmo. Quando eu vi que o ritmo estava mais razoável eu vi que se tivesse mais tempo para o mobiliário conseguiria ter mais retorno. E aí eu deixei a empresa e comecei a a focar mais no estúdio de design. E hoje o estúdio não só é focado em mobiliário,

mas também faz outros produtos, inclusive hoje a fábrica de óculos é um dos meus clientes de serviço.

**Aciole** - Hoje eu acho que só 30% é mobiliário, ainda não se sustenta. 70% dos clientes são design de produto. Hoje tenho trabalho com contratos que duram cerca de 4 ou 5 meses e é 70% da minha renda. O design de mobiliário é algo que demanda muito, tem muita dificuldade de produção de venda, de tudo. Teria que se dedicar muito mais realmente e com um retorno ainda muito pequeno para quantidade de trabalho então algumas vezes dá para avaliar se realmente vale a pena ou não. Hoje em dia eu estou avaliando que vale a pena pela força de vontade que a gente tem de querer fazer realmente acontecer, mas se você parar para analisar friamente os números somente, você desiste. Essa é a minha percepção. Eu acho que se a ideia é tentar passar uma ideia verdadeira disso para a pesquisa eu acho que é isso: que o mobiliário aqui em Brasília não se sustenta sozinho se não tiver muito trabalho envolvido, de uma dedicação que hoje em dia eu não consigo dar. Eu diria que as vendas para outros estados é o que mantém ainda principalmente por que estamos fazendo um design em Brasília fabricado em Brasília, às vezes inspirado em Brasília. Mas o consumo em Brasília ainda é muito pequeno então a maioria das minhas vendas são principalmente para Rio de Janeiro São Paulo e um pouco de Minas.

**Raquel** - *Qual é o seu propósito como designer. Existe talvez uma paixão por trás dessas motivações, algo muito subjetivo que como foi mencionado, se analisarmos friamente e racionalmente alguns passos que se dá na carreira, não valem muito a pena. Seria uma satisfação pessoal? Como vocês enxergam isso como propósito de vida?*

**Danilo** - Se formos olhar para o designer: é uma pessoa que está ali para atender necessidades, identificar necessidades e construir soluções para elas seja dentro de uma empresa, seja para prestar serviços, independente da área - design gráfico ou Web Design, você está sempre identificando as necessidades e propondo soluções para aquelas necessidades. Isso é o que me encanta muito: identificar as faltas que a gente tem, por exemplo. Falando do design autoral, do mobiliário autoral, eu entrei nisso porque eu identifiquei que havia uma falta de determinados tipos de produtos no

mercado, algumas demandas específicas, e eu também enxergava isso. E isso me motiva a construir coisas novas e ver que essas coisas novas ocupam o espaço na casa de alguém ou no portfólio de uma empresa, e eu digo, não é só o espaço físico. Pode ser um nicho específico de mercado, ou uma demanda de alguém que queria ter o mobiliário feito em Brasília, ou o mobiliário que conversasse com aquilo que a pessoa é, com a identidade dela. Então não só de mobiliário, mas de produto em si. Eu acho que isso é o que me motiva e me faz bem, além do que são sempre coisas novas. Não ter a rotina e estar sempre produzindo e conseguindo soluções novas, buscando fornecedores, buscando parceiros, estar sempre estudando, se alimentando de novos conteúdos. Isso para mim é sempre enriquecedor.

**Raquel** - *Você acha que o mundo precisa de mais objetos? Pergunto isso pois ao criar mais produtos podemos estar gerando mais problemas também ao gerar mais matéria-prima, mais material e lixo também. Não indo muito para este lado sustentável, mas na questão ideológica do seu papel como designer, vocês acham que o mundo precisa de mais uma cadeira?*

**Aciole** - Eu tenho uma opinião bem clara em relação a isso. Eu acho que as pessoas vão consumir. A pessoa precisa de uma cadeira na casa dela, de uma mesa, ela vai acabar comprando. Ela pode ir comprar em uma Tok Stok, pode comprar de repente um produto que não seja bem resolvido do ponto de vista técnico, do ponto de vista visual, e ela pode de repente estar educada visualmente ou ter a vontade de ter um objeto que significa alguma coisa para ela dentro da casa dela. Então a minha busca é fazer algo que signifique alguma coisa para esta pessoa. Claro, existe a preocupação de colocar mais coisas no mundo. Será que precisa? Eu acho que as pessoas vão continuar consumindo. Então se ela tiver a oportunidade de comprar um objeto para casa dela, que faça a diferença, que tenha uma ligação emocional ou alguma coisa que ela tenha orgulho de ter aquele objeto dentro da casa dela. E isso muito pelo contrário vai deixar de ser um consumo rápido. Se a gente fizer um bom trabalho e se esse objeto for um objeto que vai ter uma vida muito longa e que vai significar alguma coisa para a pessoa, provavelmente essa pessoa não vai trocar isso tão rápido. Esse objeto vai passar a outra geração, para o filho, para o neto, e isso na verdade está evitando que esse produto seja um fast food de mobiliário.

Então eu acho que isso é bacana; você resolver e tentar dar uma alma para aquele produto, um significado. Essa é a minha visão.

**Danilo** - Qualidade do produto e também as questões estéticas emocionais que estão envolvidas no produto, feito com design pensado, versus o produto que é fast mobiliário. Digamos assim, então eu acho que o Accioly está certo; meu ponto de vista é o mesmo. Se eu proponho uma cadeira que tem qualidade, que é durável, que se identifica emocionalmente ou tem algum aspecto que tem a ver com uma postura, ou com a imagem do que se pensa da vida, a tendência daquele produto é perdurar muito mais do que um produto que não comunica nada ou que não tem qualidade. Eu acho que é uma substituição dos produtos de má qualidade que ainda tem muito no mercado por produtos com uma qualidade maior, durabilidade maior e identificação com o dono.

**Aciole** - E isso acho que vale para toda a indústria. Para tudo que é criado, tudo que é industrializado. Eu acho que precisa um pouco disso, então quando temos um cliente que quer desenvolver algum produto a preocupação é justamente essa: fazer um produto que realmente seja bem construído do ponto de vista técnico e que seja um produto agradável. Por exemplo, se a pessoa for colocar um equipamento eletrônico dentro de casa em cima da mesa dela, hoje em dia a visão do empresário é: vamos fazer o mais barato aqui no Brasil. Ainda tem muito disso e é justamente essa a ideia, que eu acho de levar para a indústria brasileira a importância do design. Se você vai fazer um produto, qualquer que seja, uma caixinha. Mas aquela caixinha vai estar em contato com as pessoas as pessoas, vai interagir, vai ter que ligar, desligar, vai ter que colocar em cima de uma mesa. Porque não fazer algo agradável? Porque não fazer algo que seja interessante, que dá para estar em contato direto com as pessoas? Então acho que isso vai para tudo, não só para o mobiliário.

**Danilo** - Eu acho que essa parte de design autoral vem como contraponto do que do que a gente encontra no nosso dia-a-dia. Muitas vezes a gente está numa rotina de trabalho, você encontra limitações que às vezes você não tem o que fazer. Você tem alguém em cima de você e diz: eu quero isso e pronto, e acabou. Então quando você parte para fazer algo autoral você faz aquilo o que você acredita, mesmo que aquilo

não dê lucro, enfim. Mas você tem a oportunidade de fazer algo que você acredita, sem as barreiras de estar dentro de uma empresa com uma demanda tão específica.

**Bruno** - Eu relaciono essa parte tanto na arquitetura como no design; faço muito uma relação com a questão de coisas orgânicas e coisas da indústria. Você vê que há uma preocupação das pessoas em consumir produtos orgânicos, vemos que é um mercado difícil, principalmente em Brasília. Brasília está começando a acordar agora para ter essa visão. Até tem uma visão muito particular dessa situação que está acontecendo em Brasília. Eu acho que agora que Brasília está sendo reconhecida como um local das pessoas daqui mesmo. Acho que Brasília sempre teve muito dessa coisa da família que veio do Rio, que era de Minas, que era do Nordeste, e o pessoal não se reconhecia como daqui. Então sempre teve aquele desejo: estou de férias e vou embora daqui. Então acho que a arquitetura e o design de Brasília sofreram muito com isso. Demorou-se muito para ter a percepção “vou consumir arquitetura daqui e o design”. Na arquitetura é mais simples, porque na arquitetura você precisa daquilo, não tem como fugir. Agora, o design não. Você tem uma oferta muito grande de produtos de tudo quanto é lugar, então passar a escolher e consumir algo de Brasília é uma coisa que agora que está começando a engrenar exatamente por essa onda que está começando. Eu acho que é levado também muito pelo pessoal das redes sociais; a descoberta de eventos, o acesso está muito mais fácil.

**Aciole** - Eu acho que quando você assiste televisão aberta você só vê notícia ruim na TV; é o que vende. É o que é mais consumido. Mas eu acho que existe uma necessidade do ser humano de ver coisas bonitas, de arte, de notícias boas, porque senão a vida não teria sentido. Se não fosse essa vontade das pessoas de de repente ter algo belo dentro da casa delas ou de fazer algum esporte, de consumir um produto orgânico, seriam só coisas ruins. Então lógico, a gente vive em uma sociedade super carregada de violência, de tudo. Você criar um produto que de repente tenha uma identidade com uma cidade e que carrega uma positividade e alguma coisa que te remeta a algo positivo que você viveu e você colocar isso dentro da sua casa isso faz a sua vida ter um pouco mais de beleza, de coisas positivas, de coisas que fazem você se sentir melhor. Eu acho que é isso que é a diferença que a gente está fazendo, porque senão você consome coisas genéricas, assiste notícias genéricas e vive num

mundo genérico e sem graça, cinza, e pronto. Então acho que essa é a importância do que a gente faz.

**Bruno** - Eu acho a importância também do que a gente está fazendo é o que faz com que as pessoas sintam este apreço pela cidade. Brasília tem muita coisa a oferecer, tem uma arte a oferecer que compete com qualquer outro tipo de arte presente em qualquer outro lugar. Então eu penso muito nisso, em mostrar que Brasília não é só um lugar de pessoas de fora e que todo mundo odeia. Tem pessoas que têm uma percepção e capacidade de produção muito boa, e acho que ainda as pessoas se reconhecerem nesse pensamento. Se focarmos na questão Brasília como tema, é exatamente por quê existe essa paixão pela cidade. E é uma vontade de externar isso. Eu quero mostrar e quero que as pessoas percebam isso também. Acho que é mais essa questão da ligação com as pessoas, de perceber a visão de cada um, da do designer, do arquiteto.

**Aciole** - Como design você está comunicando um estilo de vida de pessoas que vivem aqui e que não necessariamente tem a ver com política. Em muitas vezes, por exemplo, nos eventos fora de Brasília você fala “eu sou de Brasília” e então começam todos a falar que Brasília é a cidade que só tem gente corrupta etc. E a gente está levando uma imagem diferente, com um mobiliário, com um objeto, sendo como um Embaixador de Brasília. Não é só isso; Brasília tem gente criativa, tem gente que faz outras coisas que não é política e trabalham, que estudam, que vivem na cidade e amam a cidade por que é uma cidade muito boa de viver. Um mobiliário é uma forma de você ter um objeto simbolizando isso.

**Raquel** - *Gostaria de saber o que seria uma definição de identidade de Brasília para você.*

**Danilo** - Fazemos muito essas comparações, mas o que a gente tem que olhar também é que Brasília é uma cidade que é no mínimo 200 anos mais nova que qualquer outra cidade importante do país. Então se a gente comparar SP que tem uns 450 anos, enfim, então existe uma distância grande de formação de cultura, de posicionamento, de identificação, de construção de uma imagem e de estilo de vida.

Então assim, se a gente olha para a nossa cidade às vezes as pessoas falam que a produção de Brasília ainda bate muito nessa tecla da identidade da cidade. Há 200 anos atrás, há vários anos atrás, estava acontecendo o mesmo em São Paulo, no Rio, em Salvador, só que tudo era diferente porque o design não era tão forte como é hoje. Vejo muito dessa questão da identidade (de Brasília) vinculada às artes plásticas, arquitetura, à música. Porque até então naquela época o design não era tão forte, só que o momento de construção da identidade da nossa cidade, da identidade de Brasília, veio com o design porque o design é um dos pilares atuais de cultura e junto com arquitetura e tantas outras coisas. Por isso que existe esse peso grande, essa questão que é você expressar o amor e o carinho que você tem pelo viver aqui. Porque quando a cidade foi ocupada as pessoas ainda tinham as raízes em outras cidades, elas queriam comprar comida nordestina ou se reunir no CTG Gaúcho, porque ainda não havia a questão do vínculo com a cidade, com o estilo de vida, e acho que isso de uns anos pra cá está bem mais forte.

**Renata** - Em termos estéticos eu acho que tem a ver com geometrias orgânicas, mas ao mesmo tempo diversos outros tipos de geometria, como a retilínea. A questão da arquitetura mesmo: a gente é muito inspirada pelas formas da arquitetura que ela (Brasília) tem... um pouco dessa mistura do que é orgânico e do que é reto. Enfim, acho que tem muito a ver com essa questão da arquitetura, mas a gente não deve ficar só preso a isso. O que a gente vê hoje em dia é que isso tem se transformado.

**Rafaela** - Eu acho que a identidade de Brasília não é algo específico, é mais um estilo de vida que é muito diferenciado de qualquer outro lugar. Eu sou muito voltada para arquitetura porque eu sou arquiteta, mas as pessoas às vezes são voltadas para o espaço urbano em que elas convivem, ou o trânsito até o trabalho. Esse fluxo, essas coisas fazem com que a gente pense que a vida é de um jeito específico Brasiliense. Acho que a identidade de Brasília se resume ao cotidiano, ao convívio diário é um comportamento que a gente tem só aqui. Quando uma pessoa de fora chega aqui ela diz “nossa, que cidade diferente!”. Sempre que conheço alguma pessoa de fora, principalmente de fora do Brasil, e me perguntam “você é de Brasília? o que tem lá?” e eu digo “é uma cidade que você nunca vai ver outra igual”. Este é o meu resumo: você pode não gostar, mas você nunca vai ter uma cidade igual. Nunca vai ter um

cotidiano igual ao que se tem aqui em Brasília. Acho que a identidade da cidade é bastante isso; é a sua vivência.

**Renata** - No caso, eu acho que no Atelier Monolito a gente mexe muito com concreto e não tem como não dizer que não fomos inspirados pelo concreto da cidade, de uma maneira geral. Vamos muito influenciados por isso.

**Bruno** - Não tenho muita essa linha de “inspiração pela forma”, de usar as formas de Brasília. Na verdade, no caso do concreto, o material que é a inspiração. Eu gosto muito dessa ideia sobre essa questão da identidade. Acho que Brasília é uma cidade muito peculiar. Acho que a gente tem dificuldade de perceber isso. Acho que em comparação com outras cidades ela tem uma dinâmica muito diferente... Os bairros são diferentes, o espaço é muito maior, o jeito que a gente usa a cidade é completamente diferente de outra cidade, e isso acho que é uma identidade que a gente tem. Acho que é difícil dizer que a identidade é só baseada no comportamento.

**Renata** - Estamos vivendo um momento em que é difícil distinguir. Estamos avaliando.

**Bruno** - É uma coisa que você sabe o que é, mas não consegue dizer.

**Aciole** - Acho que é isso; que a cidade é muito jovem, ainda está em formação. Acho que esse movimento que está tendo agora é uma parte muito importante dessa formação. Talvez daqui a 50 ou 100 anos as pessoas pensem que aquele foi o momento especial onde as pessoas começaram a se apropriar da cidade e começaram a fazer eventos, mostrar Brasília de uma outra forma e talvez isso seja o que vai formar identidade de Brasília. Para mim, hoje a visão que eu tenho é que existem as formas da arquitetura, mas para mim o mais importante e que eu tento levar para o mobiliário e para os projetos é que Brasília tem muitos espaços vazios, muito organizados visualmente. O fato de não ter uma poluição visual de informação de prédios e ruas caóticas fazem com que talvez o meu desenho seja mais limpo. Brasília é muito categorizada, muito setorizada. Então é algo que me influencia. Não sei até que ponto é consciente ou inconsciente, mas o fato de você setorizar as coisas influencia inclusive na minha forma de pensar. Quando você quer fazer alguma coisa

em Brasília por exemplo, acho que o Brasiliense ainda carrega um pouco disso. Quando quer ir na Rua das Farmácias, setorizar, definir, classificar as pessoas por determinado local onde ela mora, então isso também muda a forma como você pensa o produto.

**Raquel** - *Como você enxerga a temática Brasília como fonte de inspiração? Brasília passou por um processo de fomento no design de mobiliário – na verdade em todas as formas de criação, nas artes, durante a sua construção. Houve uma grande demanda para a criação de diversos itens na cidade, inclusive mobiliário, não só feitas em Brasília, mas feitas para cá. Muitos dos designers vieram, como Sergio Rodrigues e Zanine, vários nomes que passaram temporadas aqui e foram idealizando toda uma realidade material para compor os espaços. Depois do período da construção houve um hiato – dentre eles decorrente de questões políticas como a ditadura e a contínua expansão dos mercados industriais do sul e sudeste. Vivemos agora um momento de ascensão novamente – ainda que de uma forma artesanal, autoral, mas com uma carga de valores muito grande. No período de 2015 a 2017 temos registros de uma produção relevante e ao mesmo tempo uma nuvem de informações nesse sentido que paira sob a sociedade e na mídia. Muito da temática do que se considera Brasília está relacionado com o que os artistas criam, que se baseia no Plano Piloto, com os prédios e monumentos do eixo monumental, alguns elementos como o bloco ou pilotis, na sinalização gráfica visual, cores, o Ipê, o céu azul...*

**Danilo** - Esses elementos são muito mais identificados no plano.

**Bruno** - Eu cresci em Sobradinho, que é muito mais amplo. Só que existem alguns problemas que temos, como a EPIA que visualmente é uma coisa meio caótica. E isso não é culpa do fato daquilo não ser Brasília. Na verdade é um fato de uma ocupação urbanística sem critério. A ocupação sem organização das Cidades Satélites causa um pouco essa essa diferença. Por exemplo, Sobradinho é uma cidade com características muito diferentes das demais e que tem algo semelhante com as quadras da 700, onde se tem uma rua, as casas e uma faixa verde. Sobradinho é toda assim, ou seja, Sobradinho é uma cidade que replica uma ideia que tem aqui no plano.

Já Sobradinho II não tem nada disso, é totalmente diferente. Já foi criada com um conceito diferente como “Habitação para Todos”, com uma explosão demográfica e deturpou um pouco isso. Mas querendo ou não, o Plano Piloto é onde isso está mais preservado, então querendo ou não, a identificação vai ser maior com o Plano Piloto.

**Rafaela** - Principalmente essa questão da setorização. Por exemplo, se você chega em Taguatinga várias áreas que eram industriais viraram residenciais; várias áreas residenciais viraram comerciais. Então você tem uma cidade parecida com várias outras cidades do Brasil, e a identidade de Brasília é realmente setorizar a área.

**Raquel** – Algo muito importante: na verdade várias Cidades Satélites foram planejadas. Houve um projeto de urbanismo só que a proteção, o tombamento foi o que preservou (somente) e o que ainda vai preservar cada vez mais Brasília. Porque o resto não foi preservado. Foi até determinado ponto. Houve várias transformações orgânicas (exponatêneas) como de outra cidade qualquer nas cidades satélites. Se não houvesse esse tombamento estaríamos não sei aonde. Talvez esses elementos não fossem tão bem definidos.

**Aciole** - Eu cresci em Taguatinga. A minha memória mais antiga é a do eixo monumental, que eu tenho desde criança. Você morando em Taguatinga ou Sobradinho, você tem uma referência visual muito forte dessa questão do prédio e dos espaços vazios. Algo que alguém que mora em uma cidade como São Paulo nunca terá a mesma referência que temos aqui. Mesmo morando em Taguatinga você se depara com um espaço limpo, minimalista, de arquitetura limpa e isso faz com que a sua cabeça pense diferente, e isso te influencia.

**Danilo** - Ao fazer o meu percurso diário para a universidade sempre passei na frente da catedral, e isso vai influenciar no seu cérebro. Andando de ônibus por um tempo e passando pela rodoviária para resolver alguma coisa no Conjunto Nacional, o que se vê? De que se alimenta? Quais são as informações? Independente se você mora lá por exemplo, como eu em Taguatinga até os 12 anos de idade, isso alimenta e não é proposital. São aquelas informações que estão chegando e a escala da cidade é muito diferente. Ao mesmo tempo eu gosto da quebra do correto da cidade que a gente vive,

do que existe nas Cidades Satélites. Eu amo o Guará. Porque você caminha por entre as casas e de repente se depara com tudo perto. Resolve-se tudo a pé, conhece as pessoas, as pessoas se cumprimentam, é um estilo de vida diferente, é uma dinâmica diferente de quando você vive no Plano. Isso eu gosto muito e acho que a gente tá tentando quebrar determinados padrões que foram estipulados no Plano e estamos quebrando isso, por exemplo, com interações, com os movimentos, as feiras, o espaço livre. Porque a cidade é uma cidade que separa, que segrega. Acho que ainda está em mutação essa relação que temos com a cidade, ou a identidade. Se olharmos anos atrás, no carnaval em Brasília não havia uma alma penada porque ninguém queria passar o carnaval aqui. E hoje em dia acho que as pessoas passam não porque não tem outra oportunidade. As pessoas passam aqui na cidade porque existem coisas acontecendo na cidade.

**Renata** - Inclusive acho que mudou muito por conta das redes sociais, essa questão da cultura de Brasília O que é feito, o que é produzido aqui. Porque antigamente era difícil mesmo as pessoas se encontrarem. Hoje em dia temos eventos principalmente a céu aberto, que é a cara de Brasília. Podemos usufruir desses espaços abertos e antigamente, antes, a gente não tinha isso. Grupos pequenos se encontravam e hoje em dia não. Através das redes sociais as multidões se encontram, como por exemplo no carnaval. Então acho que isso mudou.

**Danilo** - E para tudo né. Se formos olhar vários outros eventos. Como o Eixão que hoje em dia é lotado. Eu na minha adolescência frequentava o eixão mas nunca teve tanta gente como se tem hoje. Com eventos, campeonatos, brinquedos infláveis, pessoal fazendo churrasco.... Antes não tinha isso, então estamos quebrando determinadas coisas. As interações interpessoais sempre foram muito afetadas pela setorização da cidade e acho ainda que isso começou a ser quebrado no entorno. No entorno já existem as feiras, feiras de artesanato no Guará tem, o Cruzeiro tem. E isso está começando a dominar o centro da cidade e faz parte da mutação que a gente ainda está vivendo.

**Raquel** - *Essa própria movimentação de feiras, mercados e eventos que aflorou e faz com que o mercado criativo se desenvolva. Ainda assim vocês acham que em Brasília consome design?*

**Renata** – Não.

**Todos** - Não.

**Raquel** - *E como vocês acham que a sociedade, que quem compra esse produto, como eles enxergam isso?*

**Danilo** - Eu não sei se sou muito romântico mas acho que há algo que está mudando. Eu sinto que há muito campo para crescer. O consumo de design na cidade é algo que já mudou bastante. Por exemplo, eu tenho um cliente que que já comprou de mim mesmo sem ver o produto fisicamente porque ele queria algo de Brasília e feito em Brasília. E acho que também tem a ver com o setor público da cidade. Agora existe uma geração que possui renda fixa e tem um pouco mais de cultura, e essa questão da valorização do que é feito aqui e do que é local, da arte de consumir coisas de qualidade. Isso é algo que está sendo transformado. Eu acho que tem muita coisa para crescer e então quando olho para hoje e para quatro anos atrás, vejo uma evolução e essa evolução está em tudo.

**Aciole** - Eu vejo que está crescendo, está melhorando essa questão de as pessoas consumirem design. A questão não é só consumir o que é feito em Brasília, é consumir alguma coisa com maior ligação afetiva. Acho que os mais jovens estão consumindo mais esse tipo de produto. Mas se você parar para imaginar que em todas as casas que eu entro as pessoas estão comprando isso ou aquilo, você vê ainda um padrão mais genérico de armários de MDF, quadros comprados na Tok Stok... falta identidade. As pessoas ainda não têm a vontade de colocar algo em casa que torne sua vida mais interessante.

**Renata** - E acho que precisa de uma conscientização maior em termos de governo mesmo porque isso incentiva a questão Econômica também. Então às vezes é muito

a falta de conhecimento. Tem muita gente que não conhece a gente, e é difícil. A gente precisa de meios para gente aparecer mais no mercado, e conseqüentemente desenvolver essa questão do Design local, da cultura local.

**Aciole** - Entra também uma questão de preconceito de achar que design é algo mais caro, que é uma coisa inacessível, “isso não é para mim porque é design”. Acho que as pessoas quase que têm medo dessa palavra, e vejo muito isso. Claro que existe uma parte da população que tem um nível de educação maior hoje, que talvez seja a geração mais jovem e já está mudando isso. Mas o trabalhador brasiliense que veio para cá e hoje é funcionário público pensa “isso não é para mim”, e nem tenta entender um pouco mais.

**Raquel** - *O que a gente vê é realmente uma questão nacional cultural. Nós não temos uma cultura de design de um modo geral, da mesma forma que não temos uma educação visual. No Brasil não se lê, visitar o museu ainda é algo chato, os incentivos do governo ainda são escassos em comparação a outros países.... Nós temos a nossa realidade.*

**Renata** - Inclusive tem gente que tem medo de se aproximar. Acham até bonito, mas na hora de ser aproximar não tem coragem por que pensam “isso é muito caro para mim”.

**Danilo** - Só uma curiosidade... tenho um amigo que estava mobiliando sua casa nova e buscando em um desses shoppings de design que temos aqui na cidade, estava procurando sofá. Me falou que viu um sofá que custava R\$ 20.000 e achou um absurdo e eu falei: “você anda em um carro que custa R\$ 100.000, e qual a diferença do seu carro que custa isso para um que custa R\$ 30.000? É a mesma lógica”. O que ele tem de diferente são os mesmos fatores design: conforto, alta qualidade, processos, tudo isso. O seu carro tem um motor muito melhor do que um carro 1.0. Aquele sofá tem uma espuma muito melhor do que um sofá de R\$ 5.000. Então ele percebe valor em um carro de R\$ 100.000, mas não percebe o valor em um sofá de R\$ 20.000 porque só olha o preço muitas vezes e tem medo do produto.

**Renata** - O que você levantou é muito interessante mesmo, porque também é uma questão cultural. O brasileiro valoriza muito o carro. Às vezes ele gasta muito dinheiro para comprar uma roda de um carro, mas para comprar uma cadeira nem cogita.

**Bruno** - O brasileiro valoriza muito a questão que ele aparenta para os próximos. Então às vezes ele compra um carro porque ele está muito mais preocupado em criar imagem para as pessoas em volta dele, do que de fato usufruir do carro. Que nem dia desses eu vi uma cena de uma pessoa tirando uma selfie com um iPhone e ao fundo sua casa não estava nem rebocada. Então achei que era muito mais a vontade de ter um iPhone, ou o carro do ano, e o design tem muito a ver com isso.

**Raquel** - As pessoas não estão interessadas em sua maioria no processo, e sim em comprar barato. Nós mesmos como consumidores somos assim. É interessante, pois talvez a nossa cultura valorize muito mais o que é externo, do que interno. Estamos falando de mobiliário, algo que está dentro, do mobiliário doméstico. Está dentro da casa das pessoas, e vai ser algo que a pessoa vai mostrar depois para um amigo, para apresentar a casa, e talvez muito antes o outro vai ver a roupa, o celular, o carro, etc.

**Raquel** - *Até quando a ideia de design inspirado em Brasília se sustenta?*

**Renata** - Eu acho que é importante essa discussão que levantamos, sobre a questão da cidade, da arquitetura. Porque não é algo tão pensado. Cada um tem sua vida aí, mas acho que essa questão da discussão propriamente, de fazermos essa identificação é importante. Não ficar preso tanto em questões formais e ir além. Acho que é importante que a gente comece a refletir e isso.

**Bruno** - Como eu falei da outra vez, eu acho legal essa questão do design inspirado em Brasília e entendo isso de uma forma muito clara. Mas a minha preocupação maior é fazer uma coisa que é daqui, que é reconhecidamente daqui. O fato de ser daqui não significa que deva ter formas ou um reconhecimento que se reflete visualmente. Você tem alguma coisa naquele objeto que pode ser identificado de várias formas, pode ser pelo material, assim como a arte, por exemplo. A arte produzida em São

Paulo não necessariamente reflete São Paulo, mas você vê que às vezes tem um inconsciente coletivo que as pessoas reconhecem ali a obra de São Paulo ou de Nova York, enfim. Para mim isso é o mais importante: é fazer alguma coisa que por esse inconsciente coletivo de Brasília seja conhecido. Não pelo fato de remeter a linha meramente formal.

**Danilo** - O que eu tive no meu caso em particular foi uma oportunidade que surgiu quando fizemos a nossa primeira linha de mobiliário, que é a linha que tem as vinculações diretas à cidade. Foi uma oportunidade que tivemos porque estávamos começando a fazer mobiliário. Nenhum a princípio tinha uma relação direta com a cidade, com a iconografia. Estávamos em contato com Sebrae, estávamos tentando viabilizar algumas coisas junto a eles. Eles vieram até nós às vésperas da Copa do Mundo e falaram de uma exposição que iria acontecer no Park Shopping, de produtos feitos na cidade. Muitos móveis, muitas coisas de artesanato. E foi assim que surgiu a primeira linha de produtos com a identidade de Brasília. Surgiu o banco Alvorada, a mesa Super Quadra, a cadeira Athos. Mas isso foi uma demanda do público também e isso é um ciclo. Porque você gera um conteúdo, a mídia vê aquilo e joga, vende, eles querem mais desse conteúdo, e se torna um ciclo que vai girando até talvez entrar outra coisa no lugar. Mas é uma oportunidade. A cadeira Athos é um dos produtos que eu mais vendo até hoje e lançamos ela em 2014. Hoje a minha linha de produtos tem 12 produtos, mas a cadeira Athos é um dos produtos que eu mais vendo. O que eu vou fazer? Vou continuar vendendo. Tenho que pagar contas, mas eu concordo, eu não tenho essa intenção de ficar usando a identidade literal da cidade, os elementos etc. Porém muita gente pega esse gancho porque precisa aparecer. Mas por conta disso eu sai na revista, no jornal... tudo por conta disso. Tudo isso aconteceu porque lá atrás eu fiz um banco com o formato do Alvorada. Só que é claro que isso não se sustenta. O que a gente está fazendo aqui também aconteceu em outras cidades. No Rio de Janeiro muita gente trabalha com calçadão, com o Pão de Açúcar etc. Em outros lugares também, e trabalham até hoje. Mas claro, design é muito mais do que isso. Mas também temos que olhar a forma com que o público se identifica. Algo com o qual ele se relacione. O Brasiliense não tinha como identificar um produto que fosse Brasiliense. A gente teve isso na arquitetura, na música isso foi mais forte, muito antes. Mas no produto de consumo diário ele não tinha esse vínculo. Quando

ele compra uma caneca do Athos Bulcão ele está levando um pedacinho daquilo que ele se identifica, ele tem uma relação afetiva. Eu acho que esse é um primeiro passo para algo maior que deve ser construído, que é a relação de identidade. Ela começou muito literal e com certeza tem que se desvincular disso, mas enquanto as pessoas estiverem consumindo as coisas vão girar nesse sentido. O que eu prezo é em paralelo gerar coisas novas, diferentes, com outros tipos de relação de identidade de construção. Acho que isso que é importante.

**Bruno** - Eu acho que o design tem muito haver com o consumo, que tem a ver com oferta e procura. Se existe algo que não tem no mercado, logo que surgir ele vai ser consumido, vai ser procurado. Mas quando tem muita oferta é necessário buscar um outro caminho. Quero dizer que o design vai aonde é necessário e a gente faz não somente o que é esperado. Obviamente o design vai muito além disso. Hoje em dia, talvez em São Paulo essa questão de representar a cidade está completamente desgastada. Existe uma forma constante de apresentar algo novo. Acho que a arte, a cultura e o design estão sempre em busca de se reinventar. É uma roda viva, vamos sempre fazer referência a Brasília, mas sempre vão ter momentos que a gente vai fugir disso.

**Raquel** - *É uma espécie de ciclo mesmo. Não acho que existam responsáveis: nem o jornalista que escreve a matéria, nem o designer que faz o produto, nem o gosto do consumidor. Chega a ser uma questão emocional, então o consumo vai estar atrelado a algo que o consumidor conheça, se sinta familiarizado. Aquilo que ele reconhece e se sinta tocado.*

**Rafaela** - Eu lembro que quando vinha alguém de fora de Brasília e queria uma lembrança não havia nada bonitinho. Eu acho até em que esse movimento é muito bom porque você tem coisas que representam Brasília nitidamente, de forma estética muito bonita e agradável que as pessoas gostam. Acho que faz com que pessoas de outros lugares passem a gostar também de Brasília, não só a gente com a questão da identidade. Mas é gostar, ou identificar uma cidade que você visita e quer levar um pedaço da cidade para casa. Levar para casa uma coisa bonita e que tenha espaço na sua casa.

**Danilo** - Acho que em um primeiro momento nós suprimos essa identidade de desenvolver um produto que tivesse a iconografia de Brasília e com qualidade. Deve-se ir além e acho que a mídia poderia mostrar isso, pois acho que o que é feito na cidade já é muito além disso, tanto que estamos vendendo para fora para outros estados.

**Bruno** - Provavelmente se não houvesse essa relação literal com a forma de Brasília, talvez muitas pessoas não iriam perceber que existe produção de design em Brasília. É um processo necessário para que as pessoas saibam que existe um mercado de produção de design.

**Raquel** - *Como Brasília é referência mundial por conta da arquitetura, porque não ser também pelo design? Apesar de todos os empecilhos na produção, de problemas técnicos que sabemos que existem, o perigo que se identificou é uma vulgarização da atividade e tornar-se um eterno design de souvenir, algo que será sempre um presente para quem vem de fora e acaba não saindo disso. Não sabemos ainda o resultado disso.*

**Rafaela** - Eu não tenho nenhuma peça que tenha realmente uma referência literal. Minha fonte de inspiração é completamente outra mas também tem a ver com Brasília.

**Danilo** - Mas sobretudo dialoga com o seu espaço, com a sua forma. São relações indiretas, não são tão literais e acho que isso é o bacana. Acho que estamos construindo uma linha não literal, não proposital, mas que vai sempre comunicar a nossa bagagem. E volto naquilo que te falei, todos os dias quando ia para a universidade passava em frente à Catedral todo dia que chego na faculdade; eu estudo no ICC que foi projetado pelo Oscar Niemeyer, então isso está aí impresso no seu inconsciente. E isso vai se refletir no seu traço, na sua forma de pensar e etc.

**Renata** - Eu acho que isso tem se desenvolvido não só em Brasília mas em outros estados também. A gente passou por um momento do modernismo onde tudo era mais claro e acho que no Brasil inteiro ficou um pouco estagnado tanto na questão do

design como na questão da arquitetura. A gente está revivendo, a gente está renascendo para um outro momento da arquitetura e do design. Mas não só em Brasília, isso se dá no Brasil inteiro. Vejo como um renascimento do design e da arquitetura

**Rafaela** - Eu acho que é uma ênfase na vontade de criar história, porque não temos história. Acho que é muito enfático sempre querer voltar no contexto da apropriação. Ainda não temos como brasileiros uma história concreta, ainda estamos criando. Acho que ainda vai levar muitos anos para criar realmente uma história, uma identidade. Porque a história do Brasil é muito recente, a de Brasília é muito mais recente ainda. É normal encontrar pessoas em uma roda de conversa e algumas não serem de Brasília. Quando digo que minha mãe nasceu aqui as pessoas ficam impressionadas e perguntam quantos anos ela tem. Então acho que é essa vontade de criar história, a mídia está sempre criando histórias, gerando apropriação do espaço para enfatizar isso.

**Raquel** – *Falem sobre as dificuldades na produção*

**Renata** - Mão de obra qualificada e preço. Porque quando encontramos uma pessoa que produz bem ficamos na mão dessa pessoa, que geralmente cobra muito caro. Para precificar esse produto é complicadíssimo, por que com o custo que a gente teve para produzir e depois o preço que colocamos no produto já é complicado vender em Brasília. Ter ainda um preço competitivo é mais complicado ainda.

**Bruno** - Acho que temos um problema onde os profissionais não trabalham de forma a se auto ajudar. Às vezes precisamos de um serralheiro e ele cobra o mesmo preço como se fosse cobrar para um cliente final. Ele deveria pensar de forma estratégica. Eu tenho sentido muita dificuldade em realizar parcerias nesse sentido.

**Renata** - Nosso preço ainda não é competitivo em relação a outras cidades, então saímos prejudicados nesse sentido. Não adianta ter só um produto bom e de qualidade. Esse produto também tem que ser competitivo em termos financeiros. Como resolver essa questão?

**Danilo** - Acho que muito do problema é essa falta de distinção entre quem produz e quem é consumidor final. Acho que existe também uma certa influência por estarmos no governo (na capital federal) pois muitos fornecedores prestam serviços para o governo de alguma forma e possuem uma relação mais fácil, ou recebem valores maiores. E isso inflaciona os custos de determinado serviço quando encontramos qualidade. É muito caro e tem que olhar o trabalho com constância. Muitas vezes você realiza um trabalho e quando volta um mês depois o valor mudou ou então o fornecedor tem algo que já está fazendo há quase um ano e por algum motivo ele muda a forma de fazer por conta da falta de profissionalismo da indústria dos fornecedores que temos aqui.

**Renata** - Por trabalharmos com uma demanda menor, a quantidade que temos que produzir é pequena e muitas vezes o fornecedor não faz um bom preço por que a quantidade de peças que pedimos não é alta.

**Rafaela** - É muito difícil a questão do preço. O custo dos produtos ainda sai muito alto. Normalmente você perde cliente. Por exemplo, agora estava desenvolvendo uma quantidade grande de cadeiras para auditório, mas mesmo fazendo uma quantidade grande saiu o preço saiu muito mais alto do que esperávamos e ainda assim não sei se vamos fechar o negócio.