

el desarrollo tecnológico del diseño demanda día a día mayor intervención artificial.

Referencias

- Hofstadter, D. (2013). *Yo soy un extraño bucle*. México, D.F.: Tusquets.
- Holland, J. (1995). *Hidden Order: How Adaptation Builds Complexity*. Chinese: Adisno-Wesley.
- Jonhson, S. (2001). *Sistemas Emergentes ¿Qué tienen en común las hormigas, las neuronas, ciudades y software?* Madrid, España: Turner.
- Martín Juez, F. (2002). *Contribuciones para una antropología del diseño*. Gedisa.
- Mercado, R. (2013). *Identidad, diseño, información*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Ricard, S. (2009). *Redes complejas*. Barcelona: Tusquets.
- Sosa, L. (2012). *Diseño basado en los sistemas complejos adaptativos*. Recuperado el 30 de Agosto de 2014, de http://eprints.uanl.mx/3430/1/Liliana_Beatriz_Sosa_Compe%C3%A1n_Dise%C3%B1o_basado_en_los_Sistemas_Complejos_Adaptativos-El_dise%C3%B1o_de_objetos_autoreferentes.pdf
- Venturini, V. (10 de Febrero de 2012). *Comportamiento emergente e inteligencia artificial*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2015, de www.ucasal.edu.ar/hm/ingenieria/cuadernos/archivos/3-p46-Venturini.pdf

Abstract: The complex design is a concept that has been present in recent decades, in view of all or away, conceived from natural intensity of biological systems of unicellular organisms, as well as inadvertent need to manage urban areas with the purpose of establishing functional systems; through them, analyzing the behavior of human cells, it has come to polarize to the artificial Web complex

system, through various means, the study and analysis of social self-organizing systems such as ants, it shows how to create and how emerging systems work.

Keywords: Design - Systems - Auto organization - Patterns - Behavior - Information - Complexity - Emergency.

Resumo: O projeto complexo é um conceito que tem sido nas últimas décadas, concebido a partir de intensidade natural de sistemas biológicos organismos unicelulares, bem como a necessidade de encomendar áreas urbanas involuntários com o objetivo de estabelecer sistemas funcionais; através deles e analisar o comportamento das células humanas, chegou a polarizar ao Web complexa sistemas artificiais, através de vários meios, o estudo e análise de sistemas auto-organizados sociais, como formigas, são ele mostra como eles são criados e como os sistemas emergentes trabalhar.

Palavras chave: Desenho - Sistemas - Auto organização - Padrões - Comportamento - Informação - Complexidade - Emergência.

(*) **Marta Nydia Molina González**, Diseñadora Industrial egresada de la Universidad Autónoma de Nuevo León, es Master en Diseño y desarrollo de Nuevos Productos por la Universidad de Guadalajara. Al terminar sus estudios de Licenciatura, obtuvo el Premio al Saber otorgado por la Sociedad de Ingenieros y Técnicos de Monterrey, N.L. México. Su experiencia profesional ha sido en diseño de empaques, mobiliario y diseño de espacios interiores. Se ha desarrollado en el campo de la docencia en la UANL, la Universidad de Monterrey y el Tec de Monterrey en México. Profesora de la Licenciatura en Diseño Industrial desde 2002, Coordinadora del Área de Proyección de Diseño, Asesora de Tesis de Licenciatura, Investigadora en diseño centrado en el usuario y cursa estudios de nivel Ph. D. con acentuación en Arquitectura y Asuntos Urbanos.

Acepções do termo estilo para o campo do Design

Actas de Diseño (2019, diciembre),
Vol. 29, pp. 143-151. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2016
Fecha de aceptación: febrero 2017
Versión final: diciembre 2019

Gisela Monteiro, Priscila Andrade y Sérgio Sudsilowsky (*)

Resumo: Este ensaio busca mapear conceitos e definições sobre o termo estilo e seu uso no campo do Design, sendo organizado em duas partes. A primeira apresenta uma abordagem etimológica/histórica. Já a segunda, formal/profissional, propõe uma reflexão a partir do ponto de vista de autores que são referência acerca do emprego da palavra, sobretudo nos discursos do campo do design. Nesta abordagem enfocamos três das mais populares – e “pioneiras” – atuações profissionais do designer: projeto de produto, o design gráfico e o de moda.

Palavras chave: Design - Estilo - Projeto - Produto - Design Gráfico - Design de Moda - Estética.

[Resumos em espanhol e português e currículo em pp. 150-151]

Introdução

Ao iniciar seus estudos nos cursos de Design, em disciplinas como História da Arte, História do Design,

Estética e em quase todas as disciplinas que compõem o eixo de disciplinas teóricas (ou “repertoriais”, se preferirem), os alunos são apresentados a uma série de termos classifi-

catórios como “movimento artístico”, “escola (de arte)”, “corrente” e mais alguns, geralmente como sinônimos do termo “estilo” e adjetivando características estéticas –ao repertório de formas, cores, texturas, estruturas compostivas etc. Também associados a (ou fazendo referências a) momentos históricos, lugares, artistas (ou grupos de artistas), com o intuito (didático?) de agrupar formas de expressão semelhantes, demarcar artistas/designers no tempo e no espaço e demonstrar similaridades e/ou diferenças estéticas. Porém, raramente somos apresentados às definições e conceitos associados a esses termos, e saímos das Universidades propagando o senso comum sobre seus significados.

A partir desta constatação nasceu a proposta deste breve artigo investigativo, unindo os autores –designers e acadêmicos, com atuação em sala de aula– na vontade de agrupar, em um mesmo texto, alguns significados (“conceitos”) que a palavra estilo assumiu ao longo do tempo, mais precisamente no seu uso pela Teoria da Arte, sua evolução e –tarefa que julgamos importante!– sua apropriação e uso corriqueiro no campo do Design, principalmente nas 3 formas mais comuns de atuação profissional: design de produto, design gráfico e design de moda.

Como metodologia de mapeamento de conceitos, a fim de estabelecer “definições”, seguimos o designer e teórico brasileiro Gustavo Amarante Bomfim que, ao longo da sua carreira acadêmica, tomou emprestado métodos da Filosofia da Arte –ou Estética– para refletir questões fundamentais ao campo do design, principalmente a nossa necessidade de estabelecer “marcos-zeros” para tudo o que vamos estudar e/ou projetar. Em tempo: “Estética”, tradicionalmente, é entendida como sendo o ramo da Filosofia que se ocupa, sobretudo, do estudo do Belo nas Artes e seus desdobramentos, através da percepção sensorial e dos conhecimentos adquiridos por meio dela. Mas não só... por isso, a Estética recebe outros nomes, a depender do objeto que se direciona. Por isso, ao longo desse texto, algumas das expressões-sinônimas serão usadas, como “Ciência do Belo”, “Filosofia da Arte”, “Teoria da Arte”, entre outros menos comuns. Usando as palavras do comunicólogo alemão Siegfried Maser, Bomfim começa o seu último livro: “Definir um conceito significa delimitar seu significado, utilizando para isto outros conceitos, cujos significados são conhecidos. Com efeito, a definição de um conceito impõe redução a outros conceitos previamente definidos e essa redução precisa, naturalmente, encerrar-se em algum ponto” (Maser in Bomfim, 2001, p. 5).

Portanto, para “definirmos” algo, precisamos, primeiro estabelecer um “recorte”, ou seja, precisamos *delimitar* antes de *definir* aquilo que pretendemos entender, estabelecer alguns limites. Até porque, definições podem variar muito, dependendo dos partidos adotados e caminhos escolhidos por aquele que define, revelando opções conceituais de natureza ideológica, filosófica, metodológica, instrumental etc., de modo que nenhuma definição estará a salvo de contestação e, assim pretendemos deixar claro que não temos a intenção de sermos absolutos em nosso exercício ensaístico.

Voltando à metodologia proposta por Gustavo Bomfim, o autor diz que podemos definir (ou “entender melhor”)

qualquer objeto de pesquisa (conceitual ou material) se o examinarmos por quatro pontos de vista:

1. Etimológico: partindo do dicionário, fazendo investigação acerca da origem e evolução dos termos e conceitos, sua assimilação por um (ou vários) grupos e sua apropriação, através dos discursos;
2. Histórico: referentes à cronologia dos fatos e suas circunstâncias, mapeando o “desenrolar” desse objeto de investigação ao longo do tempo, em determinados espaços;
3. Formal: investigando como o objeto é/foi “formalizado” através dos discursos dos autores, acadêmicos, professores, profissionais, instituições (escolas, associações de classe, órgãos governamentais etc.), periódicos comumente aceitos, discursos que são tidos como “referência” acerca do objeto investigado;
4. Processual: investigação sobre os principais fatores e, principalmente, as “relações” que podem caracterizar um conceito, dentro de um contexto definido; i.e., mapear os processos necessários para a existência desse objeto, ou seja, como ele é feito (produzido), como ele “existe” (usos) e, também, quais os conhecimentos necessários (saberes) para a sua produção e/ou utilização.

Exemplificando –e aplicando– o método investigativo proposto, se quisermos entender o que é “design”, começaríamos, a partir de um recorte, por: 1. buscar o significado do termo, indo até o momento em que a palavra é incorporada pelo dicionário, sua evolução de significados no uso comum e, concluindo a 1ª etapa, entendendo como o termo é utilizado hoje em dia dentro do contexto investigado (por exemplo, como o senso comum entende e utiliza a palavra em Buenos Aires, Argentina, hoje – ou no Brasil, na Itália, na Inglaterra, nos EUA etc.); 2. olhar, na história, onde e quando este “objeto” –o design, no nosso exemplo– surgiu e como se desenvolveu ao longo do tempo e nos espaços de interesse para a investigação; 3. levantar alguns discursos comumente aceitos sobre o objeto em estudo, a fim de explicitar as ideologias por trás destes enunciados –que poderiam ser, no caso do design, o “mito” fundador do campo (o “pioneirismo” do design modernista, segundo o historiador Nikolaus Pevsner), as “definições” enunciadas por associações de classe reconhecidas, como a *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID), ou pelas Universidades, revistas científicas, documentos governamentais etc.; e 4. se o nosso recorte for “design de produtos - bicicletas”, por exemplo, investigaríamos os processos de criação, produção e de utilização da bicicleta, bem como aquilo que um designer precisa saber para projetar esse produto e/ou as informações necessárias para que um usuário saia pedalando a sua “magrela”.

Fazemos uma ressalva: entendemos que essa divisão em 4 etapas possui função didática e que, geralmente, ao longo do processo investigativo elas se entrelaçam, se confundem e, algumas vezes, se contradizem. Por este motivo decidimos organizar o conteúdo sobre conceito “estilo” em duas partes: etimológico/histórico e formal/processual. A abordagem da primeira etapa com uma visão panorâmica e na segunda parte com o foco nas questões que interessam ao campo do design.

Parte 1: Etimológico/Histórico, do *stylus* ao “estilo de...”: de volta ao começo

Estilo é a diferença entre aquele que dá vida às palavras, aos trajes, aos quadros, e aquele que cria as palavras, trajes e quadros sem dar-lhes vida.
(Sônia Rykiel)

No *Dicionário de Comunicação* encontramos como definição de estilo: “aspecto formal de uma obra artística, levando-se em conta o tratamento dispensado ao código e tendo em vista determinados padrões estéticos” (Barbosa, 2001, p. 286). Tais padrões são melhor explicados no *Dicionário Michaelis* (online) onde encontramos diversas definições para o termo “estilo”, que vão desde “feição especial, caráter de uma produção artística de certa época ou certo povo” ao “hábito, prática, praxe, costume”, passando por “maneira especial de exprimir os pensamentos, falando ou escrevendo, maneira de dizer, escrever, compor, pintar ou de esculpir de cada um”, “conjunto de traços que identificam determinada manifestação cultural”, até “tipo de face, fonte, tamanho de ponto, cor, espaçamento e margens do texto num documento formatado”, “espécie, gênero” e “elegância no vestir”.

Dentre as acepções também encontradas no *Dicionário Michaelis*, as seguintes são as que mais nos interessam para essa investigação: “conjunto de tendências e características formais, contedísticas, estéticas etc. que identificam ou distinguem uma obra, um artista etc., ou determinado período ou movimento” e “conjunto de tendências, gostos, modos de comportamento característicos de um indivíduo ou grupo”, uma vez que assumem esses sentidos, nos discursos e usos comuns dos estudantes, professores e profissionais de design, dentro do nosso recorte: algumas vezes acontecendo por eleição do indivíduo (artista, designer ou o sujeito para quem projetamos), enquanto em outras são impostas pela influência coercitiva de leis, regras, costumes ou circunstâncias. Originada do latim, a etimologia da palavra “estilo” mostra que o termo vem de *stilus* (estilete), palavra derivada do grego *stizlin*, significando, de acordo com o filósofo Evaldo Pauli (1997), “fazer um sinal com instrumento agudo”. O mesmo autor escreveu vários livros sobre Estética e Teoria da Arte também aponta que os gregos também usavam essa palavra significando *método*, quando se referiam aos modos de “se expressar, agir e fazer” de um indivíduo. Pauli também afirma que de *stizlin* também deriva o termo grego para *caligrafia*, ou “maneira bela de escrever”. O professor de história da moda João Braga nos informa que o *stilus* era, na Roma Antiga, um objeto pontiagudo usado para escrever sobre superfícies enceradas, instrumento semelhante à atual caneta –daí entendemos porque “caneta” é “*stylo*” em francês– sendo o *stilus*, nessa acepção, entendido como “um prolongamento do braço e da própria mão, dando-nos assim a ideia de uma total subjetividade, pois nada é mais pessoal do que a letra de uma pessoa, e mais pessoal ainda a sua própria assinatura” (Braga, 2014, p. 96).

O termo vai ser incorporado pela Teoria da Arte no século XVII, conforme nos conta a pesquisadora brasileira Flávia

Tronca, mestre em Estética pela PUC-RS, significando a “cristalização da forma expressiva própria de determinado sujeito” (Tronca, 2008, p. 61). Mas é com o historiador da arte austríaco Alois Riegl (1858-1905) que, em seus livros *Questões de Estilo* (1893) e *A indústria artística do Império Romano tardio segundo as descobertas no Império Austro-húngaro* (1901), que o termo estilo é associado a uma “vontade artística ou formativa”, individual ou coletiva, que explicaria mudanças nas expressões artísticas e desenvolvimentos históricos e regionais, desenvolvendo a tese de que cada época teria um estilo próprio (Itaú Cultural, 2016).

Tal tese se opôs às teorias vigentes que entendiam e difundiam a História da Arte como sendo o resultado de um revezamento contínuo de expressões artísticas, em ciclos de apogeu e declínio. Assim, Riegl propunha algo novo para a Filosofia da Arte, ao demonstrar, no seu estudo estético comparativo das expressões artísticas Renascentistas e Barrocas, que estas eram “estilos” diversos, por possuírem atributos e “vontade artística” diferenciados, não sendo um a consequência do outro, muito menos um a causa do declínio do outro.

Nesse sentido, a doutora em História e Fundamentos da Arquitetura (USP-SP), Claudia dos Reis e Cunha afirma, na sua tese de doutoramento, que:

Para o historiador, a ideia de evolução, surgida na metade do século XIX, confere direito de existência histórica a toda e qualquer corrente artística [...] rompendo, dessa forma com as concepções dogmáticas que apresentavam a sucessão dos estilos artísticos como uma alternância entre florescências e decadências. Nesse sentido, deve-se sublinhar que não existe para Riegl um valor artístico absoluto, mas apenas um valor relativo [...] (Cunha, 2006, p. 8).

Desdobrando as pesquisas de Riegl, o historiador da arte suíço Heinrich Wölfflin (1864-1945) em seu estudo *Conceitos Fundamentais da História da Arte* (1915) recupera a obra de Riegl e “identifica” elementos estéticos, constitutivos da linguagem visual dos estilos artísticos, que poderiam ser analisados sempre a partir de “dois estilos gerais e permanentes na História da Arte”, o clássico e o anticlássico (Itaú Cultural, 2016). Estes se dividem em apenas cinco pares conceituais: linear e pictórico; plano e profundidade; forma fechada e forma aberta; pluralidade e unidade; clareza e obscuridade.

Tal enunciado movimentou a Teoria Estética ao longo do século XX, estimulando uma série de revisões e de novos trabalhos de investigações estilísticas. Entre elas destacamos a realizada pelo filósofo italiano Luigi Pareyson (1918-1991), pouco estudado no Brasil, mas bem aceito no seu continente de origem, que, no seu livro publicado em 1966, *Teoria da Formatividade*, propõe que o estilo seria a “síntese da espiritualidade, humanidade e experiência de um sujeito que criou, ele próprio, um modo particular, que só pode ser seu, aproximando-o de um modo próprio de formar, personalíssimo, desenvolvido por alguém ao executar uma obra” (Pareyson in Tronca, 2008). Porém, completa o autor, apesar de ser único, o estilo teria pontos de contato com as “expressões cristalizadas” da História da Arte, seja de épocas passadas ou

de outros artistas, apesar de ser, ao mesmo tempo, marca de identidade pessoal.

Assim, Pareyson propõe uma nova distinção para os estudos da Teoria Estética, considerada extremamente importante para entendermos a Arte Moderna e, mais ainda, a Contemporânea: a Estética “dividiria” seu campo com a *Poética* (equivalente à *práxis*, no campo do Design), onde a primeira ficaria com os estudos da estrutura da experiência artística (sobretudo a percepção e a fruição das obras de arte), enquanto a “nova categoria”, a *Poética*, assumiria o caráter programático dos estilos artísticos, ou seja, cuidaria das normas e das questões canônicas daqueles estilos que alcançam status de reconhecimento. Esclarecendo melhor esse ponto, a Dra. Maria Helena Nery Garcez, Professora Titular de Literatura Portuguesa da FFLCH-USP, em texto publicado no ano de 2011:

Se a estética é especulativa, filosófica, a poética, pelo contrário, não define normas para o artista nem critérios para o crítico. Quando, eventualmente, a estética fala de leis e de critérios, eles não são prescritos por ela, mas por ela encontrados na própria experiência da arte (Garcez, 2011).

Desse modo que, nesse ponto do processo “evolutivo” da compreensão do estilo, o mesmo recupera lá da sua origem, enquanto “caligrafia” (a “escrita pessoal”) o caráter de identidade –como é o caso da letra de cada um e da sua assinatura (Braga, 2008).

Tal proposição vai de encontro ao que postulou o sociólogo russo Pitirim Sorokin (1889-1968), ao propor a sua “teoria cíclica e não evolucionista das transformações mentais” afirmando que “diferentes estilos artísticos demonstram diferentes maneiras de se relacionar com o real” (Sorokin in Boudon, 1995, p. 203). Entendendo que na pós-modernidade, o ser humano geralmente é visto através da complexidade, inerente ao nosso tempo –onde a realidade pode ser múltipla (como nos mundos virtuais), as identidades são construídas através de “um contínuo fazer-se, compondo ‘sínteses provisórias’, renovando-se constantemente a partir de muitos outros. (...) São sujeitos que rompem com a lógica estética estabelecida, fazem quase que uma contra-comunicação” (Tronca, 2008, p. 68). É nesse cenário que os “estilos” tornam-se espaços possíveis de ser construídos, seja enquanto “estilo pessoal”, aquilo que nos individualiza, diferencia da multidão (tornando-nos seres especiais), seja enquanto “estilos de vida”, modelos (cânones?) que adotamos para sermos reconhecidos como “parte de um todo”, como pertencentes (ou aspirantes) a um grupo social. Concluindo essa parte, reforçamos que estilos são *codificados* e, como lembra o filósofo alemão Vilém Flusser (2007, p. 90): “após aprendermos um código [e incorporamos o mesmo], tendemos a esquecer a sua artificialidade”. E, já antecipando o nosso próximo elemento de análise –a relação entre estilo e design– encerramos esse passeio histórico-etimológico sobre o termo estilo com as palavras de Flusser:

A questão ‘abrasadora’ é, portanto, a seguinte: antigamente (desde Platão, ou mesmo antes dele) o que importava era configurar a matéria existente para tor-

na-la visível [ou seja, seguindo cânones estilísticos, a configuração da matéria seria “reconhecida”], mas agora o que está em jogo é preencher com matéria uma torrente de formas [da nossa condição pós-moderna] (...) com a finalidade de ‘materializar’ essas formas. Antigamente, o que estava em causa era a ordenação formal do mundo aparente da matéria, mas agora o que importa é tornar aparente um mundo altamente codificado em números, um mundo de formas que se multiplicam incontrolavelmente. Antes o objetivo era formalizar o mundo existente; hoje, o objetivo é aceitar as formas projetadas para criar mundos alternativos. Isso é o que se entende por “cultura imaterial”, mas deveria na verdade se chamar “cultura materializadora” (Flusser, 2007, p. 31).

Ou seja, como apontamos no título dessa sessão, atestamos “um retorno ao começo”, ao investigar etimológica e historicamente o termo estilo: se na origem, *stylus* era reconhecido como o jeito particular de escrever de cada um, a individualidade “múltipla” do contemporâneo nos possibilita sermos reconhecidos pelo nosso “estilo”, ou nos direciona/condiciona a um “estilo de vida”.

Parte 2: Formal/Processual, para o campo do design

O século XX e as considerações sobre estilo

Aqui nos dedicamos, primeiramente, a investigar como o termo estilo foi “formalizado”, ou seja, como foi “validado” através de discursos tomados por verdadeiros, com interesse no campo do design. Para isso nos apoiamos em alguns momentos nos quais o termo “estilo” foi empregado, “nomeando” uma série de expressões estéticas, com características comuns, demonstrando sob quais circunstâncias isso se deu. Em seguida, apresentamos a descrição das etapas de criação ou desenvolvimento de projetos em design e comparamos as três áreas principais de atuação: comunicação visual, projeto de produto e de moda. Dessa forma, buscamos encontrar o emprego do termo na fase processual.

De *Stijl*

Conhecido também como Neoplasticismo, o movimento, teve seu auge em 1921 e 1925, e dentre os seus maiores expoentes estiveram Piet Mondrian e Theo Van Doesburg. Este último foi professor na escola Bauhaus e assim pode disseminar o estilo entre seus pares. Foi um movimento extremamente idealista, que junto com o Futurismo, o Cubismo e o Construtivismo se autodenominava de vanguarda no início do século XX. Seu nome, “ao pé da letra”, *The Stijl*, significa “O Estilo”, em holandês, o que passa certa noção pretensiosa que se busca compreender em paralelo com a ideia um tanto *naif* da época de se buscar o ideal estético que fosse o mais adequado à produção mecanizada (Cardoso, 2008, p. 126-135).

Styling

Nos anos 1930, sobretudo nos EUA, desenvolveu-se um repertório estético aplicado às características formais dos produtos que se convencionou chamar de *streamlining*. “As formas aero e hidrodinâmicas do *Streamlining* provêm da observação da adaptação eficaz de animais aéreos (voadores) e aquáticos (nadadores) aos seus respectivos meios” (Lima; Lessa, 2008, p. 114). Na prática, as formas aerodinâmicas de trens, carros e aviões, consistia em arredondar cantos, alongar as formas e, sobretudo, aplicar nervuras ou linhas horizontais, para remeter à velocidade e ao movimento. Este recurso se aplicou à inúmeros objetos e recebeu críticas contrárias a ele por se preocupar em “embelezar” a aparência dos objetos para promover as vendas que ficou conhecido como *styling*:

O termo *styling*, ou estilização tem sido aplicado de maneira sistemática e quase sempre pejorativa aos trabalhos de uma série de designers americanos que se notabilizaram nas décadas de 1930 e 1940, dentre os quais cabe destacar não apenas Loewy, como também Harold Van Doren, Henry Dreyfuss, Norman Bell Gueddes e Walter Dorwin Teague. Acusados de praticar um tipo de design que consiste em dar a qualquer objeto um tratamento superficial de reformulação estética –ou seja, de reduzir o design a uma questão de projetar novas embalagens para velhos produtos (Cardoso, 2008, p. 146).

Para os críticos ligados ao modernismo e ao funcionalismo, produtos, como rádios, canetas, e geladeiras não precisariam destas variações formais. Estes não levavam em consideração que o arredondamento de arestas podia ser um requisito da moldagem do tipo de plástico empregado. E o mais importante, não consideravam que “é preciso lembrar que a capacidade de evocar idéias também faz parte de qualquer proposta de design: ou seja, as funções de um objeto não podem ser reduzidas ao seu funcionamento” (Cardoso, 2008, p. 146).

Assim, o recurso do *styling* ganha uma conotação pejorativa, como algo dispensável. No entanto, logo os empresários perceberam que os produtos de *streamlining* obtiveram ótimo êxito comercial.

Estilo Internacional

Assim como o De *Stijl*, o Estilo Internacional foi um movimento idealista. Desde os anos 1920, arquitetos e designers vinham buscando encontrar “soluções formais internacionais” (Cardoso, 2004, p. 168). Eles pretendiam substituir as formas vernaculares, locais, por formas universais:

[...] segundo o qual, o processo de configuração de objetos utilitários da arquitetura e do design deveria ser guiado exclusivamente pela razão e, como a razão seria única, universal, um objeto criado para cidadãos americanos seria também adequado para povos da África. Este princípio da “boa forma”, contudo, mais que promover a democratização do acesso a bens materiais, aniquilou culturas autóctones e desrespeitou valores de comunidades (Bomfim, 2001, p. 32).

No campo do design gráfico ele se manifestou na “Escola Suíça”, cuja sobriedade se manifestou com a adoção definitiva do *grid* para a diagramação de projetos dos designers como Josej Müller-Brockmann, Emil Ruder e Max Bill.

O movimento estava em sintonia com o pensamento comunista e coletivista do período e seus agentes acreditavam que poderiam encontrar formas universais e assim diminuir as desigualdades sociais. Por outro lado, as grandes corporações, principalmente as norte americanas, viram nesse estilo a oportunidade de expandir seus mercados, já que as formas universais facilitavam a comunicação entre nações.

Tal fatos rompeu com a ideologia de que ao se obter um projeto bonito, adequado e de baixo custo não haveria porque produzir variações destes produtos.

De *Stijl* era a favor da experimentação de formas, enquanto o *Styling* foi visto como uma estratégia de trabalhar a superfície dos objetos para alavancar as vendas dos Estados Unidos. Ambos colaboram para o entendimento do estilo pelo senso-comum, como sendo somente algo fútil, principalmente pelos designers que têm o pensamento nos ideais modernistas e funcionalistas, atrelando aos estilos apenas a colaboração para aceleração dos ciclos de moda gerando a ideia de “obsolescência estilística”. Neste sentido, é possível reconhecer que há uma série de casos em que a figura do designer é fundamental no processo criativo para atender às necessidades do usuário/cliente, mas nem sempre é assim, principalmente no design de moda. Muitas vezes não há uma questão a ser resolvida, somente um desejo a ser fomentado que é consumido pelo público com a finalidade de se sentir único e ao mesmo tempo, na moda, como reforça Dalla Junior no que tange à criação de coleções, que é o *metiér* do designer de moda:

A coleção passou a caracterizar a forma que proporciona um jogo entre a diferenciação individual e a relação de pertencimento à última moda. No caso do mundo do vestuário, todas as roupas são diferentes entre si devido às suas especificidades de função, incluindo aí aquelas que denominamos estéticas (Rosa Junior, 2012, p. 69).

Percebemos, no entanto, que há ainda hoje, entraves para o entendimento do trabalho do designer de moda por parte das demais áreas do design justamente pelas especificidades estéticas. Isto porque o designer de moda é um nome recente para a profissão conhecida até pouco tempo como estilista. Atualmente, os designers com habilitação em moda trabalham nos mais variados setores, não somente na criação. Como grande parte da produção é terceirizada, há a necessidade de intermediadores para as negociações. Mas a atuação que nos interessa para este trabalho é a somente dos designers que trabalham nos setores de criação.

Comparando as áreas de atuação dos designers nos setores de criação, nos deparamos com o seguinte. Para uma peça impressa editorial e/ou gráfica, o designer inicia o desenvolvimento com o projeto gráfico, ele pode ter o auxílio de técnicos no tratamento de imagens para o fechamento dos arquivos para serem encaminhados para

a impressão. Na próxima etapa é necessária a atuação dos produtores gráficos para ajustes e acompanhamento das especificações de produção e dos técnicos de impressão e acabamento.

Os designers que trabalham criação de sites, aplicativos e interfaces em geral para as mídias digitais em determinado momento do processo demandam a atuação dos programadores.

Os designers de moda, que criam peças de vestuário ou acessórios, após desenhar o produto, passam para a modelista que vai transpor estes desenhos para os moldes a partir dos quais serão confeccionadas as peças-piloto. Nesta etapa o técnico têxtil atua analisando e solucionando acabamentos e adequação das matérias primas empregadas. Com a aprovação da peça piloto inicia a etapa de produção, acompanhadas pelo técnico ou gerente de produção que vão garantir a qualidade de produção. (Toby, 2010, p. 62). Podemos observar etapas similares no projeto de outras categorias de produtos.

Gui Bonsiepe se ressentia que nos países da periferia, Brasil sendo um deles: as pessoas só vislumbrem, no “desenhista industrial” –antiga expressão brasileira para denominar designers de produto–, um profissional criativo ligado às questões de estilo do produto, fomentando um consumo desenfreado (Bonsiepe, 1983, p. 61). Bonsiepe considera, por exemplo, os possíveis diferentes formatos de bolsos aplicados em uma peça de vestuário somente como um veículo para expor a marca e comenta:

Exemplo de técnicas de estética de mercadoria em estado puro: produtos (nesse caso jeans) com valor de uso praticamente idêntico estão submetidos a uma diferenciação marginal. Aqui o design serve como “tatuagem” para um tratamento epidérmico. O acessório (bolsa) funciona como veículo para expor a griffe do “criador” no exterior, surgindo daí uma forma totalmente absurda de transferência tecnológica: a transferência de pseudotecnologia. As marcas, como pseudotecnologia, servem como pretexto “legal” para transferir divisas ao exterior para pagamento de mercadorias fictícias (Bonsiepe, 1983, p. 185, tradução nossa).

Fica patente que Bonsiepe não pactua com as questões de mercado que a moda vivencia a cada estação pelo designer de moda, como o estilo. Para ele, estilo no “contexto do desenho industrial, trata-se de um conceito com pouco valor hermenêutico” (Bonsiepe, 1983, p. 192). Isto é, sem validade para o que considera a atuação do profissional. No mesmo livro ele elabora uma série de definições e design de moda não foi uma delas. O que seria mais próximo do design de moda é o design têxtil, e, há uma imagem de um projeto de criação de estampa do designer brasileiro Gaspar Saldanha como exemplo “de sensibilidade para fenômenos naturais e sua transposição ao ‘mundo dos artefatos’ (no sentido antropológico)” (Bonsiepe, 1983, p. 173). Curioso ressaltar que Gaspar Saldanha, designer formado pela ESDI em 1973, se destacou como estilista (designer de moda) internacional, principalmente nos Estados Unidos, nos anos 1990. É importante reparar como Bonsiepe se refere à inspiração como “sensibilidade”. Compreender o contexto do autor, que foi professor da Escola de Ulm na Alemanha pós Segunda Guerra

Mundial, é fundamental para entender porque carrega a bandeira do funcionalismo em detrimento ao *styling*. Influente autor de diversos e recentes livros sobre design com destaque para suas considerações sobre os países periféricos, principalmente os da América do Sul, onde reside. Além de já ter sido professor na ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial), no Rio de Janeiro. Neste sentido, olhando sob sua ótica é possível compreender porque muitos designers não consideram o designer de moda como sendo um designer, mesmo sabendo que este texto tenha sido escrito nos anos 1980.

Por outro lado, o pesquisador Rudney Kopp cunha o termo “design cambiante” (seria isso??) a partir de suas observações no design gráfico. E, em 2004, publica um livro registrando os novos tempos e o crescimento do consumismo de “uma sociedade permeada pelo efêmero, instantâneo, transitório, flexível, plural, sincrético, superficial, mutável, cambiante, fluido [fazendo uma citação ao filósofo Bauman]” (Kopp, 2004, p. 126). Como o designer vive para atender às questões da sociedade, se a sociedade muda, o designer muda também. Desta forma, pode-se concluir que o termo cambiante pode ser aplicado ao designer de moda.

O estilo também é aceito por Mike Baxter, que reserva um capítulo para comentar sobre o conceito em relação ao design de produto, fazendo uma relação com a percepção visual e as regras da Gestalt. Ele explica ainda que há quatro formas de atrair um consumidor ao produto: atração daquilo que já é conhecido, atração semântica (parecer bom), atração simbólica (ajudar na construção da autoimagem) e, por fim, atração intrínseca da forma visual (estética) (Baxter, 2012, pp. 47-80). O que Baxter discorre está de acordo com o que é defendido por Rosa Júnior (2012, p. 69) que defende o posicionamento do indivíduo que busca sua própria identidade ao mesmo tempo em que quer ser identificado como parte de um grupo de indivíduos. O filósofo francês Gilles Lipovetsky já assume de vez o caráter estilístico, definindo como “charmoso” quando afirma que:

Com a incorporação sistemática da dimensão estética na elaboração dos produtos industriais, a expansão da forma moda encontra seu ponto de realização final. Estética industrial, design, o mundo dos objetos está doravante inteiramente sob o jugo do estilismo e do imperativo do charme das aparências (Lipovetsky, 1989, p. 164).

Como o principal *métier* do designer de moda é a criação de coleções de vestuário planejadas em forma de conjunto. A seguir, será feita uma reflexão sobre as variáveis do design de moda.

Design, Moda, Estilo, Estilismo e Estilo de Vida

Até este ponto da nossa reflexão, demonstramos que o conceito da palavra estilo pode ser diretamente relacionado, por um lado, a características pessoais –portanto subjetivas– ou a expressões coletivas, que são convenções –logo, apreendidas de modo objetivo.

Na primeira acepção, como pontua Braga (2008), refere-se a uma “visão de mundo própria”, i. e., uma interpretação

peçoal”. Porém, ao ser (re)conhecida –e aceita por um número cada vez maior de pessoas–, pode tornar-se o estilo de uma época, ou seja, “algo que vai datar o tempo e tornar-se identidade material, identidade estética e, por extensão, identidade cultural de determinado intervalo de tempo, de um povo específico ou até mesmo de uma maneira mais ampla, tornando-se referência cultural específica” (Idem, p. 38).

Mas é na virada para o século XX que o conceito de “estilo de vida” foi desenvolvido por dois sociólogos alemães –Georg Simmel e Max Weber– a partir da noção de “estetização da vida”: Simmel, pioneiro no uso da expressão “estilo de vida”, o fez tomando emprestada do campo da Filosofia da Arte a expressão “estilo do domínio da arte”, deu ênfase à “dimensão estética da vida” que, segundo ele, se desenvolvia, associado ao modo de vida urbano pós Revolução Industrial, ou seja, ao capitalismo, à cidade moderna e ao individualismo. Para muitos autores, esse também é o momento fundador do conceito de “individualismo” e “subjetividade” para o campo da Sociologia (Rybczynski, 1996. p. 98)

Já Weber ultrapassa Simmel e associa estilos de vida a “grupos de status”, partindo do seu comportamento de consumo (a expressão é contemporânea, mas efetivamente foi isso que ele fez), dizendo que:

Poder-se-ia, numa simplificação porventura excessiva, dizer que as ‘classes’ se organizam segundo as relações de produção e de aquisição de bens, e os status segundo os princípios do seu consumo de bens sob as diversas formas específicas do seu ‘estilo de vida’ (Weber *in* Lemos, 2012).

Mas, independentemente do estilo ser marca da subjetividade individual ou da necessidade humana de ser parte de um todo (como apontou o psicólogo americano Abraham Maslow, na sua “Teoria das Necessidades”), e apesar das 2 guerras mundiais, a figura do “modista”, sinônimo de “criador” na moda, se consolida. Desde o pioneiro Charles Frederick Worth, Elsa Schiaparelli, passando por Gabrielle Chanel e sendo mitificado por Christian Dior, a moda assume o “estilo” como forma de expressão e transforma criadores em sinônimo bom gosto. E seguindo com o rumo da História (com H maiúsculo), Castellani nos conta que, a partir de 1960, a agora “indústria” da moda apresenta uma nova geração de costureiros: os “estilistas” –expressão criada para identificar os “novos criadores de moda”, profissional que:

(...) faz algo com maneira peculiar de expressão, em qualquer arte. Na moda, chama-se de estilista o profissional que procura, estuda e adapta soluções criativas para as peças de vestuário e acessórios com um estilo próprio ou com o estilo da empresa para a qual trabalha (Castellani, 2003, p. 325).

Dai por diante, como afirma Aguiar (2003), em alguns momentos, moda e estilo constroem-se com os mesmos elementos (roupas e acessórios), mas de modo paradoxal: “enquanto a primeira segue os ditames de um discurso “de autoridade”, o segundo caracteriza-se por ser um “discurso de autoridade”; enquanto a moda é ditada

para um grupo, o estilo é edificado para a visibilidade de um sujeito no seu espaço social” (Aguiar, 2003. p. 125). Assim, seja “propondo estilos” para todos –tendências–, seja criando “estilos pessoais” –*personal stylist*– o designer de moda passeia por esses conceitos e possibilidades de construção de identidades. Porém, assumir o estilo como algo inerente à sua prática profissional, só é “natural” para os designers que atuam nesse segmento. E aqui vale um “em tempo”: se voltarmos à nossa metodologia de investigação de conceitos e observarmos como são nomeados os departamentos criativos dos escritórios de design, no Brasil, somente as empresas de moda “assinam” a sua *práxis* como setor/departamento de Estilo. Nas demais modalidades –Gráfico, Produto, e outras que não contemplamos nesse artigo, mas que adotam a mesma estrutura departamental– quem projeta é o “departamento de criação”.

Conclusão

O interesse pelo estudo nasceu da hipótese de que a assimilação e utilização deste conceito seria determinante para a compreensão do discurso produzido sobre cada uma destas três atuações do designer. Estima-se que o assunto seja de interesse para alunos e profissionais de design, tanto no ponto de vista repertorial, enquanto reflexão sobre “estilo”, no sentido Estético, advindo da História da Arte, quanto sobre o seu uso cotidiano, quanto na *práxis*, onde a palavra é praticamente sinônimo de “identidade”, de forma que designers estejam aptos a decidir como devem empregar a palavra no dia a dia.

Iniciamos esse ensaio afirmando que, geralmente, nós designers aprendemos nos bancos das universidades que estilo é quase um adjetivo de artistas, obras de arte ou períodos históricos, sendo praticamente sinônimos, no campo das Artes, de uma série de outros termos. Porém, dada a extensão do tema e a profundidade em que mergulhamos para definir estilo, deixaremos para trabalhos posteriores a conceituação das outras palavras, até porque elas merecem o mesmo cuidado –e carinho– e tempo que dedicamos ao estilo.

Mas, para deixar um “gosto na boca” dos que nos leram até aqui, seguem os conceitos iniciais, nossos “pontos de partida”:

- Escola: só “surge”, na verdade, quando um indivíduo ou um grupo “desenvolve um conjunto de ideias ou técnicas, que passam a influenciar as linguagens, alterando o modo de expressão das gerações futuras” (Itaú Cultural, 2016);
- Movimento: “é caracterizado por ideias comuns, data de criação, local, participantes e, em alguns casos, pela presença de um manifesto.” (idem);
- Período: entendido como o espaço de tempo em que determinadas características de linguagem predominam” (ibidem). e
- Tendências: no campo das Artes, são estabelecidas, dentro de um *período*, passando a ser chamadas de *estilos* ou *escolas*, mas, também, conceito essencial para entendermos o Sistema da Moda onde, segundo Caldas (2004, p. 22):

Do latim *tendentia*, cujo significado abrange tender para, as tendências nada mais são que direcionamentos possíveis para um determinado tempo póstumo. Neste sentido, as tendências funcionam como um espelho do futuro da contemporaneidade. O conceito de tendência que se generalizou na sociedade contemporânea foi construído com base nas ideias de movimento, mudança, representação de futuro, evolução, e sobre critérios quantitativos.

Desse modo, seja Estilo, Movimento, Escola, Período... ou o termo que escolhermos para falar sobre características identitárias que particularizem ou universalizem questões Estéticas, todas são palavras recorrentes no cotidiano de estudantes e profissionais de Design, sendo utilizadas para expressar/comunicar práticas comuns, repertórios compartilhados ou simples fragmentos, que coletamos para tecer parte do tecido que compõe o imaginário no nosso campo. Mapear esses conceitos, localizando-os no tempo e no espaço foi uma tarefa árdua, porém muito enriquecedora para nós, autores desse ensaio.

Lista de Referências

- Aguiar, T. (2003). *Personal Stylist: guia para consultores de imagem*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- Barbosa, G. (2001). *Dicionário de Comunicação* (2a ed.). Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- Benazzi, J. R.; Estarque, M.; Queiroz, M. e Vieira, T. (2010). *Design Estratégico* (1ª ed.). Brasil: SENAI CETIQT.
- Bomfim, G. (1998). *Introdução a História do Design: uma abordagem Estética*. Campina Grande: UFPE.
- _____. (2001). *Notas de Aula sobre Design e Estética*. Rio de Janeiro: PUC-Rio.
- Bonsiepe, G. (1983). *A tecnologia da tecnologia*. São Paulo: Edgard Blücher.
- Boudon, R. (1995). *Tratado de Sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Braga, J. (2014). Estilo e Moda. *Revista dObras*, v. 7, n. 16. São Paulo: Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda (ABEPEM).
- Caldas, D. (2004). *Observatório de Sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências*. Rio de Janeiro: Senac.
- Cardoso, R. (2004). *Uma Introdução a História do Design*. São Paulo: Edgard Blücher.
- Cunha, C. dos R. (2006). *Revista CPC*. São Paulo, v.1, n.2, p.6-16, maio/out.
- Dicionário Michaelis Online. (2016). Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=estilo>>. Acesso em: abr. 2016.
- Dempsey, A. (2003). *Estilos, escolas & movimentos*. São Paulo: Cosac Naify.
- Ferris, S. (2002). *Por dentro da moda*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Flusser, V. (2007). *O Mundo Codificado: por uma Filosofia do Design e da Comunicação*. São Paulo: Cosac Naif.
- Frings, G. S. (2012). *Moda: do conceito ao consumidor*. 9. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Garcez, M. H. Nery. (2011). A estética de Luigi Pareyson: alguns princípios fundamentais e alguma aplicação da articulista”. *Teresa - Revista de Literatura Brasileira e Via Atlântica*. São Paulo: Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.
- Gerstner, K. (1979). *Diseñar programas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Guillaume, E. (2005). *Vítimas da moda?: como a criamos, por que a seguimos*. São Paulo: Senac.
- Itaú Cultural. (2016). Enciclopédia de artes visuais. Disponível em: <http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/>. Acesso: abr. 2016.
- Kopp, R. (2004). *Design gráfico cambiante*. 2. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- Lemos, M. R. (2012). *Estratificação social na teoria de max weber: considerações em torno do tema*. Disponível em: <https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/939564/mod_resource/content/1/weber1.pdf>. Acesso: abr. 2016.
- Lima, G. C. e Lessa, G. Streamlining: a estética da velocidade. In *Textos Selecionados de Design 2*. 1. ed. Rio de Janeiro: PPD ESDI UERJ, 2008. v. 1. p. 111-142.
- Meadows, T. (2010). *Como montar e gerenciar uma marca de moda*. Porto Alegre: Bookman.
- Monteiro, G. P. e Queiroz, M. (2013). Handstorm: uma prática para o design de moda. *Revista Design, Inovação e Gestão Estratégica - REDIGE*, v. 4.
- _____. (2012). Pensando sobre coleção. In: Flávio Sabrá. (Org.). *Inovação, estudos e pesquisas: reflexões para o universo têxtil e de confecção*. 1ed. Rio de Janeiro, São Paulo: SENAI/CETIQT, Estação das Letras e Cores, v. 3, p. 97-106.
- _____. (2010). Metaprojeto como modelo projetual. *Strategic Design Research Journal*, 3(2): 62-68 maio-agosto 2010. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/view/4788/2042>.
- Pareyson, Luigi. (1993). Teoria da formatividade. Petrópolis: Vozes.
- Pauli, E. (1997). Enciclopédia Simpozio. Disponível em: <<https://sites.google.com/site/filosofiapopular/home-1>>. Acesso em: abr. 2016.
- Rosa Junior, J. D. (2012). Design e memória: a economia simbólica da produção de Ronaldo Fraga; orientador: Alberto Cipiniuk. 2012. Dissertação (mestrado). Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - Departamento de Artes e Design.
- Rybczynski, W., & von Staa, B. (1996). *Casa: pequena história de uma ideia*. Rio de Janeiro: Record.
- Tronca, F. Z. (2008). O estilo enquanto lógica de identificação: elo entre as características expressivas complexas que se coadunam no trânsito do processo histórico e a manifestação expressiva particular e singular de um indivíduo. E-periódico Moda Palavra Ano 1: 60-68.
- Resumen:** Este trabajo pretende mapear los conceptos y definiciones del término estilo y su uso en el campo del diseño, se organiza en dos partes. La primera presenta un enfoque etimológico/histórico. El segundo formal/procesal propone una reflexión desde el punto de vista de los autores que son referencia sobre el uso de la palabra, especialmente en el campo de los discursos de diseño. En este enfoque nos centramos en tres de los más populares –y “pioneros”– actuaciones de lo diseñador profesional: diseño de producto, diseño gráfico y de moda.
- Palabras clave:** Diseño - Estilo - Proyecto - Producto - Diseño gráfico - Diseño de moda - Estética.
- Abstract:** This work seeks to map concepts and definitions of the term style and its use in the design field, and it is organized in two parts. The first one presents a etymological/historical approach. The second, a formal/procedural, proposes a reflection from the point of view of authors who are reference about the use of the word, especially in the design field speeches. In this approach we focus on three of the most popular –and “pioneers”– professional designer performances: product design, graphic design and fashion design.

Keywords: Design - Style - Project - Graphic design - Fashion design - Aesthetics.

(*) **Gisela Monteiro.** Mestre em Design na linha de História do Design Brasileiro pela ESDI/UERJ. Graduada pela mesma instituição com habilitação para Programação Visual e Projeto de Produto. Técnica em Design Gráfico pelo SENAI Artes Gráficas do Rio de Janeiro. Tem experiência na área de Desenho Industrial, com ênfase em Programação Visual, atuando principalmente em projetos gráficos (identidade visual, design gráfico, design editorial, sinalização, uniformes e ilustração). Atualmente é professora de Design do Bacharelado em Design de Moda e Design de Superfície no SENAI-CETIQT e professora da Graduação Tecnológica em Design Gráfico do SENAC-Rio. **MsC. Sérgio Sudsilowsky.** Doutorando em Design (Universidade Anhembi-Morumbi), mestre em Design (PUC-Rio, 2003) e graduado em Desenho Industrial (Universidade do Estado da Bahia, 1998). Professor e orientador de pesquisas (desde 1996),

coordenou a Pós-graduação em Design de Estamparia (2009-2010) e os Bacharelados em Design de Moda e Design de Superfície (Faculdade SENAI CETIQT-RJ, 2010-2014) além do Tecnólogo em Design Gráfico (UNIGRANRIO/RJ - 2015 a 2016). Como pesquisador investiga: design de superfície, metodologias de projeto em design, relações entre design e as novas tecnologias no recorte da Cultura Maker (impressão têxtil digital, impressão 3D, corte a laser e CNC). **MsC. Priscila Andrade.** Doutoranda em Design pela PUC-Rio. Mestre em Design pela PUC-Rio, com dissertação sobre o trabalho de Zuzu Angel. Especialista em História da Arte e Arquitetura do Brasil pela PUC-Rio. Graduada em Desenho Industrial pela Escola Superior de Desenho Industrial - ESDI e Graduada em Moda pela Universidade Veiga de Almeida - UVA. É professora na graduação em Design na PUC-Rio onde ministra disciplinas de projeto. Além disso, é sócia fundadora da Zellig, estúdio que desenvolve trabalhos em Design Gráfico e de Moda. Possui experiência em direção de arte, desenvolvimento e produção de coleções de moda, e projetos de comunicação visual.

Nhanderyke'y kuery: figurinos e adereços teatrais inspirados na cultura Guarani-Mbya

Actas de Diseño (2019, diciembre),
Vol. 29, pp. 151-155. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2016
Fecha de aceptación: febrero 2017
Versión final: diciembre 2019

Bruno Müller da Silva e Cláudio Roberto y Goya (*)

Resumo: Este trabalho consiste na pesquisa e desenvolvimento de figurinos, adereços e objetos teatrais inspirados no livro "A vida do sol na terra", uma publicação narrada em português e guarani sobre o nascimento dos irmãos Kuaray e Jaxy, o Sol e a Lua, e vários de seus feitos no mundo antes de ascenderem às moradas celestes. O livro conta em linguagem de fábula aspectos da cosmogonia do povo Guarani Mbya, presentes principalmente na Argentina, no Brasil e no Paraguai. A partir desta narrativa, pretende-se elaborar figurinos e adereços teatrais baseados em aspectos estéticos e religiosos desse povo, a partir do ecodesign.

Palavras chave: Design - Figurino - Arte - Aborígene - Teatro - Ecodesig - Mitologia.

[Resumos em espanhol e inglês e currículo em p. 155]

Introdução

Os Guarani estão entre os povos indígenas mais presentes na América do Sul. No entanto, por suas características de mobilidade, redes de parentesco e vastos territórios, além do acesso difícil ou a aversão a recenseadores, há uma imensa dificuldade em quantificá-los. Segundo dados do Censo Demográfico de 2010, a população indígena brasileira corresponde a cerca de 817.963 pessoas, vivendo entre áreas urbanas e rurais. Dessas, aproximadamente 51.000 são da etnia Guarani, dividida entre os subgrupos Kaiowá (31.000), Nandevá (13.000) e Mbya (7.000). Estes últimos estão espalhados entre o Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, com grupos menores em Tocantins e Pará. Além da presença no Brasil, os Mbya também são encontrados na província de Misiones, na Argentina (5.500) e no Paraguai (14.887) (Ladeira, 2009).

As projeções atuais apontam, portanto, para uma população de cerca de 27.380 mbya, espalhados pelo sudeste e sul do continente.

O livro *A vida do sol na terra - Kuaray'i ywy rupáre oiko'i ague*, escrito e ilustrado por Verá Kanguá e Papa Miri Poty (2003), conta em linguagem de fábula a origem dos irmãos Kuaray e Jaxy - Sol e Lua - duas das principais figuras da cosmogonia do povo Guarani Mbya. Há um número incontável de histórias que envolvem a dupla, sendo que as aventuras de ambos servem de exemplo para o povo, em especial as crianças, que aprendem com as narrativas dos mais velhos.

Este trabalho tem por objetivo traduzir a história contada no livro em termos teatrais, por meio de um projeto de figurinos, adereços, bonecos e demais elementos cênicos que possam celebrar a narrativa, primando pela utilização de técnicas artesanais e materiais sustentáveis