

seca, saludable y proporcione satisfacción al animal a cada paseo o viaje.

Bibliografía

- CICCO.L.H.S. de - <http://www.saúdeanimal.com.br/conheça2.htm>. Acessado em 19/03/2006.
- <http://www1.uol.com.br/au/pequinhos.htm>. Acessado em 13/03/2006.
- <http://www.saúdeanimal.com.br/imagens/nomes.jpg>. Acessado em 23/03/2006.
- <http://www.dogtimes.com.br/dach2htm>. Acessado em 21/03/2006.
- <http://www1.uol.com.br/teckel.htm>. Acessado em 21/03/2006.
- <http://www.arbitrodecaes.com.br/index.php?modulo=padroes-des&id=22&PHPSESSD=f.21/03/2006>.
- LIDA, Itiro. Ergonomia, projeto e produção. São Paulo: Edgard Blücher Ltda., 1997.

* Departamento de Expressão Gráfica.

Parangolés, un “design” de la diferencia (1071)

Denise Jorge Trindade*

Amenazados hoy por la hegemonía de la globalización, pretendemos escapar de una estandarización cultural homogénea. El arte pop, a veces banalizada y confirmadora de esta posibilidad, ya que muestra signos de consumo, es también democrática e inclusiva. Es importante encontrar estrategias creativas y plurales. ¿Por qué en los “Parangolés” de Oiticica, término que significa según el autor “agitación súbita, animación, alegría y situaciones inesperadas entre las personas”¹, encontramos una invitación a pensar un arte pop brasileño, sea en la afirmación del cotidiano, sea en la experiencia sensorial que ellos permiten traducir?

Proponemos aquí, primero, repensar el arte pop a través de las fuerzas que esta manifestación estética imprimió a los signos de cultura de masa aprehendidos en el cotidiano de la vida urbana, como una manera de producir hoy un design de la diferencia, y consecuentemente, una política cultural. Diversas culturas occidentales reconocen en el arte pop sus propiedades de aproximación de culturas diferentes. Al afirmar a través de sus signos, la sensualidad y la fantasía presentes en lo imaginario de las distintas sociedades, les altera lo cotidiano que a su vez modifica la pólis (la política). En Brasil, los “Parangolés” de Hélio Oiticica y su resignificación del samba, de la “favela”, del bamboleo y del carnaval, interviene en las imágenes estandarizadas de la llamada cultura popular, encontrando en esta una singularidad, que permite rediseñar así, la relación entre consumo y cultura.

Creemos que los cambios en el campo de las comunicaciones no sólo interfieren en el concepto y la realización, como también en la significación del arte en la sociedad de hoy. Si el arte incluye lenguajes de medios, como video, cine, que acercan al público a su experien-

cia, lo que vemos son museos o centros culturales vacíos o poco frecuentados por el mismo grupo de personas, en su mayoría estudiantes o investigadores de arte. Uno de los puntos que aquí levantamos es si esta actitud significa una búsqueda de democratización del considerado arte “alta”, o sería, como nos dice HUYSEN², y reflexionamos si no existen otros caminos para este fin. Huyssen revé el sentido del arte pop, considerada por la crítica especializada, de un modo general, como la imposibilidad de arte en un mundo industrial y dominado por las imágenes publicitarias, indicando la estandarización de la estética y el fin de la subjetividad artística. En un primer momento, el autor describe que, independientemente del “juicio” de esta crítica, su reacción, que él clasifica como “espontánea y engañadora” a los trabajos de Warhol, Liechtenstein, Wesselman e Indiana fue creer “que el Arte Pop podía ser el inicio de una democratización de gran alcance en el arte y en la apreciación artística...”³. Al situar el movimiento pop en relación a los pensamientos de los grandes teóricos de aquel momento, Marcuse, Adorno y Benjamín, considerando sus diferencias y rescatando lo que estos contribuyen para un pensamiento contemporáneo, Huyssen vuelve a abordar el pop hoy bajo nuevas ópticas, enfatizando como este movimiento contribuye para llamar nuestra atención para lo imaginario de lo cotidiano, eliminando la separación entre alta y baja arte y lo que esta actitud contribuyó para la meta del artista actual de “romper la torre de marfil del arte y contribuir para un cambio de lo cotidiano”⁴, evocando más la sensualidad humana que el concepto.

Roland Barthes⁵ ya escuchó dos voces presentes en el arte pop. Aquella que afirma que “Esto no es arte”, llegada de una fuerza popular que niega el arte y otra que dice: “Yo soy el arte”, proveniente de una fuerza antigua que vuelve a la economía de las sociedades. La inversión de valores que el arte pop propone, realiza lo que Benjamin⁶ ya prevenía: El surgimiento de los nuevos medios técnicos modifica el propio concepto del arte.

Si este concepto, desde un punto de vista, se identifica con el de cultura, podemos decir que hay una transformación presente en las dos esferas. Por un lado, la cultura antropológico-sociológica, que existe en su diferencia de lo humano y de la naturaleza, y la cultura humana, relacionada a la producción de sentido. Como hoy, en tiempos de globalización, ¿Podemos pensar la relación entre cultura y arte?

CERTAUI⁷ reconoce en lo que él llama de arte de la chatarra (en la cual, reconocemos los Parangolés) una *estrategia*, un tipo de operación, que interviene en un sistema introduciendo una forma de aprovecharla. Según el autor, son “maneras de hacer o habitar” que crean para sí, un espacio de juego para modos de utilizar el orden impuesto del lugar o de la lengua, instaurando la pluralidad y la creatividad.

Capas de tejidos coloridos para vestirse, bailar, incorporar. “Incorporo la revuelta”, “Estoy poseído”, “Nirvana”, “De la adversidad vivimos”, son algunos de los “llamados” sobre las capas. El espectador es invitado a vestirlas y a bailar, determinando una transformación expresiva-corporal. El acto de vestir traduce la totalidad vivencial

de la obra, pues, al desdoblarse teniendo como núcleo central su propio cuerpo, el espectador vivencia la transmutación espacial que allí se da, sintiéndose como “núcleo estructural de la obra”.

El espectador pasa a ser participante. Oiticica coloca que... más allá de los límites de las discusiones sobre esta obra en el espacio-tiempo hay que considerarse su “vivencia mágica”, donde el participante es violado en su estar como “individuo” en el mundo, diferenciado y al mismo tiempo “colectivo”, para actuar como centro motor, núcleo y principalmente “simbólico”, dentro de la estructura-obra, produciendo la verdadera metamorfosis de esta Inter.-relación espectador-obra.⁸

En su brillante libro “La invención de Hélio Oiticica”, Celso Favaretto al discurrir sobre los Parangolés, dice: (...) Produciéndose como eventos, explotando los efectos de indeterminación provocados por la simultaneidad de lo visual y lo sensorial, las imágenes saltan múltiples y efímeras de los instantes. El Parangolé propone la transformación realizada en las Manifestaciones Ambientales, en que se supera la imagen-objeto. La nueva concepción de imagen que, además deriva de la situación artística disparada por el arte pop, resalta lo que hay en ella de sensible y sentido. Se inscribe en la tendencia a la significación. (...)⁹

Las imágenes producidas por los *Parangolés* no reproducen como en el pop americano, la sociedad hollywoodiana con los rostros de Marylin, Elvis o latas de sopa Campbell y así la transforma. Se trata de otro espectáculo realizado por actores como el “Mosquito de la Mangueira” (pasista de la escuela de samba de la “favela” donde el artista vivió) que Oiticica presenta un arte que se inventa con la vida, con el sueño, con el movimiento y así recrea lo cotidiano.

Hermano Vianna¹⁰ ve Oiticica como un intermediario cultural entre el asfalto y la favela cuando el artista lleva al Museo de Arte Moderna de Río de Janeiro, en la inauguración de una exposición colectiva - *Opinião 65*, un ala de la escuela de Samba de la Mangueira, para presentar, en sus cuerpos y estandartes los *Parangolés*. El evento resultó en conflicto. La dirección del museo no permitió la entrada de los participantes y la participación se efectuó en los jardines, aplaudido por los críticos, artistas, periodistas y parte del público que llenaba las dependencias. Jean Boghici, uno de los idealizadores de la exposición llama Hélio de “Flash Gordon” nacional volando entre las capas sociales.

Además de reconocer este vuelo para una “modernidad constructiva”¹¹ interesada en elecciones de participación (la participación de cada uno es lo que le da sentido a la obra sin idea o moral preconcebida) y la constatación de la mayor aceptación de la “gente de la Mangueira” de la proposición del artista, y todo eso forma parte de lo que estamos aquí afirmando como pop-brasileña, VIANNA¹² ve en este vuelo también un interés de la opinión del otro permitiendo intercambios más interesantes.

Al denunciar el deseo paterno-cultural de los propietarios de la cultura brasileña, Oiticica propone que la crítica acepte las ambivalencias de una globalización en busca de la afirmación del carácter brasileño.

(...) y la cuestión brasileña es tener carácter, esto es, entender y asumir todo este fenómeno, que nada debe excluir de esta “puesta en cuestión: la polivalencia de los elementos “culturales” inmediatos, desde los más superficiales a los más profundos (ambos esenciales); reconocer que, para superar una condición provinciana paralizada, esos términos deben ser colocados universalmente, esto es, deben proponer cuestiones esenciales al fenómeno constructivo de Brasil como un todo, en el mundo, en todo lo que esto puede significar y envolver(...)”^{13 14}

Notas

1. Catálogo Hélio Oiticica. Río Arte. RJ. 1996
2. HUYSEN, Andréas. *Memórias do Modernismo*. RJ. UFRJ. 1996
3. *Ibidem*, p.96.
4. *Ibidem*, p.116
5. Barthes, Roland. *Lo obvio y lo obtuso*. RJ. Nova Frontera. 1990
6. Benjamín, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductividad técnica*.
- 7.
8. *ibidem* p.85
9. FAVARETTO, Celso Fernando. *La invención de Hélio Oiticica*. SP. Edusp. 1992
10. VIANNA, Hermano. In *Mediação, Cultura e Política*. Org. Gilberto Velho y Karina Kuschnir. RJ.
11. *Ibidem* p.58
12. *Ibidem* p.59
13. *Ibidem* p.19
14. *Ibidem* p.19

* Doctora en Comunicación - Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ). Maestría en Comunicación y Cultura - Universidad Federal de Río de Janeiro. Licenciada en Diseño Industrial - (PUC-RJ). Licenciada en Comunicación Visual (PUC - RJ). Profesora de Comunicación y Diseño Gráfico. Universidad Estacio de Sá (UNESA).

Desenho para engenheiros: O que ensinar? (r072)

Ana Magda Alencar Correia* y Liang-Yee Cheng**

Um novo tipo de educação, voltado para diferentes modos de comunicação. Tal paradigma vem levando à evolução do pensamento transdisciplinar, cujo objetivo é a compreensão do mundo presente e para a qual é imperativa a unidade do conhecimento. Torna imprescindível, deste modo, uma profunda reflexão acerca dos rumos a serem tomados no processo educativo. Enfocando especificamente a formação do engenheiro, as discussões indicam que se faz necessário um alto nível de competência. Isto implica na compreensão das ciências básicas e tópicos específicos, além da inserção em diferentes culturas, o domínio de línguas estrangeiras, habilidades de comunicação e de trabalho em grupo. Inúmeros estudiosos acreditam que tais estudantes precisam ser expostos a uma faixa mais