

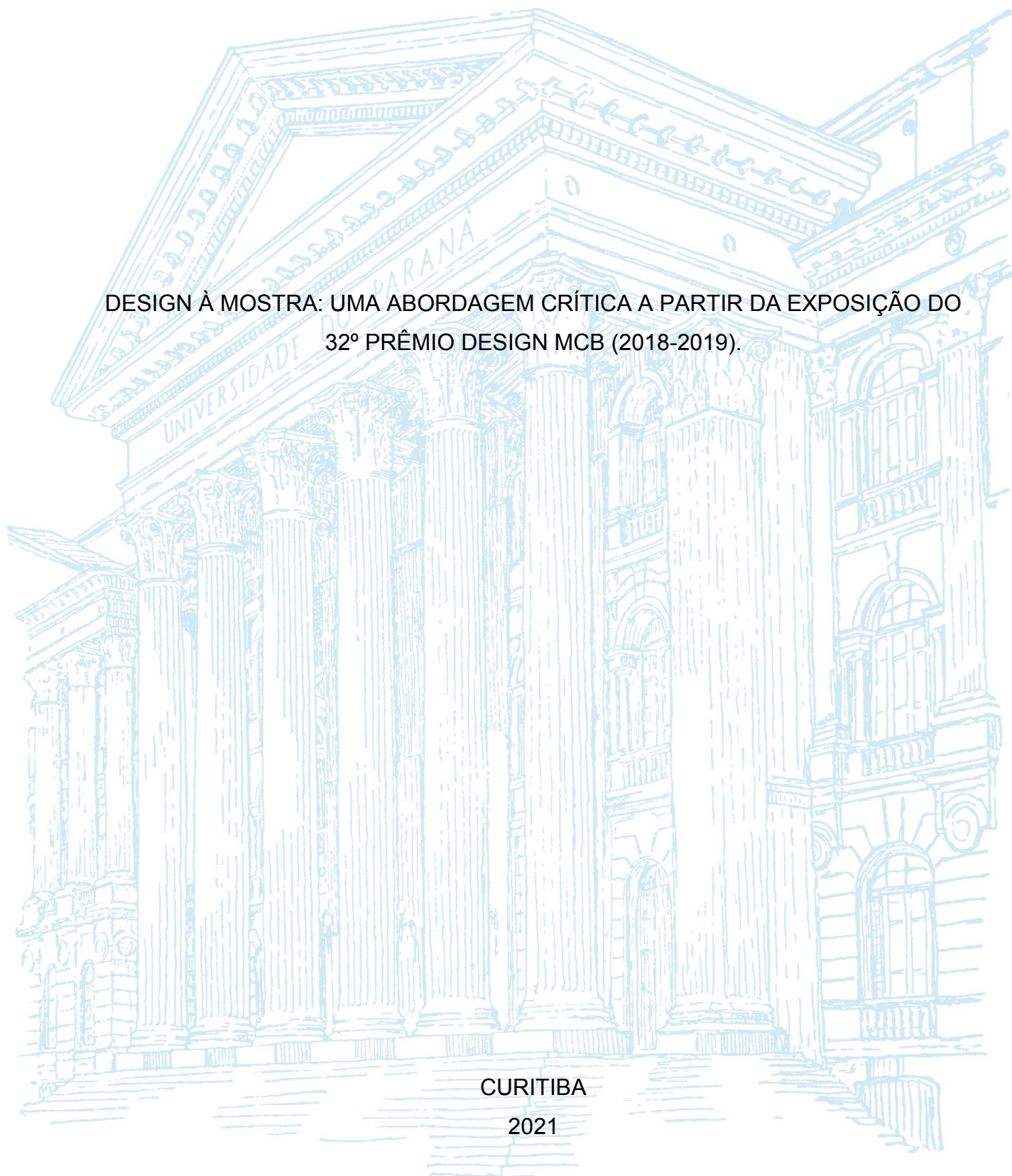
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ANA PAULA FRANÇA CARNEIRO DA SILVA

DESIGN À MOSTRA: UMA ABORDAGEM CRÍTICA A PARTIR DA EXPOSIÇÃO DO
32º PRÊMIO DESIGN MCB (2018-2019).

CURITIBA

2021



ANA PAULA FRANÇA CARNEIRO DA SILVA

DESIGN À MOSTRA: UMA ABORDAGEM CRÍTICA A PARTIR DA EXPOSIÇÃO DO
32º PRÊMIO DESIGN MCB (2018-2019).

Tese apresentada ao curso de Pós-Graduação em Design, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Design.

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa

CURITIBA

2021

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELO SISTEMA DE BIBLIOTECAS/UFPR –
BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS COM OS DADOS FORNECIDOS PELO AUTOR

Fernanda Emanoéla Nogueira – CRB 9/1607

Silva, Ana Paula França Carneiro da
Design à mostra : uma abordagem crítica a partir da exposição do 32º
Prêmio Design Museu da Casa Brasileira (2018-2019). / Ana Paula França
Carneiro da Silva. – Curitiba, 2021.

Tese (Doutorado em Design) – Setor de Artes, Comunicação e
Design da Universidade Federal do Paraná.
Orientador : Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa

1. Design - História. 2. Designers – Brasil – Prêmios. 3. Exposição de
design. 4. Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. I. Corrêa, Ronaldo de
Oliveira, 1974-. II. Título.

CDD – 745.2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DESIGN -
40001016053P0

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em DESIGN da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da tese de Doutorado de **ANA PAULA FRANÇA CARNEIRO DA SILVA** intitulada: **DESIGN À MOSTRA: UMA ABORDAGEM CRÍTICA A PARTIR DA EXPOSIÇÃO DO 32º PRÊMIO DESIGN MCB (2018-2019)**., sob orientação do Prof. Dr. RONALDO DE OLIVEIRA CORRÊA, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de doutor está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 14 de Junho de 2021.

Assinatura Eletrônica
17/06/2021 09:32:59.0
RONALDO DE OLIVEIRA CORRÊA
Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica
30/06/2021 18:52:20.0
MARCOS DA COSTA BRAGA
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO)

Assinatura Eletrônica
17/06/2021 09:23:39.0
JUAREZ BERGMANN FILHO
Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica
17/06/2021 11:31:16.0
ROSANE KAMINSKI
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica
17/06/2021 07:35:52.0
MARILDA LOPES PINHEIRO QUELUZ
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ)

Para as pessoas que me fazem
professora.

AGRADECIMENTOS

Reverencio os docentes do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal do Paraná, em especial o professor orientador deste trabalho, Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa. Agradeço o apoio inabalável e toda atenção dedicada durante o processo. “Seguimos fortes!”

Agradeço aos membros da banca de qualificação, Marilda Queluz (PPGTE/UTFPR), Rosane Kaminski (PPGHIS/UFPR) e Juarez Bergmann Filho (PPGDesign/UFPR). Os preciosos apontamentos, naquela ocasião, foram decisivos para o encaminhamento da pesquisa.

Da mesma maneira, devo muito aos discentes e colegas, principalmente àqueles que compõem o grupo de orientados pelo professor Ronaldo. As trocas generosas com os pesquisadores em formação, vinculados ao PPGDesign/UFPR e ao PPGTE/UTFPR foram fundamentais. Agradeço, especialmente, a interlocução constante e a dedicação irrestrita da colega e amiga Caroline Müller.

Agradeço ao Museu da Casa Brasileira, por favorecer a pesquisa de campo nas dependências da instituição. Reconheço a consideração dos profissionais do Centro de Preservação, Pesquisa e Documentação, principalmente a atuação do museólogo Wilton Guerra.

Agradeço aos estudantes dos cursos de Design da Universidade Positivo, e às colegas de instituição Gabrielle Grimm, Manita Meneses e Thyenne Villela. Destaco que o valor da parceria e amizade constituída durante todos esses anos é incomensurável.

Por fim, enalteço a competência e seriedade da psicóloga Tanara Pinto, e venero ainda mais duas mulheres, fonte e pilar, mãe e irmã, Roseli e Patrícia.

RESUMO

A partir do final da década de 1980 um circuito de prêmios, salões e bienais de design forma-se no eixo Rio-São Paulo. Um dos eventos mais antigos desse circuito é o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira (PD MCB). As mostras promovidas desde 1986 configuram território de produção de sentidos socialmente compartilhados e disputados, entre o local e o global, entre o estatal e o privado, entre arquitetura, design e demais expressões da cultura material. O objeto de estudo deste trabalho corresponde à exposição do 32º PD MCB, em cartaz entre novembro de 2018 e janeiro de 2019. A abordagem crítica aqui desenvolvida interpela o discurso institucional e acadêmico, explicitando contradições, ambivalências e ambiguidades envolvidas. Em consonância com a Teoria e História do Design, a História das Exposições de Arte, Museologia, os Estudos da Cultura Material e Análise de Discurso, investiga como a expografia em questão mobiliza aspectos estruturais de narrativas históricas e abordagens teóricas. A expografia é densamente descrita, considerando-se as categorias e as hierarquias estabelecidas pelo prêmio, os recursos textuais e a apresentação efetiva dos produtos laureados. Fontes iconográficas e registros sobre a reação de visitantes espontâneos em diário de campo são analisados em vista de publicações institucionais, de entrevistas com designers e jurados, de fontes digitais de âmbito comercial. Por meio de comparação com modos de mostrar design para além do ambiente museal, as estratégias expográficas da mostra do 32º PD MCB são delimitadas, apontando para a pretensão de consensos entre o escopo de narrativas tradicionais e os argumentos de cunho antropológico, centrais para vertentes históricas contemporâneas. O design à mostra na 32ª edição do evento, portanto, situa-se entre a revogação e a manutenção, de maneira a alinhar-se a novas pautas sem descaracterizar certo enquadramento legitimador.

Palavras-chave: Teoria e História do Design. Exposição de design. Prêmio Design MCB.

ABSTRACT

Starting in the late 1980s, a circuit of design awards, shows and biennials was established on the route between Rio de Janeiro and São Paulo. One of the oldest events within that circuit is the Prêmio Design Museu da Casa Brasileira (PD MCB). Ever since 1986, the festival constitutes the production field of contentious and socially shared senses, between local and global, public and private, and among architecture, design and further material culture expressions. The subject of this research is the 32nd edition of the PD MCB exhibition, opened from November 2018 to January 2019. The following critical approach queries the academic and institutional discourse, bringing forth contradictions, ambivalences and ambiguities involved in those. In line with design theory, design history, the history of art exhibitions, museology, material culture studies and discourse analysis, this work examines how the exhibition design in question incites structural aspects of historic narratives and theoretical perspectives. Reported at length, the exhibition design takes into account the award's multiple categories and hierarchies, as well as sentence resources and the honored product's actual display. Iconographic sources and records of spontaneous visitors' reactions registered in a field diary were analyzed alongside institutional publications and interviews with designers and judges, from digital sources within a commercial scope. The exhibition design strategies of the 32nd PD MCB are established by means of comparing ways of showcasing design beyond the museum environment, aiming at finding middle ground between the scope of traditional narratives and arguments of anthropologic nature, which are central to contemporary historical strands. Therefore, the design showcased at the event's 32nd edition finds itself in between revoking and sustaining, thus aligning with new agendas while maintaining a certain degree of legitimizing framework.

Keywords: Design history and theory. Design exhibition. Prêmio Design MCB.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - CARTAZ DO 18º PD MCB.....	53
FIGURA 2 - CARTAZ DO 29º PD MCB.....	54
FIGURA 3 - CARTAZ DO 30º PD MCB.....	55
FIGURA 4 - CARTAZ DO 31º PD MCB.....	57
FIGURA 5 - CARTAZ VENCEDOR DO CONCURSO DO CARTAZ	60
FIGURA 6 - JURADOS E O PROCESSO DE SELEÇÃO DO CARTAZ NO CATÁLOGO DO 32º PD MCB	63
FIGURA 7 - AVALIAÇÃO DOS CARTAZES INSCRITOS NO CONCURSO CARTAZ NO CATÁLOGO DO 32º PD MCB	63
FIGURA 8 - JURADOS E O CARTAZ PREMIADO NO CATÁLOGO DO 32º PD MCB	64
FIGURA 9 - PÁGINAS 12 E 13 DO CATÁLOGO DO 31º PD MCB.....	65
FIGURA 10 - PÁGINA 14 DO CATÁLOGO DO 31º PD MCB	65
FIGURA 11 - O CARTAZ DO 32º PD MCB EM EXPOSIÇÃO	66
FIGURA 12 - FACHADA DO MCB EM 15 DE JANEIRO DE 2019.....	67
FIGURA 13 - PÁGINA 4 DO MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DO MCB	68
FIGURA 14 - PÁGINA 23 DO MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DO MCB	69
FIGURA 15 - HALL DO MUSEU DA CASA BRASILEIRA E A EXPOGRAFIA DO 32º PD MCB	70
FIGURA 16 - LOCALIZAÇÃO DA MOSTRA DO CONCURSO DO CARTAZ NO TÉRREO DO MCB.....	70
FIGURA 17 - SUPORTE EXPOGRÁFICO DO CARTAZ DO 32º PD MCB	71
FIGURA 18 - PAREDE À DIREITA DA ENTRADA: TÍTULO E TEXTO DA COMISSÃO JULGADORA.....	72
FIGURA 19 - PAREDE À ESQUERDA DA ENTRADA: MAPA E DADOS QUANTITATIVOS	73
FIGURA 20 - PAREDE À ESQUERDA DA ENTRADA: DESTAQUES DO CONCURSO	73
FIGURA 21 - OS CARTAZES DESTAQUES EM EXPOSIÇÃO	74
FIGURA 22 - NÚCLEO DE CARTAZES SUSPENSOS E SUPORTES EXPOSITIVOS	75

FIGURA 23 - ALTURAS DOS CARTAZES EXPOSTOS EM RELAÇÃO AO PISO DA SALA.....	75
FIGURA 24 - VISTA DA MOSTRA DO CONCURSO DO CARTAZ DO 32º PD MCB	76
FIGURA 25 - CONDIÇÃO FÍSICA DOS CARTAZES SELECIONADOS EM EXPOSIÇÃO	77
FIGURA 26 - CONDIÇÃO FÍSICA DOS CARTAZES SELECIONADOS EM EXPOSIÇÃO (2).....	77
FIGURA 27 - ENTRADA DA 13ª BBDG NO MON/PR	80
FIGURA 28 - CARTAZ DO 19º PD MCB.....	84
FIGURA 29 - CARTAZ DO 25º PD MCB.....	86
FIGURA 30 - CARTAZ DO 26º PD MCB.....	86
FIGURA 31 - CARTAZ DESTAQUE DO 32º PD MCB EM EXPOSIÇÃO NA 13ª BBDG	88
FIGURA 32 - DETALHE DO CARTAZ SOBRE PAINEL BRANCO NA 13ª BBDG....	89
FIGURA 33 - VISITANTE FOTOGRAFANDO CARTAZ EM EXPOSIÇÃO NA 13ª BBDG	90
FIGURA 34 - CARTAZES EM EXPOSIÇÃO NA 13ª BBDG.....	91
FIGURA 35 - VISTA DA 13ª BBDG	92
FIGURA 36 - VISTA DA 13ª BBDG (2).....	93
FIGURA 37 - ETIQUETAS DE IDENTIFICAÇÃO NA 13ª BBDG	94
FIGURA 38 - ÁREA CENTRAL DA 13ª BBDG	95
FIGURA 39 - VISTA DA MOSTRA 7 MESTRES DO CARTAZ JAPONÊS	96
FIGURA 40 - POSTAGEM SOBRE A EXPOSIÇÃO NO SITE DO MCB.....	113
FIGURA 41 - HALL E ENTRADA DA EXPOSIÇÃO	114
FIGURA 42 - SALA DAS CATEGORIAS TÊXTEIS, UTENSÍLIOS E CONSTRUÇÃO	115
FIGURA 43 - SALA DAS CATEGORIAS TÊXTEIS, UTENSÍLIOS E CONSTRUÇÃO (2).....	115
FIGURA 44 - SALA DAS CATEGORIAS TÊXTEIS, UTENSÍLIOS E CONSTRUÇÃO (3).....	116
FIGURA 45 - SALA DAS CATEGORIAS TRANSPORTE, ELETRÔNICOS E MOBILIÁRIO	117

FIGURA 46 - SALA DAS CATEGORIAS TRANSPORTE, ELETRÔNICOS E MOBILIÁRIO (2).....	119
FIGURA 47 - SALA DAS CATEGORIAS TRANSPORTE, ELETRÔNICOS E MOBILIÁRIO (3).....	119
FIGURA 48 - SALA DAS CATEGORIAS TRABALHOS ESCRITOS E ILUMINAÇÃO	121
FIGURA 49 - SALA DAS CATEGORIAS TRABALHOS ESCRITOS E ILUMINAÇÃO (2).....	122
FIGURA 50 - FICHAS (LEGENDAS) DOS PRODUTOS EM EXPOSIÇÃO	123
FIGURA 51 - DETALHE DAS FICHAS.....	124
FIGURA 52 - QR CODE PARA CATÁLOGO	125
FIGURA 53 - CANTO DA SALA DEDICADA À CATEGORIA ILUMINAÇÃO	125
FIGURA 54 - CADEIRA AVA EM EXPOSIÇÃO	126
FIGURA 55 - TRAJETÓRIAS DE CIRCULAÇÃO NA SALA CENTRAL	127
FIGURA 56 - VISTA DA SALA DA CATEGORIA ILUMINAÇÃO	130
FIGURA 57 - ELEVAÇÃO DE LUMINÁRIA DE PISO	130
FIGURA 58 - LUMINÁRIA AMARCORD EM EXPOSIÇÃO	131
FIGURA 59 - LUZES APAGADAS NA SALA DA CATEGORIA ILUMINAÇÃO	132
FIGURA 60 - LUMINÁRIA AMARCORD NO <i>SITE</i> DO ESCRITÓRIO ADOLINI + SIMONINI.....	139
FIGURA 61 - LUMINÁRIA AMARCORD NO <i>SITE</i> DO ESCRITÓRIO ADOLINI + SIMONINI (2)	139
FIGURA 62 - LUMINÁRIA AMARCORD NO CATÁLOGO DO 32º PD MCB.....	140
FIGURA 63 - LUMINÁRIA AMARCORD EM VÍDEO NO CANAL DA MARTINELLI LUCE	142
FIGURA 64 - LUMINÁRIA AMARCORD NO <i>SITE</i> DA MARTINELLI LUCE	143
FIGURA 65 - LUMINÁRIA AMARCORD NO <i>SITE</i> DA MARTINELLI LUCE (2)	144
FIGURA 66 - LUMINÁRIA AMARCORD NO <i>SITE</i> DA MARTINELLI LUCE (3)	145
FIGURA 67 - LUMINÁRIA AMARCORD NO <i>SITE</i> DA MARTINELLI LUCE (4)	145
FIGURA 68 - MÁQUINA DE LAVAR ROUPAS EM EXPOSIÇÃO NO 32º PD MCB	169
FIGURA 69 - ELEVAÇÃO DA MÁQUINA DE LAVAR ROUPAS EM EXPOSIÇÃO.....	169
FIGURA 70 - ELETRODOMÉSTICOS ALINHADOS NO FUNDO DA SALA	169
FIGURA 71 - GELADEIRA SOBRE SUPORTE SUTIL NO PISO DA SALA	169

FIGURA 72 - SALA CENTRAL DA EXPOSIÇÃO DO 32º PD MCB	170
FIGURA 73 - PARTE POSTERIOR DA MÁQUINA DE LAVAR	170
FIGURA 74 - FORNO DE MICROONDAS SOBRE O FOGÃO	173
FIGURA 75 - PRATELEIRA SOBRE CERVEJEIRA	173
FIGURA 76 - ETIQUETA DE INTERDIÇÃO AO TOQUE SOBRE O FOGÃO	174
FIGURA 77 - ETIQUETA DE INTERDIÇÃO AO TOQUE NA PORTA DA GELADEIRA	174
FIGURA 78 - MÁQUINA DE LAVAR NO <i>SITE</i> DA BRASTEMP	176
FIGURA 79 - MÁQUINA DE LAVAR NO <i>SITE</i> DA BRASTEMP (2)	177
FIGURA 80 - MÁQUINA DE LAVAR NO <i>SITE</i> DA BRASTEMP (3)	178
FIGURA 81 - CASA CONSUL - EDUARDO E MÔNICA	180
FIGURA 82 - MICROONDAS NA WEBSÉRIE EXISTE RAZÃO	181
FIGURA 83 - MÁQUINA DE LAVAR NA WEBSÉRIE EXISTE RAZÃO	182
FIGURA 84 - FOGÃO NA WEBSÉRIE EXISTE RAZÃO	183
FIGURA 85 - MÁQUINA DE LAVAR CONSUL FACILITE EM CENA DE VÍDEO ...	184
FIGURA 86 - AS BLOGUEIRAS DE TUDO ORNA	185
FIGURA 87 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO <i>BLOG</i> TUDO ORNA....	186
FIGURA 88 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO <i>BLOG</i> TUDO ORNA (2)	186
FIGURA 89 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO <i>BLOG</i> TUDO ORNA (3)	186
FIGURA 90 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO <i>BLOG</i> CASA DAS AMIGAS	187
FIGURA 91 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO <i>BLOG</i> CASA DAS AMIGAS (2).....	188
FIGURA 92 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO <i>BLOG</i> CASA DAS AMIGAS (3).....	189
FIGURA 93 - BLOGUEIRA NA CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA.....	190
FIGURA 94 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO <i>BLOG</i> TÔ PRONTA	190
FIGURA 95 - JURADOS DA CATEGORIA MOBILIÁRIO DURANTE A SEGUNDA FASE DE SELEÇÃO	212
FIGURA 96 - HALL E ENTRADA DA EXPOSIÇÃO NO DIA DE SUA ABERTURA	215
FIGURA 97 - DIRETORES E COORDENADORES DAS COMISSÕES JULGADORAS.....	217

FIGURA 98 - LAYOUT PARA LANÇAMENTO DE LIVROS NA EXPOSIÇÃO	218
FIGURA 99 - USO DE MONITOR PARA LANÇAMENTO DE LIVRO NA EXPOSIÇÃO	218
FIGURA 100 - FEIRA DE PUBLICAÇÕES DE ARQUITETURA E DESIGN	219
FIGURA 101 - VISITANTES NA ABERTURA DA EXPOSIÇÃO	220
FIGURA 102 - VISITANTES NA ABERTURA DA EXPOSIÇÃO	221
FIGURA 103 - COLMEIA NO CATÁLOGO DO 32º PD MCB	222
FIGURA 104 - BERÇO WOMB EM EXPOSIÇÃO	224
FIGURA 105 - COLMEIA EM EXPOSIÇÃO	224
FIGURA 106 - COLMEIA EM EXPOSIÇÃO (2)	224
FIGURA 107 - FICHAS COM TEXTOS DESCRITIVOS	225
FIGURA 108 - MANIFESTO ERÊ LAB NO <i>SITE</i> DA EMPRESA	227
FIGURA 109 - CATÁLOGO DE PRODUTOS ERÊ LAB	230
FIGURA 110 - CATÁLOGO DE PRODUTOS ERÊ LAB (2)	231
FIGURA 111 - CATÁLOGO DE PRODUTOS ERÊ LAB (3)	231
FIGURA 112 - PRAÇA DA INDEPENDÊNCIA: ANTES	233
FIGURA 113 - PRAÇA DA INDEPENDÊNCIA: DEPOIS	234
FIGURA 114 - MERCADO MANUAL NO MCB NO <i>SITE</i> DA REDE MANUAL	236
FIGURA 115 - ERÊ LAB NA 1ª EDIÇÃO DO MERCADO MANUAL NO MCB	237
FIGURA 116 - ERÊ LAB NA 2ª EDIÇÃO DO MERCADO MANUAL NO MCB	237
FIGURA 117 - MERCADO MANUAL NO MCB EM MAIO DE 2018	238
FIGURA 118 - ERÊ LAB NO MERCADO MANUAL NO MCB EM MAIO DE 2018	238
FIGURA 119 - ERÊ LAB NO MERCADO MANUAL NO MCB EM DEZEMBRO DE 2018	239
FIGURA 120 - ERÊ LAB NO MERCADO MANUAL NO MCB EM DEZEMBRO DE 2018 (2)	240

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - MANCEBO MANDACARU (posições aproximadas A e B).....	128
QUADRO 2 - PROTÓTIPO RAFA (posições aproximadas A e B)	129

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 REVISÃO	18
1.2 PROBLEMATIZAÇÃO	24
1.3 UNIVERSO DE PESQUISA	28
1.3.1 Fontes da pesquisa	32
1.4 QUESTÕES DE MÉTODO	35
1.5 ESTRUTURA DA TESE	39
2 “ESSE É BOM!” - BRASILIDADE EM CARTAZ.....	46
2.1 DESIGN E BRASILIDADE COMO PONTO DE PARTIDA	46
2.2 BRASILIDADE E OS CARTAZES DO PRÊMIO DESIGN	51
2.3 A SELEÇÃO DO CARTAZ DO 32º PRÊMIO DESIGN MCB	57
2.4 A MOSTRA DO CONCURSO DO CARTAZ DO 32º PRÊMIO DESIGN MCB	64
2.5 DO PRÊMIO DESIGN PARA A BIENAL BRASILEIRA DE DESIGN GRÁFICO .	78
3 “OLHA, QUE BONITO!” - EXPOGRAFIA, ARTE E CONTEMPLAÇÃO VISUAL	99
3.1 DESIGN INDUSTRIAL NOS LIMITES DA ARTE	103
3.2 VERSÃO INSTITUCIONAL DA EXPOSIÇÃO DO 32º PRÊMIO DESIGN	110
3.3 INCURSÃO E A VERSÃO INSTITUCIONAL EM TENSIONAMENTO	122
3.4 A PARTIR DO PONTO DE VISTA DE VISITANTES.....	131
3.5 DA FEIRA DE MILÃO PARA O PRÊMIO DESIGN MCB.....	136
4 “ESSA É IGUAL A QUE TENHO EM CASA” - ELETRODOMÉSTICOS, DOMESTICIDADE E ABORDAGEM INTEROCULAR	151
4.1 DESIGN PARA A CASA.....	156
4.2 ELETRODOMÉSTICOS EM EXPOSIÇÃO.....	168
4.3 ALÉM DO ESPAÇO MUSEOLÓGICO E A ABORDAGEM INTEROCULAR.....	178
5 “NÃO É PARA CRIANÇA!” - MOBILIÁRIO URBANO, SOCIABILIDADE E O PAPEL SOCIAL DO DESIGN.....	193
5.1 O PAPEL SOCIAL DO DESIGN NO PRÊMIO DESIGN MCB.....	199
5.2 DA SELEÇÃO À ABERTURA DO 32º PRÊMIO DESIGN MCB	210
5.3 COLMEIA NA SALA DE EXPOSIÇÃO	222
5.4 COLMEIA E O MANIFESTO DA EMPRESA ERÊ LAB.....	226
5.5 ERÊ LAB NO JARDIM DO MCB	234
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	244

REFERÊNCIAS.....254

1 INTRODUÇÃO

A presença do design em espaços de exposição suscita discussões sobre a importância da construção de estratégias para a difusão da área e da atividade profissional no Brasil. No eixo Rio-São Paulo, um circuito de prêmios, salões e bienais de design forma-se a partir do final da década de 1980. A maioria dos eventos que compõem tal itinerário apresenta ao público projetos de design selecionados por meio de exposições de curta duração. Um dos eventos mais antigos é o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. Segundo a jornalista, curadora e crítica do design Adélia Borges, o evento é o principal retrato da trajetória do design contemporâneo brasileiro e o principal referencial quando se fala do design de equipamentos vinculados ao habitar humano (BORGES, 1996, p. 10). A partir desse apontamento, considero que as mostras promovidas pelo Prêmio Design MCB, desde 1986, contribuem para a constituição discursiva do design a ser recepcionada não somente por atores da área, mas também pela comunidade em geral. Para colocar em discussão essa construção, elegi a expografia, ou seja, o modo como os artefatos são apresentados, propriamente, no espaço efetivo do Museu da Casa Brasileira, como tema deste trabalho.

A definição temática está também relacionada com meu ingresso no Doutorado, em 2016, e com resultados instigantes obtidos em participação no P&D Design, realizado no mesmo ano, na cidade de Belo Horizonte. A primeira disciplina eletiva, frequentada no Programa de Pós-graduação em Design da UFPR, trouxe a expografia como tema, ao lado de outros aspectos pertinentes às exposições em museus. Nesse momento, produzi para a disciplina **Design de Exposições**, ministrada pelo professor Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa, artigo dedicado a delimitar e refletir sobre as estratégias expográficas do 29º Prêmio Design MCB, em cartaz entre novembro de 2015 e janeiro de 2016 (FRANÇA, CORRÊA, 2016). Investi, portanto, na fissura aberta pela pouca atenção dada à potencialidade da expografia para materializar ideias sobre o design. A partir dessa ocasião, defendo a potencialidade de uma reflexão crítica sobre possibilidades e limites do Prêmio, para além de especificidades dos projetos laureados, incluindo como os artefatos são expostos no museu, como as salas são usadas, como trajetórias são definidas nesses espaços etc.

Acerca da exposição do 29º Prêmio Design MCB, os dados foram coletados de maneira exploratória-descritiva, em visita à mostra realizada em 28 de janeiro de 2016. As imagens, textos, disposição dos artefatos, cenografia, trajetória de visitação foram alguns dos aspectos remarcados. O espaço expositivo foi percorrido por três vezes consecutivas. Inicialmente, contemplei as características visuais dos objetos, sem me atentar às informações textuais. Nesse primeiro momento, a preocupação foi identificar e seguir a trajetória claramente manifesta. Na segunda rodada de exploração, além de contemplar os produtos e repetir o trajeto, ative-me aos textos dos jurados e das etiquetas de cada item, realizando registros fotográficos. Por fim, um vídeo de tomada contínua foi feito, respeitando a trajetória seguidamente realizada.

Os dados assim coletados foram articulados de modo a delimitar estratégias expográficas, sendo potencialidades e limites das mesmas discutidos a partir de noções como “cultura pública” e “abordagem interocular”, propostas pelo antropólogo Arjun Appadurai (2007). Ao se dedicar ao estudo de museus da Índia, o pesquisador julga que a renovação desse tipo de instituição localiza-se na aproximação entre educação formal e entretenimento, entre arte e cultura de massa, entre salas de museus, feiras e mercados. Na exposição do 29º Prêmio Design MCB, em conciliação a esse apontamento, alguns produtos estavam ao alcance das mãos e em relações espaciais semelhantes às situações de uso mais comuns, podendo inclusive serem, efetivamente, “experimentados”. Por outro lado, observei que o espaço construído pela mostra corroborou uma condição de autonomia, oferecendo aos visitantes objetos de modo a confrontar a banalidade, apresentando-os como torneira-escultura, banco-pintura, luminária-instalação. Concluí que, como estratégia discursiva, a expografia, vivenciada e descrita no artigo apresentado no P&D Design 2016, instaura uma negociação entre os limites simbólicos do artefato utilitário e do artefato artístico. A mostra visitada, portanto, inscreveu tensões entre modos de expor objetos em lojas e supermercados e os modelos tradicionais de exposição.

A negociação em jogo mostrou-se um ponto de interesse para a audiência do referido evento acadêmico, realizado entre os dias 4 e 7 de outubro em Belo Horizonte – Minas Gerais. No congresso, o trabalho foi vinculado à área História, Teoria e Crítica do Design e apresentado junto ao grupo de estudo denominado Teorias do Design (12º P&D 2016, 2016). O interesse sobre como o design é mostrado, e suas implicações, mostrou-se potente entre os pares e constituiu importante motivação

para a realização deste trabalho, junto ao PPGDesign/UFPR. Os resultados publicados no artigo, realizado logo no início do processo de doutoramento, suscitaram uma série de questionamentos, relacionados à problematização e definições metodológicas. Os questionamentos foram incorporados ao documento de qualificação e, especialmente a partir das observações dos membros da banca, ocorrida em 10 de agosto de 2018, a definição temática foi mantida e a proposta remodelada para a configuração de uma tese.

A proposta desenvolvida e aqui materializada situa-se na área de conhecimento denominada como Teoria e História do Design. A área têm sido base para linhas de pesquisa em programas de pós-graduação brasileiros, como na FAU/USP, configurando produção científica consistente. Além disso, a Teoria do Design é tema de traduções publicadas no Brasil recentemente, organizadas por estudiosos como Steven Heller (2010), Helen Armstrong e Ellen Lupton (2015). O tema exposições de design, em contrapartida, não é comumente contemplado por essa produção. Por esse motivo, aproximo este trabalho da área denominada como História das Exposições de Arte, assim definida, especialmente, a partir da primeira década do século XXI. A mesma situa-se no âmbito das artes visuais, envolvendo um número expressivo de pesquisadores brasileiros em fóruns e colóquios, gerando diversas publicações. Como área de estudo, parte da premissa de que exposições desempenham um papel central no campo das artes visuais brasileiras, pois ao instituir formatos ou privilegiar determinados enquadramentos, afetam de forma significativa o modo de visualizar e pensar a arte e sua história (HISTÓRIAS DA ARTE EM EXPOSIÇÕES, 2016, p. 7). Sob essa perspectiva, observo que as intencionalidades materializadas em exposições de design, relacionadas a eventos especializados e instituições museológicas contemporâneas, configuram um certo regime de visibilidade. Utilizo o termo regime, assim estabelecido por Jacques Rancière (2012a; 2012b), porque aposto na configuração de um quadro de naturalização do modo como o design é mostrado. Em dissertações e teses que contemplam o tema exposições de design há pouca exploração de técnicas e estratégias expográficas, propriamente ditas. Entendo, portanto, que o uso dos espaços expositivos, atrelado aos tablados e pedestais, por exemplo, é tomado como pretensamente neutro pela comunidade de estudiosos que respondem pela área Teoria e História do Design.

1.1 REVISÃO

Por meio de um mapeamento de teses e dissertações disponíveis na Base de Dados de Teses da Capes e da Biblioteca Digital de Dissertações e Teses do IBICT, identifiquei duas teses que enfatizam o papel da realização de exposições, vinculadas às instituições museais, para a construção do campo do design no Brasil.

Na tese de título **Design em exposição: o design no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (1968-1978), na Federação das Indústrias de São Paulo (1978-1984) e no Museu da Casa Brasileira (1986-2002)**, Ethel Leon (2012) conta que a primeira intenção de seu trabalho, desenvolvido junto ao Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAU/USP, é a criação de um museu virtual de design brasileiro, a partir da Faculdade de Campinas (Facamp), onde atua como docente. Pretendia investigar “quais seriam os partidos expográficos de uma exposição de design que quisesse acentuar nexos com outras áreas, formulação necessária para a compreensão da história do design e a interdisciplinaridade que ela necessariamente propõe”. (LEON, 2012). Entretanto, a instituição de ensino suspende o projeto do museu virtual, favorecendo que uma abordagem estritamente teórica seja adotada pela pesquisadora. Ethel Leon parte então para a avaliação de exposições de design atreladas a iniciativas institucionais: Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, Instituto de Desenho Industrial (Federação das Indústrias de São Paulo) e Museu da Casa Brasileira.

Situada na área História do Design, a tese de Ethel Leon investe na sistematização e reflexão da história das coleções de design, das concepções expográficas dos objetos cotidianos em coleções de design, das questões narrativas, as escalas, a proximidade e o afastamento com relação às mostras de arte, de mostras etnográficas (LEON, 2012, p. 50). Defende o argumento de que as coleções são parte importante da formação de campo autônomo, dentro dos limites da autonomização. Para ela, “O design brasileiro musealizado forma uma grande narrativa que privilegia o doméstico como foco de intervenção do design. Sua atração se dá em torno de questões de educação do gosto.” (LEON, 2012, p. 18). Afirma ainda que ao estudar as coleções públicas de design pretende contribuir para o estudo da formação do campo do design brasileiro, a partir da noção de Pierre Bourdieu, verificando as intensas modificações em seu interior, com o fortalecimento de novos

agentes e a consolidação de novas instâncias de legitimação (LEON, 2012, p. 18). Segundo Ethel Leon (2012, p. 19), o design brasileiro realizou projetos estratégicos que as primeiras manifestações museais tentaram apreender, mas que são instâncias e agentes diversos que detêm o poder de mudar o próprio objeto do design. A diversidade de instâncias acarreta infindáveis discussões normativas no meio de designers industriais; designers de pequenas séries; designers-artistas; e também curadores, jornalistas e pesquisadores. A seu ver (LEON, 2012, p. 19), esses debates, “são lutas pela legitimação, estabelecidas dentro do campo.”

O referencial teórico da autora centraliza-se em estudos de Pierre Bourdieu, e envolve estudos pertinentes à História Cultural, em torno de Roger Chartier. A pesquisadora declara ter lançado mão, além de procedimentos da história cultural, aportes dos estudos culturais e da historiografia do design. Ainda segundo ela (LEON, 2012, p. 20), para as questões teóricas sobre valor de uso e valor nas exposições, valeu-se “do rico conceito de semióforo de Krzysztof Pomian.” Indica não ter realizado a “protocolar discussão sobre o estado da arte dos estudos museais porque há pouquíssima bibliografia sobre os museus de design.” (LEON, 2012, p. 20). Por meio de pesquisa essencialmente documental e crítica das fontes, a pesquisadora concluiu que o design brasileiro não alcançou grau de autonomia, como se pode verificar em campos como o da arquitetura ou das artes plásticas. Ao fim da trajetória do doutorado, afirma ser importante “pensar o que é expor design, o que se quer com isso, além de perguntar como fazê-lo.” (LEON, 2012, p. 20).

A tese **Difusão e construção do design no Brasil: o papel do MASP** problematiza a construção do campo do design no Brasil, examinando o papel institucional do MASP na difusão do discurso modernista do design no país. A autora, pesquisadora Milene Soares Cara (2013), doutora pelo mesmo Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAU/USP, pretende identificar os principais temas e conteúdos das exposições de design realizadas na instituição, entre as décadas de 1950 e 1980, buscando contextualizar o debate proposto por cada uma delas. Assim como Ethel Leon, Milene Cara apoia-se no conceito de campo, mas ao contrário da primeira, não explicita o referencial teórico articulado. A sua pesquisa é fundamentalmente documental, assim como a de Ethel Leon, e suas fontes são essencialmente os catálogos das exposições realizadas no MASP.

Milene Cara (2013) desenvolve ensaios que, segundo ela, não se limitam à apresentação das exposições, tendo como objetivo enunciar os principais temas

propostos pelo Museu, tornando-se instrumento para futuras pesquisas àqueles interessados na análise e crítica da produção cultural para o design no Brasil. Reforça ainda que “a partir da apresentação e análise dos principais temas recorrentes no discurso das exposições que se tentou extrair os fios que tecem a trama proposta pelo Museu para a difusão e construção do campo de design no País.” (CARA, 2013, p. 193). Por meio de descrição do material indexado no MASP, a pesquisadora conclui que os discursos presentes nas exposições difundiam a proximidade entre arte e design. Por outro lado, a aproximação não impediu a antecipação da noção de design como cultura material, importante para a discussão contemporânea. A seu ver, as exposições do MASP

(...) formaram uma trama única, na qual o design afasta-se de abordagens restritivas e vinculadas necessariamente ao processo de industrialização para uma compreensão do design enquanto arte e, arte enquanto consequência do meio — ambos os campos são, portanto, apresentados como respostas às condições técnicas, históricas e estéticas de uma determinada cultura em espaço e tempo específicos, registros e reflexos da multifacetada complexidade, desejos e atitudes de uma sociedade. (CARA, 2013, p. 195).

A tese de Milene Cara envolve diversas imagens de exposições, publicadas nos catálogos examinados. Contudo, a partir dos documentos iconográficos, ressalta aspectos dos artefatos expostos, em detrimento de questões expográficas ali presentes. Assim como Ethel Leon (2013), a pesquisa de Milene Cara (2013) restringe-se ao tema exposição de design, mas não trata da expografia¹, propriamente dita.

Além das teses disponíveis na base de dados brasileiras, considero pertinente como componente desta revisão, a dissertação da pesquisadora portuguesa Elisa Maria Vasconcelos de Freitas, intitulada **Musealização do Design: a escolha de um discurso expositivo no contexto da Museologia Contemporânea** (2014). Apresentada à Faculdade de Letras da Universidade do Porto, a dissertação contempla questões específicas da expografia, em contraposição às pesquisas vinculadas à FAU/USP referenciadas acima. A abordagem, por outro lado, alinha a Teoria e História do Design à área da Museologia. Segundo Elisa de Freitas

¹ Enquanto a dissertação de Karla Galal Swartz (2017), apresentada ao Programa de Pós-graduação em Design da PUC-Rio trata do design expográfico como prática profissional, sem enfatizar questões teórico-discursivas da disciplina.

(FREITAS, 2014, p. 4), seu trabalho tem como centro a “reflexão no design musealizado e na exposição de objetos de design, indagando sobre os objetivos, propósitos e motivações que vêm justificando existências e orientando os seus discursos expositivos.” Seu interesse, portanto, situa-se à luz do paradigma museológico contemporâneo, envolvendo o estudo de caso realizado numa instituição museológica portuguesa, o MUDE (Museu do Design e da Moda).

A pesquisadora (FREITAS, 2014, p. 4) parte do pressuposto de que a instituição equaciona “os discursos e representações sobre o design, entre políticas e poéticas expositivas, dando particular atenção à análise da representação do design português.” A questão central de sua investigação envolve a identificação de práticas e discursos museológicos reproduzidos na exposição dos objetos de design (FREITAS, 2014, p. 15). A partir dessa questão, a pesquisadora ressalta considerar a especificidade de tal objeto enquanto objeto museal, enfocando a diversidade de discursos que o enreda no contexto expositivo do museu em questão. Seu objetivo principal é suscitar discussão em torno das opções expositivas adotadas nos percursos que se desenham no espaço museológico, “entre a motivação e o desejo de musealizar o design, até ao conjunto de soluções que envolvem a concretização dessa vontade, particularmente, na construção expositiva.” (FREITAS, 2014, p. 15).

No capítulo 4 da dissertação, Elisa de Freitas (2014) apresenta, após referencial teórico acerca da Museologia, Antropologia, Estudos Culturais e História do Design, um levantamento de discussões, discursos e exemplos de exposições realizadas em renomados museus europeus e norte-americanos, incluindo, evidentemente o caso específico do Museu de Design de Portugal (MUDE). Por meio de levantamento de dados em *sites da web*, e de informação documental fornecida pela instituição disposta a colaborar², a pesquisadora busca explorar os discursos e práticas expositivas em questão. Para tanto, considera o contexto institucional museológico e sua política expositiva para descrever a exposição de longa duração do MUDE. Sua análise (FREITAS, 2014, p. 19) considera além dos conteúdos, o conceito adotado, o layout, os percursos e a representação de objetos de design

² A pesquisadora relata brevemente sobre a dificuldade em acessar as instituições museológicas que, recusando-se a responder questionário prévio, impactaram diretamente no encaminhamento de seu trabalho.

português. Segue abaixo recorte que exemplifica como a pesquisadora descreve aspectos expográficos:

Usando fundo branco, os painéis ligam-se com as plataformas, elevadas a cerca de 15 cm do chão. Sobre elas, distribuem-se os objetos selecionados. Sem qualquer outro tipo de divisória ou barreira, espaço de exposição e espaço de circulação são apenas diferenciados por meio destas plataformas modulares que, com maior avanço ou recuo, se distribuem pelo espaço, como é possível verificar na planta da área de exposição permanente (fig. 3). As paredes, tetos e colunas, despidas de estuques, deixam visíveis as calhas e cabos elétricos do sistema de iluminação. Todo o espaço é percorrido por janelões, cobertos improvisadamente por uma fibra têxtil branca que filtra a luz e serve de cenário à exposição. No espaço interior ao balcão, os efeitos da iluminação natural são reproduzidos na iluminação artificial no contorno interior do balcão e no contorno do elemento arquitetônico central em todo o seu pé direito, por meio de caixas de luz em acrílico branco fosco, que resultam num efeito de luminância difuso. (FREITAS, 2014, p. 97).

A partir de descrições como essas, Elisa de Freitas identifica que as exposições examinadas permitem a observação de pormenores dos objetos devido à exclusão de barreiras como vitrines. Segundo sua investigação, os textos expositivos, especialmente a legendagem individual, favorecem o acesso dos visitantes a informações sobre a autoria, proveniência e produção de cada objeto de design exposto. Além disso, favorecem o enquadramento contextual geral sobre a época na qual os objetos exibidos foram criados e produzidos, a estrutura cronológica (por década) instituída. A pesquisadora conclui que a expografia oferecida pelo MUDE intenta construir um espaço aberto e minimamente segmentado, instigando maior diversidade de confrontações entre diferentes tempos, estilos e autores. Por outro lado, a pesquisadora identifica que a tipologia cronológica, calcada em conteúdos textuais (autor, data, nacionalidade, produção, material, proveniência) e, conseqüentemente, pouca variação de conteúdos não-descritivos, conflita com o discurso museológico do MUDE (FREITAS, 2014, p. 101). Em face da afirmação de intenções pedagógicas e de expansão social, a autora da dissertação conclui que as exposições temporárias incorporam abordagens mais experimentais e inovadoras enquanto a exposição permanente segue uma narrativa histórica mais tradicional (FREITAS, 2014, p. 108).

Por fim, Elisa de Freitas (2104) redimensiona o pressuposto inicial, afirmando que, na construção do espaço expositivo, a preocupação em quebrar distâncias entre o objeto e o visitante, não impede a ênfase expográfica nas qualidades estético-formais dos objetos expostos. Além disso, julga que a representação do design

português no contexto expositivo é limitada. Diante da diluição e mescla com exemplares internacionais, defende esforços de uma política museológica sensível e empenhada no sentido da ampliação da representatividade local (FREITAS, 2014, p. 108).

A partir desse mapeamento, atesto que as pesquisas brasileiras, desenvolvidas na FAU/USP, não examinam a expografia, propriamente dita. Não envolvem uma discussão sobre o modo como os artefatos são apresentados nos espaços expositivos para a constituição de narrativas e discursos sobre design. Os documentos examinados por Ethel Leon (2012) e Milene Cara (2013), especialmente os catálogos, incluem textos e/ou imagens dos artefatos sem investigar as exposições em sua totalidade. Os argumentos defendidos por ambas as pesquisadoras não consideram o que foi oferecido aos visitantes, não consideram a relevância de efeitos de sentido constituídos pela relação entre os artefatos no espaço expositivo e, sobretudo, não exploram a dimensão material da experiência de visitação.

Em outra medida, apesar de considerar e descrever aspectos expográficos, envolvendo uma avaliação sobre potencialidades de distintas tipologias de exposição, as conclusões da pesquisa de Elisa de Freitas (2014) não contemplam questões históricas e teóricas do design, e as abordagens de autores emblemáticos para a área, levantadas no capítulo 2 de sua dissertação. Nesse sentido, há uma lacuna entre a revisão bibliográfica específica, pertinente a versões discursivas sobre o design, e a análise das exposições de curta e longa duração do MUDE, em Portugal.

Diante da identificação de espaços inexplorados e/ou desarticulados, no que tange a construção de abordagens acadêmicas sobre exposições de design, proponho-me investigar o papel de recursos expográficos para a materialização de ideias constituintes da historiografia do design. A partir de noções como discurso e narrativa, assim como fazem as pesquisadoras aqui mencionadas, intento ampliar o entendimento da exposição como artefato relevante para a manutenção, constituição e subversão de narrativas históricas e teóricas sobre o design, que interpelam estudantes e profissionais da área e que enquadram o design para a comunidade em geral.

Esse ponto me interessa especialmente porque ministro disciplinas vinculadas à Teoria e História do Design, em cursos de Ensino Superior desde 2007. Na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), por dois anos atuei como professora substituta, ministrando Teoria do Design para turmas semestrais em

Bacharelado em Design, Tecnologia em Artes Gráficas e Tecnologia em Design de Móveis. Como professora efetiva na Universidade Positivo (UP), assumi, desde 2010, as disciplinas História da Arte e do Design, Teoria e História do Design, em turmas semestrais e anuais em Bacharelado em Design de Produto, Design Visual e Design de Moda.

1.2 PROBLEMATIZAÇÃO

Os cursos de design, ao redor do mundo, reconhecem a necessidade do tipo de reflexão crítica que a Teoria do Design pode suscitar para profissionais e estudantes da área, de acordo com a designer, pesquisadora e professora do MIT/Cambridge, Ellen Lupton (2015, p. 5). Segundo ela, o design é uma atividade social que envolve clientes, públicos, editores, instituições e colaboradores. O resultado do trabalho ao qual a/o designer faz parte fica exposto e desfruta de extraordinária visibilidade, mas, a contribuição dos designers para a textura da vida cotidiana acaba permanecendo abaixo do limiar de reconhecimento público. Nesse sentido, a elaboração de uma Teoria do Design vincula-se com a formação de uma comunidade, “de uma rede social que questione e esclareça a prática cotidiana - e com isso a torne visível.” (ARMSTRONG; LUPTON, 2015, p. 6). Para ela, a difusão da reflexão teórica por meio de textos sobre design, contribui para o compartilhamento crítico da experiência social em jogo, favorecendo a criação de um discurso global que conecta profissionais “através do tempo do espaço como participantes de um empreendimento conjunto, com os seus próprios heróis e as suas próprias narrativas de descoberta e revolução” (ARMSTRONG, LUPTON, 2015, p. 6).

Entretanto, para o designer e professor Emérito de História do Design, na University of Illinois, Victor Margolin (2014), narrativas teóricas sobre design podem ser problemáticas. Atentando para narrativas de caráter histórico, especificamente, o estudioso indica que a própria definição do objeto de estudo é um ponto delicado. Além disso, destaca que a manutenção de aspectos moralizantes e focados na qualidade estética de artefatos é a tendência hegemônica no âmbito da História do Design. Ao lado disso, situa a abordagem estrita à tipos de objetos e localidades que esse tipo de narrativa fomenta, contribuindo para que a cultura popular, por exemplo, seja excluída enquanto as fronteiras para o campo do design, propriamente, não sejam exploradas de modo consistente. A seu ver, alterações decisivas de

abordagens e métodos para a construção de narrativas históricas sobre o design devem considerar a atividade de maneira ampla, enquanto concepção e planejamento do mundo artificial. A incorporação da História do Design em um campo mais amplo de pesquisa suscita diálogos com outros pesquisadores além dos historiadores, contrabalançando a tendência de manter o design como um campo distinto de atividades com relevância estrita, sem, contudo, tirar o valor da identidade própria da atividade profissional (MARGOLIN, 2014, p. 285).

A historiadora do design Isabel Campi, pesquisadora e professora da Escola Eina De Disseny na Universitat Autònoma de Barcelona, concorda com Victor Margolin no que tange a relação entre o desenvolvimento de narrativas históricas e a dificuldade de definição do objeto de estudo. Segundo Isabel Campi (2007), muitos autores defendem ainda que o primeiro obstáculo para constituir uma História do Design é a inexistência de um marco teoricamente definido. Em acordo com esse apontamento, a pesquisadora reforça ser tão difícil definir o que é arte quanto definir o que é design (CAMPI, 2007, p. 220). Em contrapartida, avalia que o problema não é exatamente a inexistência de definições de design, pois existem várias já largamente difundidas. Isabel Campi (2007) lembra que durante os anos 1970, enquanto os dogmas do movimento moderno, o único paradigma projetual, entravam em descrédito, é que a avaliação crítica sobre narrativas históricas em torno do design é constituída. A busca de um novo paradigma desencadeado nesse período, a seu ver, implica necessariamente na reconsideração do passado e na necessidade de contar com uma história específica com a qual os profissionais possam sentir-se identificados.

Isabel Campi (CAMPI, 2007, p. 221) defende que, na contramão da especificidade, a História do Design deve narrar todo o conjunto, ou seja, desde o trabalho dos indivíduos responsáveis pelo ato de projetar objetos, o processo de produção dos mesmos e a sua recepção, “sem esquecer os fatores políticos, econômicos e culturais que motivaram sua criação.” A pesquisadora reconhece a importância da antropologia cultural para que a História do Design alcance esse objetivo. O conceito de cultura material, difundido sobretudo por antropólogos, arqueólogos e por historiadores, a seu ver, contribui para a inserção de questões vinculadas à produção, circulação e consumo de produtos industriais, favorecendo uma abordagem mais ampla e completa.

Assim como Victor Margolin (2014), Isabel Campi (2007) define tais bases para narrativas contemporâneas sobre design examinando a bibliografia clássica,

apontando para as principais questões teóricas consolidadas e, justamente, para aquelas às quais as narrativas atuais almejam desconstruir. Isabel Campi atribui a historiadores ativos em países anglo-saxões a construção do terreno para uma Nova História do Design, dedicada a não levar adiante o programa inicial da disciplina. Para Isabel Campi (2007), a narração protagonizada por famosos arquitetos e artistas heroicos perde a validade para historiadores como John Heskett, Penny Sparke, Adrian Forty e Jonathan Woodham. Por meio de novos métodos de interpretação, os pesquisadores citados constroem relatos contemplando “a relação entre tecnologia e design, a importância do fenômeno do consumo, do desenvolvimento da profissão, a força das transformações socioculturais do papel da mulher etc.” (CAMPI, 2007, p. 225).

A partir da revisão bibliográfica crítica realizada pelos dois autores, Victor Margolin (2014) e Isabel Campi (2007), remarco pontos fundamentais, reproduzidos ou refutados, por narrativas concernentes à Teoria e História do Design. Um deles corresponde à superioridade do design modernista, por meio de abordagem moralizante, consolidada por produtos canônicos e a ênfase na qualidade formal. Nesse caso, o produto acabado, portanto, é objeto de estudo privilegiado, em detrimento do processo de concepção, produção e circulação comercial e/ou simbólica. Um outro ponto depreendido das revisões propostas por Victor Margolin e Isabel Campi situa-se na centralização geográfica privilegiada, consequência, especialmente, de narrativas predominantemente desenvolvidas por autores ativos na Europa e nos Estados Unidos. Como reação a esse quadro restritivo, narrativas históricas contemporâneas buscam inserir a produção de não designers, incluindo a produção artesanal.

Ainda considerando a verve reativa, segundo os dois autores, os métodos adotados por historiadores do design, a partir do final do século XX, visam a contextualização social da profissão em sua dimensão interdisciplinar. Promovem a inserção de produtos criados por designers em circuitos sociais e culturais mais amplos, fora do território europeu ou estadunidense. Nesse sentido, a aproximação com a antropologia cultural é ressaltada como decisiva, tanto por Victor Margolin (2014) quanto por Isabel Campi (2007), especialmente porque a noção de cultura material é favorável à articulação e narração do design como um campo mais rico.

A partir desse quadro referencial, busco investigar como o discurso expográfico corrobora aspectos narrativos da historiografia do design. Se a articulação

entre intencionalidades e materialidades, promovidas pelas instituições, constituem versões sobre o design, as narrativas constituídas pelas expografias museológicas reforçam abordagens tradicionais e hegemônicas, vinculadas ao caráter moralizante, a ênfase estilística e o produto acabado? Ou as narrativas estão em consonância com a verve reativa da Nova História do Design, indicada por Victor Margolin (2014) e Isabel Campi (2007)? De que maneira, a abordagem mais ampla, concernente à preceitos e métodos da antropologia cultural, valorizadas pela História do Design contemporânea, é materializada em exposições de design?

Assim, como reforça Daniel Miller (2013), a mediação dos artefatos é imprescindível para a construção de relações humanas. A exposição é por mim encarada, portanto, como artefato, assim como os demais artefatos que a compõem. Materializa intencionalidades, possibilidades e limitações, contradições e ambiguidades, como partícipe da produção de sentidos socialmente compartilhados. O olhar para uma exposição, o mapeamento e a descrição da mesma, à luz dessa premissa, conseqüentemente, funcionam, a meu ver, como meio para desnaturalizar o modo de expor o design em espaço museológico e, mais especialmente, aquele proposto pela exposição do 32º Prêmio Design MCB.

Tendo em vista o delineamento e aprofundamento da investigação almejada, a exposição do 32º Prêmio Design MCB foi selecionada e assumida como objeto de estudo porque considero, a partir do ponto de vista da jornalista, curadora e crítica do design, Adélia Borges (1996), a relevância do evento para a comunidade profissional. Além disso, ao adotá-la como centro da pesquisa, penso contemplar a motivação pontuada no início desta introdução, apostando em uma espécie de valorização da repercussão positiva no congresso da área. Assim como na exposição do 29º Prêmio Design MCB, tenho a possibilidade de estar no espaço e vivenciar a exposição da 32ª edição, com o diferencial de poder me preparar para acompanhar o andamento prévio e ter acesso a documentos disponibilizados pelo Museu da Casa Brasileira; poder instituir métodos e adotar técnicas para expandir a pesquisa seminal; entrevistar realizadores, designers e visitantes da exposição. A partir dessa definição, compreender como a expografia do 32º Prêmio Design MCB mobiliza aspectos estruturais de narrativas históricas e abordagens teóricas do design tornou-se o objetivo geral.

Para cumprir o mesmo, descrevi a expografia, envolvendo os recursos textuais e apresentação dos artefatos propriamente ditos, em relação ao espaço

expositivo e às categorias e hierarquias estabelecidas. A partir de conteúdos e revisões críticas acerca da produção bibliográfica de Teoria e História do Design, busquei relacionar o escopo de narrativas historiográficas e a materialidade expográfica do 32º Prêmio Design MCB, explicitando negociações possíveis com os visitantes. Por fim, tendo em vista os conceitos de “cultura pública” e “abordagem interocular”, articulados também no trabalho sobre o 29º Prêmio Design MCB, delimitei estratégias expográficas da mostra do 32º Prêmio Design MCB, por meio de comparação com outros modos de mostrar design, além do ambiente museal e de premiação institucional.

1.3 UNIVERSO DE PESQUISA

O **Prêmio Design MCB** foi criado em 1986, como parte de um projeto de delimitação temática para instituição museológica da Secretaria da Cultura e do Estado de São Paulo. A delimitação e a criação do evento visaram responder à tipologia de museus em discussão na época, sendo o Museu da Casa Brasileira (MCB) classificado como museu de arquitetura e design. Concomitantemente, a construção tipológica envolveu a diversificação das atividades institucionais, com o objetivo de angariar fundos oriundos da iniciativa privada. O evento foi proposto e endossado pelo diretor, à época, Roberto Duailibi, sócio proprietário de uma das agências de publicidade mais prolíficas no eixo Rio-São Paulo, a DPZ. A premiação mais longeva na área do design do país, portanto, nasceu imbuída da perspectiva neoliberal em voga.

As intenções neoliberais e publicitárias, em acordo com interesses de mercado, constituíram nova camada sobre a ideologia nacionalista. A fundação do MCB, em 1972, coincidiu com o momento de transfiguração do ufanismo nacional e da verve folclorista em face do processo de globalização. O caráter paulista e brasileiro da instituição foi, desse modo, manobrado para eclipsar parcialidades e exclusões, reforçando uma pretensa essência local como estratégia de *marketing*.

Em bibliografia sobre a constituição do acervo do MCB, o corte de classe e o privilégio da região sudeste são evidentes. Grande parte dos artefatos reunidos durante os anos iniciais do Museu, de modo um tanto casual e aleatório, correspondem ao gosto burguês, enviesado pela lógica do antiquário e pela superioridade do importado. Com a incorporação da **Coleção Crespi-Prado**, esse

caráter tornou-se ainda mais contundente. Fábio da Silva Prado e sua esposa Renata Crespi Prado construíram o Solar neoclássico na Avenida Faria Lima, sede vigente do MCB, em consonância com a ocupação urbana promovida por famílias abastadas, oriundas da região da Avenida Paulista, nas primeiras décadas do século 20. As famílias da elite paulistana buscaram um lugar exclusivo, como modo de escapar da expansão e heterogeneidade em curso na cidade. O engenheiro Fábio da Silva foi prefeito do município de São Paulo entre 1934 e 1938, enquanto a primeira-dama, de família quatrocentona, promoveu eventos sociais e políticos na residência decorada com móveis de origem europeia e algumas obras de arte moderna. Inevitavelmente, o MCB não prescinde da missão de resguardar e apresentar a casa brasileira a partir do modo de vida burguês que o casal ali exercitou.

Mais recentemente, todavia, o viés antropológico tensiona essa posição, e as exposições permanentes disponíveis têm sido remodeladas para abarcar relações entre a casa brasileira e seu entorno. A coleção dos proprietários originais do Solar, que ocupa o primeiro andar do Museu, passa a compor a mostra **A Casa e a Cidade — Coleção Crespi-Prado**, tendo como argumento a relação entre os artefatos, especialmente itens de mobiliário, e o processo de urbanização no qual edifício está inserido. Em 2017, a apresentação de demais itens do acervo, ocupantes do andar térreo, são reconfigurados como a exposição permanente **Remanescentes da Mata Atlântica & Acervo MCB**. Nesse caso, o discurso expositivo gira em torno da importância da matéria-prima, enquanto a noção de devastação e a ideia de sustentabilidade e responsabilidade social são enfatizadas. Enuncia-se que madeiras usadas para a produção dos itens do acervo resistem como frondosas árvores no Jardim do Museu, espaço oferecido para eventos promovidos e financiados por entidades externas. O **Jardim do MCB** é uma atração para visitantes espontâneos, frequentadores do Restaurante anexo, que mantém um deck à sombra de valiosas espécimes vegetais.

O 32º Prêmio Design MCB, ocorreu, portanto, em território de contradições e disputas, entre o local e o global, entre o estatal e o privado, entre arquitetura, design e demais expressões da cultura material. O lançamento da edição, em 15 de fevereiro de 2018, correspondeu ao início do período de inscrições para o **Concurso do Cartaz**. Na sequência, em postagens do *site* do Museu da Casa Brasileira, os nomes dos jurados do Concurso foram divulgados e eles foram convidados a falar sobre suas expectativas. O processo seletivo, aconteceu após o período limite de inscrições,

indicado como 13 de abril de 2018, no pátio do museu. Na ocasião, diante dos cartazes impressos e em escala 1:1, a comissão julgadora debateu e deliberou. Em 07 de maio de 2018, houve a divulgação oficial do resultado do Concurso do Cartaz, sendo uma peça gráfica classificada como Cartaz Vencedor, outras dez como Destaques, e noventa como Selecionados.

O regulamento para inscrição das categorias de Produtos e Trabalhos Escritos foi publicado no *site* (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018h), indicando, entre outros fatores, os critérios específicos de acordo com as diferentes fases do 32º Prêmio Design MCB. Nele, foram postas orientações e obrigatoriedades quanto ao envio, interdições legais, cessão de direitos de imagem etc. A divulgação das comissões julgadoras aconteceu no dia 12 de junho de 2018, sendo dados curriculares dos jurados, coordenados por Levi Girardi (Produtos) e por Cibele Haddad Taralli (Trabalhos Escritos), apresentados e acompanhados de uma foto de cada componente.

Quanto às categorias de Produtos, na primeira fase do processo seletivo, cada jurado, individualmente, avaliou o material digital enviado por designers e empresas, de acordo com as prerrogativas do regulamento. O memorial descritivo, as imagens dos produtos e os desenhos técnicos foram, a princípio, contemplados remotamente. Somente uma parte do contingente de inscritos, selecionado nessa primeira fase, foi submetido à etapa de avaliação presencial. Nesse momento, os jurados de cada comissão encontraram-se nas dependências do MCB para avaliar e deliberar conjuntamente. Eles experimentaram e manipularam os produtos disponibilizados, sendo o traslado de cada item custeado pelos candidatos. O resultado foi oficialmente divulgado via *site* do MCB, em 23 de outubro de 2018 (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018j).

Os jurados do 32º Prêmio Design MCB atribuíram 1º, 2º e 3º lugares, considerando produtos pertinentes ao mercado e produtos tidos como protótipos, assim como para trabalhos escritos publicados e para trabalhos escritos não publicados. Houve também atribuição de menções honrosas, enquanto um contingente considerável foi classificado como selecionado. Não obstante, assimetrias consideráveis foram estabelecidas, em termos de quantidade e condição classificatória, entre as categorias de Produtos.

A categoria **Construção** abrangeu 7 itens, enquanto a de **Eletroeletrônicos** apresentou 12 produtos, permanecendo vago o posto de terceiro lugar. A categoria

Iluminação correspondeu a 28 produtos: 1º, 2º e 3º lugar, 1º lugar protótipo, menções honrosas e selecionados. Já na categoria **Mobiliário**, dentre os 14 produtos, estabeleceram-se 1º e 2º lugares, e 1º e 2º lugares na subdivisão protótipo, além de menções honrosas e selecionados. Como **Têxteis** foram selecionados 10 inscritos, e atribuídos 1º e 2º lugares, somente. Dentre os 3 produtos da categoria **Transportes**, dois foram classificados como 1º lugar, enquanto o terceiro recebeu a posição de 1º lugar protótipo. A categoria **Utensílios** envolveu 15 exemplares, sendo 1º lugar, 1º, 2º e 3º lugares protótipo, menções honrosas e selecionados. Os 30 **Trabalhos Escritos** foram julgados e elencados como 1º, 2º e 3º lugares publicados, e 1º, 2º e 3º lugares não publicados. Da mesma maneira que os produtos, alguns trabalhos receberam menção honrosa ou foram considerados como selecionados. Todos eles constam no catálogo da edição: suporte para identidade visual do evento, para imagens dos produtos enviados pelos inscritos e para textos produzidos e assinados pelas comissões julgadoras. Imagens da exposição não compõem o catálogo, sendo, portanto, seu layout independente da expografia.

A partir da definição do Cartaz Vencedor, em associação a Celso Lopes Hartkopf, designer pernambucano, autor dele, a equipe do Museu da Casa Brasileira desenvolveu a identidade visual da edição. O cartaz foi o mote principal para definição do partido expográfico, a cargo da gerente de mostras do MCB, a arquiteta Ana Heloísa Santiago, e do diretor técnico da instituição, o igualmente arquiteto Giancarlo Latorraca. O projeto da exposição, como um todo, porém, dependeu da quantidade de produtos premiados. Apesar de apresentar estrutura regular, a expografia não partiu de características específicas dos produtos a serem expostos. Em contrapartida, a quantidade e volume deles, assim como a classificação atribuída a cada item, foram questões decisivas para a definição de diretrizes de exposição.

O MCB divulgou a inauguração da exposição no dia 30 de outubro de 2018, por meio de uma série de imagens do espaço expositivo (sem visitantes) e de uma programação prevista para o dia da abertura oficial da mesma (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018k). As fotografias de Renato Parada postadas, dedicadas a cada uma das salas ocupadas no andar térreo, manifestam caráter panorâmico e enfatizam o recurso cenográfico de suspensão de produtos por cabos transparentes. A distribuição dinâmica e um tanto aleatória dos itens premiados foi, portanto, um aspecto destacável no roteiro visual endossado institucionalmente. A abertura da exposição, propriamente dita, em 10 de novembro de 2018, reuniu os envolvidos no

processo seletivo, os designers e representantes das empresas premiadas, assim como demais interessados. O evento compreendeu também atividades distribuídas entre às 10h00 e 18h00, incluindo visitação, encontro com o júri, feira de publicações, lançamento de livros e oficinas gráficas. Dois dias depois da abertura, foi postada no *site* nova sequência de imagens, mostrando pessoas ocupando o espaço expositivo.

Uma abordagem depurada de aspectos do evento acima pontuados é incorporada aos capítulos constituintes deste trabalho. O universo de pesquisa, portanto, é mais bem explorado em articulação com as análises realizadas e resultados obtidos. Assim sendo, em cada capítulo, a constituição do museu, os aspectos específicos da arquitetura da sede, as discussões acerca da natureza da instituição, as questões referentes ao Cartaz Vencedor, à identidade visual definida, às decisões tomadas pela gerência, às referências aos jurados, aos designers e produtos premiados, participantes do 32º Prêmio Design MCB, são tratados em relação ao estudo da expografia.

1.3.1 Fontes da pesquisa

Tenho como fonte privilegiada aquilo que o Museu da Casa Brasileira e o Prêmio Design MCB difundem oficialmente e publicamente. Logo, concentrei-me, em fontes primárias, correspondentes a textos e publicações institucionais, especialmente o material vinculado ao 32º Prêmio Design MCB disponível no *site* da instituição da Secretaria da Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo. Considerei também os conteúdos dos catálogos das quatro edições que o antecedem porque é a partir da 29ª edição que o meu interesse se volta para o tema exposições e que começo a pensar sobre as estratégias expográficas do tradicional evento. Além disso, é a partir dessa edição, realizada entre 2015 e 2016, que uma nova gerência do Prêmio se institui, e as edições manifestam regularidades que favorecem a aproximação do material de divulgação, especialmente os catálogos. Os mesmos compartilham uma lógica editorial, formato e número de páginas. Compartilham uma estrutura e sequência de conteúdos, assim como apresentam textos assinados pelas comissões julgadoras. O catálogo do 32º Prêmio Design MCB, portanto, faz parte de uma série, aspecto que contribuiu para a apreensão de certa regularidade narrativa.

Em outra frente, a exposição como objeto de estudo, excede o catálogo. A expografia envolveu os textos críticos, mas também questões correspondentes ao

desenvolvimento espacial definido pela equipe do MCB. Contemplando esse viés, contei com a possibilidade de acessar e estudar documentos internos, salvaguardados pelo Centro de Documentação da instituição. Especialmente a partir da 29ª edição, houve uma preocupação em produzir um extenso relatório, documentando desde o regulamento, os processos de inscrição, de seleção, o desenvolvimento da exposição, a divulgação da exposição na mídia etc.

Em janeiro de 2019, quando estive no MCB para a coleta de dados, devidamente autorizada pela diretoria e assistida pela equipe do Centro de Documentação, tive a oportunidade de conhecer os relatórios do 29º ao 31º Prêmio Design MCB. Contudo, ao solicitar, posteriormente, autorização para o uso acadêmico dos documentos internos ao departamento jurídico institucional, seguindo o protocolo exigido, constatei cláusula de pré-aprovação. Ela exigia que cada menção ao MCB, nesta tese e em trabalhos derivados dela, fossem previamente examinadas, podendo ser vetadas caso não estivessem de acordo com os interesses do Museu. Diante da inviabilidade de tal exigência, dada a importância de preservar a autonomia intelectual da pesquisa acadêmica, nova carta de solicitação foi endereçada e encaminhada aos diretores, com a argumentação de que a restrição não se aplicava ao processo de formação junto a uma universidade pública. A solicitação foi contemplada, mas a alteração na referida cláusula correspondeu à troca da pré-aprovação pela possibilidade de resposta à processo civil, caso a instituição não concordasse com conteúdos por mim desenvolvidos. Novamente, de acordo com o professor orientador Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa, julguei a limitação contraproducente, especialmente porque a exposição foi promovida por uma instituição pública. Além disso, considerei a mesma prejudicial para a produção de conhecimento, tendo em vista a abordagem crítica pretendida.

Devido a essa restrição, as fontes primárias de caráter público tornaram-se ainda mais decisivas para o levantamento de dados. O material divulgado pelo *site* do MCB tomou uma posição central na pesquisa documental. Recorrer a conteúdos *on-line* foi uma das medidas para contornar a escassez de documentos imposta. Além disso, a interdição teve impacto nos procedimentos metodológicos, já estabelecidos antes da pesquisa de campo, propriamente dita. Mais adiante esse impacto será mais bem apresentado. Por ora, ressalto que quando a exposição do 32º Prêmio Design MCB esteve em cartaz, a entrada era gratuita, sendo a visitação irrestrita, permitida entre 10h00 e 18h00, de terça à domingo. A feitura de imagens fotográficas era

totalmente liberada para qualquer visitante, sendo somente a manipulação dos produtos expostos vetada. Mesmo assim, reforço que minha permanência nas salas expositivas do Museu, entre os dias 15 e 20 de janeiro, seguiram o protocolo exigido, sendo apoiadas e autorizadas pela instituição.

O processo de autorização se deu da seguinte maneira. Em um primeiro momento entrei em contato por e-mail com Meire Assami, gerente do Prêmio Design MCB. Foi ela quem indicou a necessidade de contatar o Centro de Documentação pelo mesmo canal de comunicação. Quem conduziu o processo, efetivamente, foi a bibliotecária Patrícia Cristina de Oliveira. Preparei e enviei os documentos exigidos por ela: a declaração de vínculo com a Universidade e a carta assinada pelo professor orientador. Além disso, de acordo com indicações, providenciei um crachá para ser utilizado durante todas as sessões de observação aberta não participante, realizadas na exposição do 32º Prêmio Design MCB.

A partir da exposição, enquanto campo de pesquisa produzi fontes iconográficas e registros em diário de campo. As anotações sobre o que vi e ouvi, tendo como foco os visitantes espontâneos, foram fontes cruciais para esse trabalho. Além disso, produzi e usei desenhos esquemáticos dos espaços, fotografias de aspectos expográficos, e breves vídeos feitos com *smartphone* pessoal.

Os depoimentos de dois jurados e dois designers também foram fontes importantes. Como explicarei adiante, ao explanar os procedimentos metodológicos e a estrutura de cada capítulo, coletei depoimento do coordenador da comissão julgadora do Concurso do Cartaz, Gal Oppido (2019), e do designer vencedor do mesmo, Celso Lopes Hartkopf (2019). Conversei com a jurada da categoria Mobiliário, Teresa Riccetti (2019) e com o designer vencedor da categoria Iluminação, Daniel Simonini (2019). Aos jurados pedi que traçassem um perfil da comissão julgadora da qual fizeram parte. Solicitei que comentassem sobre quais foram os critérios mais relevantes para a definição dos trabalhos laureados, além das exigências presentes no regulamento. As dificuldades e aprendizados oriundos do percurso seletivo foram questionadas, considerando-se a obtenção de consenso. Perguntei se havia relação entre o júri e a expografia e se a comissão julgadora fez indicações quanto ao modo e/ou hierarquia em que os artefatos deveriam ser, preferencialmente, mostrados. Solicitei que compartilhassem as impressões gerais sobre a exposição do 32º Prêmio Design, especialmente no que se refere ao modo como os produtos foram mostrados nos espaços do museu. Por fim, solicitei que

comentassem sobre as principais consequências, para as demais atividades profissionais, da participação na edição do Prêmio Design em questão. Para os designers Celso Hartkopf (2019) e Daniel Simonini (2019), fiz perguntas sobre a exposição em relação aos itens premiados. Os dois compartilharam suas opiniões frente ao partido expográfico e contaram aspectos da concepção dos produtos e produção de suas realizações. Assim como os membros do júri, teceram comentários sobre o impacto do Prêmio em suas carreiras.

Além dos materiais institucionais indicados, dos dados coletados no campo de pesquisa, e das entrevistas com designers e jurados, a investigação realizada contou com fontes digitais referentes a outros modos de mostrar design. Na maioria dos casos, não correspondem a materiais de divulgação de museus e/ou instituições públicas, mas a materiais de caráter comercial explícito. *Sítes* de empresas, catálogos digitais de venda, vídeos publicados em canais na plataforma YouTube sobre feiras e *showrooms* foram levantados, selecionados e analisados, de acordo com o recorte temático de cada capítulo. Apesar de diversificada e dispersa, a documentação atendeu ao critério de divulgação para ampla audiência.

1.4 QUESTÕES DE MÉTODO

A identificação e seleção de fontes foi realizada por meio de uma pesquisa preliminar, de caráter documental qualitativo exploratório. Como já havia me debruçado sobre a exposição do 29º Prêmio Design MCB, em 2016, conheço de antemão aspectos da estrutura expográfica exercitada pelo Museu, assim como a natureza de alguns documentos produzidos a partir dela. Tendo como foco a 32ª edição, e as restrições de uso de documentação interna, encarei a *internet* como uma espécie de arquivo público. Explorei detidamente as publicações do *site* do MCB e coletei informações sobre jurados, produtos e empresas envolvidas, tendo em vista o mesmo tipo de circulação. Como o *site* da instituição museológica tornou-se uma fonte decisiva, mantive a regularidade quanto à origem dos dados, explorando materiais disponíveis em redes sociais como Facebook, Instagram e YouTube.

Em um primeiro momento, as publicações do *site* do MCB e os textos de catálogos foram contemplados de acordo com premissas da análise de conteúdo de caráter temático, de acordo com Laurence Bardin (2011). A leitura de cada documento gerou uma lista de palavras-chave específicas que foram coadunadas, tabeladas e

cruzadas. Segundo a pesquisadora e professora da Universidade de Paris V (BARDIN, 2011, p. 81), os resultados obtidos pelas técnicas da análise de conteúdo não podem ser tomados como prova inelutável, mas como elementos que permitem corroborar pressupostos em causa. Neste trabalho, o método foi útil para remarcar e organizar o que é dito oficialmente sobre o Prêmio Design MCB, mais especificamente, para a identificação de continuidades e/ou descontinuidades acerca da caracterização legítima do evento.

Em um segundo momento da investigação, acerca do mesmo material, ainda calcada na leitura dos textos e imagens de publicações institucionais, atentei para a estrutura narrativa. De acordo com José Luiz Fiorin (2014), ocorre uma narrativa mínima quando se tem um estado inicial, uma transformação e um estado final. Os textos são narrativas complexas, em que uma série de enunciados estão organizados hierarquicamente (FIORIN, 2014, p. 29). Desse modo, busquei identificar a ordem na qual os temas irrompem nos documentos. A apreensão de regularidades e irregularidades, de como é dito o que é dito, contribuiu para uma identificação preliminar de aspectos discursivos. A especulação foi profícua como preparação para a pesquisa de campo subsequente porque informou sobre a diversidade de narratividades, favorecendo a maior abrangência e abertura que o ponto de vista antropológico exige.

É certo que não posso caracterizar a pesquisa de campo realizada como etnográfica, propriamente. Mas a definição de perspectiva epistemológica, técnicas e protocolos adotados para a realização dela teve como referência pesquisas antropológicas e experiências empíricas de mediadores de público em museus. A escolha desse viés deveu-se à prerrogativa de que o campo não deve ser meramente enquadrado, de modo a comprovar teorias prévias, como defende Daniel Miller (2013). Por isso, a descrição exaustiva é uma técnica decisiva para que especificidades imprevistas sejam encaradas, assim como intencionalidades teóricas sejam confrontadas e conscientemente reafirmadas. Nesse sentido, adotei o diário de campo como ferramenta central para a pesquisa de campo, propondo-me a anotar o maior número de aspectos percebidos e experienciados. Além disso, optei por realizar uma observação aberta não participante (GRAY, 2012; OLSEN, 2015), mensurando a possibilidade de aprender a ver a exposição de modo distinto daquele oficialmente difundido pelo *site* do Museu, e daquele instituído pelo olhar acadêmico, delineado pelo recorte de minha investigação e por minha atuação como docente.

Apesar do caráter abrangente da perspectiva em questão, a descrição cuidadosa da exposição teve como embasamento o estudo sobre cenografias de exposições de arte em museus de Lisbeth Rebollo Gonçalves (2004). Ao tratar de questões referentes à curadoria e à recepção, a estudiosa aborda o uso de cores, de painéis, vídeos, textos informativos, entre outros. Elenquei os mesmos elementos referenciais para realizar as descrições dos recursos expográficos pertinentes ao meu objeto de estudo. Ainda no que concerne ao exploratório descritivo, a dissertação de mestrado de Yasmin Fabris (2017) foi uma base importante. A pesquisadora e, atualmente doutoranda do Programa de Pós-graduação em Design da UFPR, reconstrói a expografia de Puras Misturas, evento realizado no Pavilhão das Culturas Brasileiras do Ibirapuera, em São Paulo. Os itens considerados, assim como a abordagem de escrita exercida pela pesquisadora foram norteadoras para a definição de parâmetros de observação e produção textual. Em tempo, remarco também a relevância de minha experiência ao reconstruir a expografia do 29º Prêmio Design MCB. O exercício narrado aqui está ligado ao anterior, comparações entre as exposições são inevitáveis e, a meu ver, favoreceram a apreensão dos elementos a serem descritos da maneira mais densa possível. Além disso, o exercício mobilizou procedimentos descritivos que constituem a pesquisa sobre o MUDE, realizada por Elisa de Freitas (2014), pontuados anteriormente.

Antes de minha incursão na exposição do 32º Prêmio Design MCB, contei com apontamentos e dicas de experientes mediadoras de público em Museus de Arte. Shana Lima³, arte educadora e pesquisadora do PPGTE/UTFPR, responsável pela Coordenação do Setor Educativo da Bienal Internacional de Curitiba 2015; Georgia Graichen Bueno⁴, designer e pesquisadora do PPGTE/UTFPR, mediadora da Bienal de Curitiba, em 2017; e Dominique Bolach Caetano⁵, historiadora com experiência em atendimento ao público em museus como Museu Alfredo Andersen, Museu Oscar Niemeyer e Museu de Arte da UFPR. A partir do contato com as três profissionais refliti sobre as possibilidades de observação e interação com os visitantes. As

³ Arte educadora e produtora cultural, mestre na linha Mediações e Culturas no programa PPGTE da UTFPR. Possui graduação em Gravura pela Universidade Estadual do Paraná e graduação em Design Gráfico pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pós-Graduada em História da Arte Moderna e Contemporânea pela UNESPAR.

⁴ Mestre na linha Mediações e Culturas no programa PPGTE da UTFPR. Possui graduação em Bacharelado em Design pela UTFPR.

⁵ Graduada do curso de Licenciatura em História pela PUCPR.

estudiosas e profissionais alertaram-me sobre dificuldades possíveis decorrentes da baixa visitação, o que se concretizou durante os períodos que permaneci nas salas expositivas do Museu da Casa Brasileira.⁶

A respeito do desenvolvimento e uso do diário de campo em espaço museológico, escolhi como referência o trabalho sobre mediação cultural em museus e história da arte de Valéria Alencar (2015). Ao contemplar a obra da historiadora e professora do Instituto de Artes da Unesp, remarquei o modo como a autora usa o diário de campo como fonte, como o cita e articula o seu conteúdo para a construção de narrativa acadêmica.

Para a articulação entre os dados coletados na pesquisa documental exploratória e na pesquisa de campo, tendo como objetivo explicitar identificações e disparidades quanto ao escopo de narrativas historiográficas do design, contemplei aspectos da análise de discurso proposta por Eni Orlandi (2015). De acordo com a autora, apostei em um dispositivo de interpretação,

(...) que tem como característica colocar o dito em relação ao não dito, o que o sujeito diz em um lugar com o que é dito em outro lugar, o que é dito de um modo com o que é dito de outro, procurando ouvir, naquilo que o sujeito diz, aquilo que ele não diz, mas que constitui igualmente os sentidos e suas palavras. (ORLANDI, 2015, p. 57).

A linguista, professora e pesquisadora da UNICAMP, defende que não há sentidos literais a serem desvelados. A partir do dispositivo interpretativo, igualmente denominado por ela como escuta discursiva, descrição e interpretação se inter-relacionam e a análise de discurso, diferentemente da hermenêutica, trabalha (n)os limites da interpretação. O que é interpretado é a descrição e não o objeto descrito em si. Assim, o dispositivo favorece que a analista assuma uma posição deslocada para contemplar o processo de produção de sentidos em suas condições. (ORLANDI, 2015, p. 59).

O que controla a intermitência entre descrição e interpretação, segundo Eni Orlandi (2015, p. 60), é a mediação teórica, particularizada a partir da questão de pesquisa colocada em face dos materiais de análise que constituem o *corpus* e que se quer compreender. Eni Orlandi explica que a análise de discurso não objetiva uma

⁶ A partir dos apontamentos das especialistas, a opção pela observação aberta não participante foi confirmada e a realização de entrevistas semiestruturadas com os visitantes foi, a princípio, desconsiderada.

exaustividade horizontal, ou seja, em extensão, nem a completude, ou exaustividade em relação ao objeto empírico. Entendo, em consonância com indicações e exemplos metodológicos postos pela autora, que a análise de discurso é inesgotável, pois, por definição, todo discurso se estabelece na relação com um discurso anterior e aponta para outro. “Não há discurso fechado em si mesmo, mas um processo discursivo do qual se podem recortar e analisar estados diferentes.” (ORLANDI, 2015, p. 60).

De acordo com essas premissas, estabeleci percursos analíticos por meio dos ditos e não ditos de modo consciente e deliberado. Contemplei a proposta, por tanto, de que a construção do *corpus* e a análise estão intimamente ligadas. Decidir o que faz parte do *corpus* já é decidir acerca de propriedades discursivas, como reforça Eni Orlandi. A seu ver, “a melhor maneira de atender à constituição do *corpus* é construir montagens discursivas que obedeçam a critérios que decorrem de princípios teóricos da análise de discurso, face aos objetivos da análise, e que permitam chegar à sua compreensão.” (ORLANDI, 2015, p. 61).

Busquei me alinhar à autora (ORLANDI, 2015, p. 62) também com relação ao ponto de vista sobre práticas discursivas de diferentes naturezas, imagens, textos, sons etc. Sob o dispositivo analítico adotado, esses elementos não são considerados como ilustrações de ideias pré-concebidas. São suportes de múltiplos enunciados que suscitem outros enunciados, implicando na multiplicidade de percursos analíticos possíveis. As montagens, os percursos por mim construídos, tem como ponto de partida enunciados emitidos pelos visitantes da exposição. Intentei escutá-los e articulá-los de acordo com outros dizeres, vinculando-os à enunciados de narrativas historiográficas, de acordo com a revisão crítica de Victor Margolin (2014) e Isabel Campi (2007). Efeitos de sentido foram inferidos a partir dos mesmos, provocando um movimento para além de como a exposição mostra design, justamente para conseguir circunscrever as estratégias expográficas instituídas no 32º Prêmio Design MCB.

1.5 ESTRUTURA DA TESE

“Esse é bom!” é o enunciado que rege o percurso de análise que apresento aqui como primeiro capítulo. O julgamento emitido diante de um dos cartazes expostos na mostra do Concurso do Cartaz do MCB está, de certo modo, em consonância com a prática dos jurados e com a natureza do evento enquanto prêmio de design. Como já foi referenciado, a primeira parte do 32º Prêmio Design MCB se dá com a escolha

do cartaz, que serve de base para a identidade visual do evento e argumento para decisões expográficas. Por isso, como ponto de partida, relaciono a reação da visitante observada, com o que foi dito sobre o cartaz vencedor. Especialmente com as justificativas da comissão julgadora, divulgadas por meio de *site* e catálogo, e fixadas nos painéis expográficos, sendo o texto crítico principal assinado pelo coordenador Gal Oppido.

No material, afirma-se que a definição teve como critério principal o caráter de brasilidade, manifesta pela ilustração presente na peça gráfica. Coletei o depoimento do designer e fotógrafo Gal Oppido, coordenador da comissão julgadora do Concurso do Cartaz, e confirmei a importância de tal noção para a escolha unânime do júri.

A partir dessa confirmação, busquei referência teórica sobre a brasilidade no design, encontrando reflexões sobre antecedência, ascendência europeia, e processos de identificação. Textos de Rafael Cardoso (2005), Marilda Pinheiro Lopes Queluz (2008) e Marinês Ribeiro dos Santos (2008) foram fundamentais, especialmente no que tange à problematização da noção e à delimitação de contradições e ambivalências. Por convergência, incluí o modo como Priscila Lena Farias (2011) demonstra que a ideia de um design brasileiro se vincula com a vertente denominada design vernacular. A inclusão tem a ver com o reconhecimento da afirmação retórica do design vernacular como sinônimo de design essencialmente local, em narrativas acerca do Concurso do Cartaz. Por meio de uma revisão bibliográfica, considerando, especialmente, textos de Claudio Ferlauto (2009) e Chico Homem de Melo (2016), procurei evidenciar a recorrência, situando a noção de brasilidade em relação às qualidades do cartaz que serve de inspiração para a expografia da mostra do Concurso do Cartaz do 32º Prêmio Design MCB.

Ao relacionar a expografia às narrativas historiográficas do design, adotei como esteio de análise apontamentos sobre a importância de delimitação territorial, feitos por Victor Margolin (2014). Do mesmo pesquisador, emprestei a avaliação sobre o quanto as narrativas históricas acerca do design gráfico, especialmente, estão baseadas em acordos entre pares, mantendo como horizonte de análise a constatação de que a inclusão de trabalhos relevantes é recorrente porque estabelecida por um círculo regular de profissionais. Esse marcador analítico contribuiu para a definição da 13ª Bienal Brasileira de Design Gráfico como contraponto para a mostra do Concurso do Cartaz, pois jurados, curadores, coordenadores de comissões transitaram entre os dois eventos. Além disso, o projeto

de identidade visual do 32º Prêmio Design MCB foi laureado na Bienal, realização promovida pela ADG Brasil, cujo conceito tem como cerne a noção de brasilidade em termos análogos àqueles fomentados pelo Museu da Casa Brasileira e seu tradicional prêmio. Contudo, ao comparar estratégias expográficas articuladas na edição da Bienal e do Prêmio Design MCB em questão, destaquei a materialização de divergências e ambiguidades que evidenciam o fato de que a contemplação do vernacular não é hegemônica. Na mesma medida em que os eventos foram anunciados e enunciados como representações do que é local, exposições e escolhas dos jurados manifestaram uma constante negociação com preceitos teóricos do design gráfico internacional.

A articulação entre designers brasileiros e empresas estrangeiras está presente também no recorte do design local, delineado pelo 32º Prêmio Design MCB nas categorias de Produtos. Na sala da categoria Iluminação, uma mulher aponta para Amarcord, luminária de mesa pelo Studio Adolini+Simonini, que associa um designer brasileiro e um designer italiano em dois polos, Milão e São Paulo, e diz para a sua acompanhante de visita: “Olha que bonito!” A expressão de reapresentação é por mim encarada como enunciado de certo regime de visibilidade questionado por pesquisas sobre a presença do design em museus. A ênfase na contemplação visual e no efeito consequente, serve como argumento para problematizar a aproximação entre design e artes visuais. Estudiosos como Adrian Forty (2007), Johnathan Woodham (1997), Isabel Campi (2003) e Ethel Leon (2013), estão de acordo quanto a potenciais distorções, limitações e vantagens que essa aproximação pode acarretar, no âmbito do ensino, da prática, da difusão e da História do Design.

Para compor o segundo capítulo, a partir dessa perspectiva, descrevi a expografia do 32º Prêmio Design MCB atentando à parâmetros como aparência, função, produção e uso, enviesada pelo objetivo de elencar aspectos do produto Amarcord que a exposição não ofereceu ao olhar. Considerei menções às expografias anteriores do evento, presentes em catálogos institucionais e considerei falas da gerente de mostras, Ana Heloisa Santiago (2020) e do diretor técnico, Giancarlo Latorraca (2020), sobre a exposição da 32ª edição. Analisei os textos de parede, assinados pelos jurados, os textos descritivos de produtos e o depoimento de um dos designers-autor da luminária de mesa Daniel Simonini. Como consequência, identifiquei a complementaridade hierárquica declarada entre inovação e qualidade estética que, no entanto, manifestou-se invertida na exposição. A suspensão de uma

luminária de mesa e a impossibilidade de acioná-la, impediu que o diferencial técnico-produtivo fosse visível.

Tendo em vista essa contradição entre o que é dito e o que é mostrado, comparei o modo como a luminária Amarcord foi apresentada no MCB e na Feira de Milão, no *site* da Martinelli Luce (produtora do artefato) e no *site* do Studio de Design que assina a criação. Constatei que em outros contextos de apresentação, naqueles em que a comercialização é o foco, a qualidade estética do produto é enfatizada de acordo com a qualidade tecnológica. Houve a possibilidade de tocar e acender a luminária Amarcord na Feira de Milão, enquanto fotos, animações e vídeos, são usados nos *sites* para mostrar que o acrílico transparente constitui uma cúpula não convencional.

Nesse sentido, a expografia do 32º Prêmio Design MCB alinhou-se às narrativas históricas do design que privilegiam a aparência e aderência à noção de estilo. Por conseguinte, é confirmada a tese de Ethel Leon (2013), sobre o modo como o Museu da Casa Brasileira constrói uma ideia de design elitista, porque artística, e afastada do design industrial. Entretanto, por meio do percurso analítico por mim construído, interpretei o caráter parcial e moralista de tal conclusão que, de modo indireto, reafirmou uma corrente historiográfica devedora de Pevsner, assim como a considera Victor Margolin (2014). Eliminar ou condenar a ambiguidade frente ao *status* artístico impede que se reconheça as vantagens para a apresentação do design apartado da possibilidade imediata de compra, imposta pelo mercado e pelo design para a indústria. Além disso, a observação aberta não participante de visitantes no espaço expositivo fez-me refletir sobre como a condenação da limitação à visão em exposições não considera o fato de que aquele que vê não o faz de maneira passiva. Só de olhar, visitantes foram capazes de identificar e julgar, a função e a beleza; e o que disseram sobre o produto exposto enfatizou aspectos remarcados pelos jurados. Atestei que pessoas que visitam uma exposição, portanto, não são receptáculos vazios, isentos de repertório diverso.

A estratégia expográfica conteudista, nesse sentido, parte de uma premissa distorcida, de acordo com pesquisadores como Arjun Appadurai (2007) e Ulpiano Bezerra de Menezes (2013). No espaço expositivo escutei uma visitante tocar a máquina de lavar roupas disponível e afirmar com satisfação: “Essa é igual a que tenho em casa!” A partir da conexão com o ambiente doméstico enunciado por ela, procuro problematizar, no terceiro capítulo, o modo como a expografia do 32º Prêmio

Design MCB apresentou eletrodomésticos. O enunciado remete-me à denominação e ao valor histórico da sede que abriga o Museu em questão; enquanto remete-me a presença hegemônica de artefatos de uso doméstico e privado em narrativas historiográficas do design, como pontuam Victor Margolin (2014) e Isabel Campi (2007). Além disso, aponta para discussões sobre os limites e potencialidades de tipologias de exposição em torno da interação, entre o cubo branco, a cenarização (reconstrução histórica) e a teatralização.

O percurso analítico desenvolvido envolveu narrativas sobre o Solar neoclássico e sobre seus moradores originais, especialmente constituídas pelo historiador e funcionário da instituição museológica, Wilton Guerra (2002). Aproximei a abordagem histórica oficial com indicações de Ethel Leon (2013), sobre discussões conceituais acerca da natureza do MCB, publicadas em atas de reuniões do Conselho. Considerei também o modo como as diretoras mais recentes do Museu, como Marlene Acayaba (2002) e Adélia Borges (2007) falaram sobre o vínculo com o espaço social doméstico em publicações institucionais. Sobre o mesmo tópico, abarquei ditos da diretora vigente Miriam Lerner e do diretor técnico em exercício Giancarlo Latorraca (2018).

Como parte da trajetória analítica, comparei a expografia da 32ª edição do Prêmio com a expografia do *showroom* denominado Casa Consul - Eduardo e Mônica, promovido pela marca da Whirlpool em 2015. A exposição itinerante, montada em *shoppings* de grandes cidades da região Sudeste e Sul do país, fez parte de um projeto mais extenso de difusão, envolvendo uma websérie denominada Existe Razão. Identifiquei rastros da recepção positiva do empreendimento, junto ao público, em *blogs* assinados por mulheres, como Tudo Orna (2015) e Casa das amigas (2015), cujo interesse por arquitetura e design impeliu postagens sobre a experiência da visita. A comparação entre os dois modos de mostrar eletrodomésticos, tendo em vista que, nos dois casos, ressaltar as qualidades dos produtos em exposição foi o objetivo principal, permitiu-me explicitar como a expografia do 32º Prêmio Design MCB mobilizou questões acerca de domesticidade e gênero, explorando uma cultura pública e constituindo uma abordagem interocular.

Para estruturar o último capítulo, escolhi o enunciado “Essa exposição não é para criança!” Assim decidi porque, em um primeiro momento, a presença da negação na sentença estimula-me a pensar sobre as restrições pertinentes ao tipo de público e ao tipo de comportamento aceitável, instituído pela expografia, nas salas

expositivas. Aproximo-me, por conseguinte, do conceito de sociabilidade, apostando que contemplar as interações entre indivíduos que a exposição suscitou abre a possibilidade de um percurso analítico promissor.

A frase foi emitida por uma mãe que, ao perceber a vigilância institucional, tentou conter uma criança de aproximadamente três anos, que incisivamente subiu sobre um dos produtos da categoria Mobiliário, postado diretamente no piso da sala do andar térreo do MCB. O produto, no entanto, é um item de mobiliário urbano, direcionado ao público infantil, concebido pela empresa Erê Lab. A empresa sustenta uma missão social, enfatizada por meio do Manifesto Erê Lab, publicado em mídias digitais e catálogos de produtos. Julguei que, a partir dessa conjunção entre o enunciado e o produto envolvido, seria viável evidenciar como narrativas calcadas no contexto sociocultural, uma das vertentes da História do Design, de acordo com Isabel Campi (2007), manifestaram-se na exposição do 32º Prêmio Design MCB.

Localizei menções às preocupações sociais do design, especialmente vinculadas aos conceitos de sustentabilidade e design universal, em narrativas retrospectivas sobre os trinta anos do evento. Destaquei a controvérsia entre mercado e desenvolvimento social que atravessa tais menções, contemplando o modo como os jurados criticaram o contingente premiado e como os produtos da categoria Mobiliário são descritos no catálogo da edição. Em geral, foram esses produtos que, apesar de representarem a categoria mais volumosa e tradicional da premiação, não se alinham muito bem às duas frentes, mantendo-se como itens elitizados. O mobiliário do Erê Lab, nesse sentido, é singular, na medida em que sua presença tensiona de modo contundente a ideia de que os produtos expostos não podem ser usados. Além disso, o percurso analítico contempla o fato de que outros mobiliários propostos pela mesma empresa são, efetivamente, meios para interação e brincadeiras no evento Mercado Manual, ocorrido no Jardim do MCB. A aproximação entre a atitude das crianças frente aos produtos dentro das salas expositivas e fora das mesmas, evidencia o quanto o potencial crítico-social de relações entre artefatos e cidadãos, por meio do design, visado por jurados e premiados, não são incorporados pela expografia.

Nas considerações finais, coaduno as inferências delineando interpretações a partir das descrições e relações estabelecidas em cada percurso analítico. Não desenvolvo, no entanto, uma leitura da exposição. Por meio do embate entre modos de mostrar design, dentro e fora exposição, construo narrativa que evidencia

contradições, ambiguidades e ambivalências. Desenvolvo-a como algo que tensiona o regime de visibilidade expográfico, explicitando imprecisões, negociações e disputas. Aponto que o modo de mostrar design na exposição do 32º Prêmio Design MCB materializa o escopo de narrativas historiográficas do design de modo a fomentar vertentes críticas, sem descaracterizar o espaço laudatório. Nesse sentido, ressalto um lapso entre a afirmação do viés antropológico, presente nos textos institucionais e também naqueles que compõem a exposição, e os demais recursos de apresentação utilizados. O design à mostra envolve a pretensão de um consenso entre a revogação e a manutenção, manifestando-se, contudo, e ao mesmo tempo, como uma prática instituidora de sentidos divergentes.

2 “ESSE É BOM!” - BRASILIDADE EM CARTAZ

O Museu da Casa Brasileira foi fundado com o nome Museu do Mobiliário Artístico e Histórico Brasileiro. No catálogo da primeira exposição do acervo, promovida em 1978, publicou-se que a instituição concentra seus objetivos no território paulista. Segundo o referido documento, o recente inaugurado Museu visa coletar, classificar, expor convenientemente, conservar e restaurar móveis e objetos de arte de decoração de residências, considerados de valor histórico ou artístico para o país, especialmente para o estado de São Paulo (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 1978, p. 5).

A ênfase territorial foi resultado de definições já de novembro de 1970, quando por meio de decreto dedicado à organização e ao funcionamento institucional, o Museu do Mobiliário Artístico Brasileiro foi rebatizado como Museu da Cultura Paulista (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 1978, p. 5). Com a transferência definitiva da instituição museológica para a sede da Avenida Brigadeiro Faria Lima, em 1972, a denominação foi mais uma vez revista e o nome Museu da Casa Brasileira foi finalmente sancionado.

O Prêmio Design integra-se ao caráter territorial enunciado como fundamental, pois desde sua criação, em 1986, é difundido como responsável por incentivar, laurear e mostrar o design brasileiro. Em edições mais recentes, os textos institucionais ressaltam a participação de designers que produzem fora de São Paulo. Por meio de explicitação de dados quantitativos, os ditos oficiais destacam a crescente expansão de inscrições oriundas da região Nordeste do país, indicando que a apreensão do design brasileiro, reforçada como qualidade principal do evento, é intento ainda em construção. No rastro do parâmetro territorial em jogo, portanto, aproximo-me da noção de brasilidade articulada e constituída pela expografia do 32º Prêmio Design MCB.

2.1 DESIGN E BRASILIDADE COMO PONTO DE PARTIDA

A demarcação de especificidades da produção de design de determinado país, como estratégia narrativa, é notável na historiografia clássica do design. De acordo com a revisão bibliográfica realizada por Isabel Campi (2007) e Victor Margolin (2014), a nacionalidade como delimitação estrutura abordagens dedicadas a elencar

nomes de profissionais destacáveis de um local, enfatizando singularidades quanto ao caráter estilístico. Sob essa perspectiva, inscreve-se historicamente o funcionalismo alemão, o modernismo escandinavo, o *streamlining* norte-americano, a escola suíça de design gráfico. Narrativas canônicas, portanto, constroem estereótipos hierarquizados de acordo com valores centrados na Europa e Estados Unidos. A afirmação e a descrição da essência do design praticado em continentes e países periféricos é constituída a partir daquilo que excede ou daquilo que falta, de modo comparativo. Nesse sentido, a identificação do design feito no Brasil é definida enquanto afastamento de manifestações desenvolvidas na Alemanha, na Escandinávia, na Itália, nos Estados Unidos etc. Esse raciocínio define uma espécie de escala de avaliação, sendo o design mais brasileiro na medida em que contempla temas e recursos considerados intrínsecos e autênticos.

Nas primeiras décadas do século XXI esse tipo de abordagem essencialista vem sendo confrontada por narrativas históricas que consideram a prática do design no Brasil a partir de outros vieses. Negam o estudo de aspectos tecnológicos e simbólicos como reflexo ou dependência, endossando o fato de que o início do design no país não está em completo acordo com a implantação do modelo europeu. Os pesquisadores que colaboram com o livro **O design brasileiro antes do design** (2005) concordam que se o design for tomado como prática vinculada ao processo de produção seriado é considerável a dedicação de um contingente de profissionais para a concepção de artefatos em série, muito antes da década de 1950, ou seja, antes da fundação do Instituto de Arte Contemporânea, no MASP, em São Paulo, e da Escola Superior de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro. As autoras e autores consideram saberes e práticas eclipsadas pela adoção de modelos estrangeiros como parâmetro para definição do que é ou não design realizado no Brasil. Portanto, histórias do design no Brasil não são versões sobre produções consonantes e, conseqüentemente, atrasadas, mas narrativas sobre intentos e realizações à revelia e/ou em tensão com o centro, ou seja, com a Europa e os Estados Unidos. Essa revisão crítica ocorre com veemência no âmbito do design gráfico.

Na Introdução do mesmo livro, o historiador e professor da PUC/RJ, Rafael Cardoso (2005), destaca que a transposição de fora, na década de 1960, não foi a do design propriamente dito, mas a de uma consciência do design enquanto conceito, profissão e ideologia. De acordo com as pesquisas apresentadas no livro, Rafael Cardoso (2005) endossa que as atividades projetuais em larga escala no Brasil, entre

1870 e 1960, não derivam de uma matriz estrangeira discernível. Desvinculadas do construtivismo russo, neoplasticismo, ou Bauhaus, a produção não tem como base uma linha única de pensamento, uma determinada doutrina ou estética. Em suas palavras, “a produção que delas resultou é representativa de uma tradição rica, variada e autenticamente brasileira, que terá assimilado e conciliado uma série de influências díspares.” (CARDOSO, 2005, p. 11). A partir desse argumento, o historiador defende que o entendimento sobre a identidade brasileira no campo do design depende do conhecimento do passado projetual anterior a 1960, considerando as imprecisões que a ideia de uma identidade nacional pode suscitar. A seu ver, mesmo que para negá-la, seria importante conhecer melhor a brasilidade: o que é, como funciona, como foi construída, porque e por quem.

Na área do design, ainda estamos longe de qualquer consenso sobre o que viria a constituir uma identidade nacional e, portanto, mais longe ainda de qualquer possibilidade eficaz de desmistificá-la em prol de outras expressões mais relevantes. (CARDOSO, 2005, p. 12).

Especialmente no que concerne ao design gráfico, abordagens acadêmicas, dedicadas a exceder o estudo da influência europeia e estadunidense, convergem para a afirmação do design vernacular e sua dimensão popular como importante manifestação de brasilidade. Nessa linha, a estética da precariedade, constituída por indivíduos que não foram submetidos à formação de base estrangeira, é uma evidência de autossuficiência e identidade local.

Segundo a designer, pesquisadora e professora da FAU/USP, Priscila Lena Farias (2011), o termo vernacular, ou vernáculo, deriva da expressão latina originalmente usada para significar nativo. Grande parte dos primeiros estudos sobre design vernacular são realizados no campo da arquitetura, e a expressão define-se como sinônimo de popular, folclórico, contrapondo-se ao estabelecido como alta cultura. A pesquisadora remarca que essa acepção é predominante no Brasil, especialmente no campo dos estudos de comunicação e nos estudos de design, sendo o termo popular usado como sinônimo de vernacular, como antônimo de erudito ou clássico (FARIAS, 2011, p. 168).

Priscila Lena Farias (2011, p. 167) destaca ainda que no campo do design gráfico “o interesse por formas vernaculares tem sido mais explícito e recorrente desde os anos 1990, especialmente no âmbito de atitudes pós-modernas e do design de

tipos de caráter experimental.” A pesquisadora define como design gráfico vernacular a incorporação de produtos de práticas de design desenvolvidas antes ou a despeito da instituição das escolas de design modernistas, principalmente por artistas anônimos e no contexto do comércio (placas pintadas à mão e impressos efêmeros como cartazes e embalagens). O design vernacular, a seu ver, “é uma maneira interessante de dar visibilidade ao espírito do lugar”, pois designers, “enquanto agentes que circulam em redes sociais e culturais internacionais, estão em posição privilegiada para mostrar o que deve ser valorizado, e podem usar isso a favor da cultura local e dos agentes regionais.” (FARIAS, 2011, p. 180).

A incorporação, contudo, não impede a configuração de um *status* assimétrico. A partir de suas investigações, Priscila Lena Farias (2011) atesta que se costuma atribuir *status* mais elevado aos produtos especializados ou profissionais do que a modelos vernaculares que servem de inspiração para designers. E que, por outro lado, no certame do design gráfico, o vínculo com modelos irregulares e hesitantes de criadores anônimos é também mote para um *status* inferior, frente a trabalhos de design compreendidos como precisos e bem-acabados. Apesar disso, segundo ela, a rusticidade no design gráfico está em evidência e relaciona-se à crescente metropolização das grandes cidades latino-americanas, que propicia manifestações específicas de contextos urbanos modernos, como o grafite. A inspiração em manifestações populares típicas de ambientes metropolitanos modernos, tais como pichações e lambe-lambes, assim chamados em São Paulo os cartazes de grande formato, é uma tendência de design gráfico vernacular relevante (FARIAS, 2011, p. 170-177).

Na mesma direção, o designer, pesquisador, curador e professor da FAU/USP, Chico Homem de Melo (MELO, 2011, p. 631), destaca que, a partir de 1990, “dissemina-se a ideia de resgatar a iconografia da cultura brasileira e com ela estabelecer diálogos imprevistos.”. De acordo com o seu ponto de vista, tal resgate é motivado pelo impacto da revolução digital, cabendo aos designers do século XXI, em contraposição à homogeneização provocada pelos recursos do computador, a tarefa de expressar a cultura brasileira de seu tempo. Dessarte, “oxigena-se os múltiplos circuitos culturais com informações cruzadas, promovendo as assim chamadas contaminações.” (MELO, 2011, p. 631).

Segundo a historiadora Marilda Lopes Pinheiro Queluz (2008), pesquisadora e professora no Departamento de Design e no Programa de Pós-Graduação em

Tecnologia da UTFPR, uma abordagem bastante recorrente quando se trata de design e identidade no Brasil, é a busca de suas “raízes populares”. No artigo **Questões sobre design e identidade** (QUELUZ, 2008, p. 14), a autora defende que o tema “é um daqueles fantasmas que volta e meia insistem em roubar a cena nos debates teóricos acerca da produção nacional.”. A seu ver, parte desses debates prescindem de um aprofundamento com base antropológica ou sociocultural, contribuindo para mascarar armadilhas conceituais e tensões políticas sociais, ao participar da construção de uma ideia de “cara brasileira”. A noção de “brasilidade” vinculada ao “made in brazil”, como “o bom humor; a alegria e o otimismo; a espontaneidade, especialmente a popular, a criatividade; e a abertura à inovação” (QUELUZ, 2008, p. 14) precisa ser discutida como estratégia mercadológica, na chave da globalização e competitividade internacional. Marilda Lopes Pinheiro Queluz (2008) examina estudos teóricos sobre o design brasileiro, como o trabalho de Aloísio Magalhães e de Dijon de Moraes, e conclui que eles fomentam crenças e pressupostos que afastam a produção brasileira da racionalidade e do método. (QUELUZ, 2008, p. 28). O reforço da centralidade na diversidade e na obtenção de soluções híbridas, entretanto, segundo a autora, parece acontecer em detrimento do design, fortalecendo as tradicionais comparações com a produção europeia ou norte-americana. Em contrapartida, pensa que

Discutir o design brasileiro em sua constituição histórico-cultural pode evidenciar como a questão do que é “bem brasileiro” num produto ou numa comunicação visual, num cartaz ou no móvel, está emaranhada na compreensão do contexto no qual foi projetado, dos usos das negociações de sentido. (QUELUZ, 2008, p. 30).

De maneira análoga a Marilda Lopes Pinheiro Queluz (2008), a pesquisadora Marinês Ribeiro dos Santos (2008) atenta à dimensão discursiva da concepção de identidade nacional em face do design. A também professora no Departamento de Design e no Programa de Pós-Graduação em Tecnologia da UTFPR, aponta contradições relevantes para se pensar sobre a impossibilidade de definição de um “design brasileiro”.

No artigo Design & Identidade, parte de um recorte de entrevista concedida pelo designer gráfico Alexandre Wollner (2006). Na ocasião, o profissional nascido em São Paulo, formado pela Escola Superior da Forma em Ulm (Alemanha), sócio fundador do primeiro escritório de design no país e professor da primeira escola

superior de Desenho Industrial fundada no Rio de Janeiro, a ESDI, declara que não existe design brasileiro. Isso porque, segundo a avaliação de Marinês Ribeiro dos Santos (2008), a concepção de identidade nacional presente na declaração de Alexandre Wollner envolve a pureza das manifestações autóctones, como as encontradas nos povos indígenas ou na cultura popular nordestina. O designer gráfico considera que trabalhos como os dele, que recebem cargas maiores de influências estrangeiras, afeitos à corrente modernista, à Escola Suíça de Design Gráfico, mais especificamente, não representam uma verdadeira identidade. Segundo a pesquisadora, “parece que Wollner acredita na possibilidade de uma identidade essencial no singular, ligada à formação do povo brasileiro e que estaria se perdendo com os processos de intercâmbio cultural promovidos pela globalização da economia.” (SANTOS, 2008, p. 37). A seu ver, a noção de identidade compreendida por ele tem como pressuposto uma espécie de núcleo estável e imutável. Argumentando em consonância com o ponto de vista dos Estudos Culturais (SANTOS, 2008, p. 38), ressalta a presença de uma perspectiva tradicional calcada na crença em um conjunto de características comuns aos membros de uma nação, decorrentes da ancestralidade e da história por eles partilhadas. Na contramão dessa perspectiva, Marinês Ribeiro dos Santos pensa que a identificação com o design europeu não funciona como critério de exclusão, pois só é possível considerar o design brasileiro como um fenômeno híbrido,

que se constitui mediante a combinação de contextos culturais, econômicos e políticos tanto internos quanto externos. (...) como o resultado de estratégias de reconversão, por meio das quais as influências externas adquirem características próprias, em função dos contextos locais. (SANTOS, 2008, p. 47).

2.2 BRASILIDADE E OS CARTAZES DO PRÊMIO DESIGN

Na década de 1990, dois eventos atrelados à seleção e exposição do design gráfico brasileiro foram iniciados na cidade de São Paulo: a Bienal Brasileira de Design Gráfico e o Concurso Cartaz do Prêmio Design MCB. Promovida pela Associação de Designers Gráficos do Brasil (ADG), a primeira edição da Bienal foi realizada em 1992, enquanto o Concurso do Cartaz aconteceu pela primeira vez em 1995. Antes dessa data, a divulgação do Prêmio Design MCB (PD MCB) dava-se por meio de anúncios para revistas e jornais, assinados pela agência de publicidade DPZ.

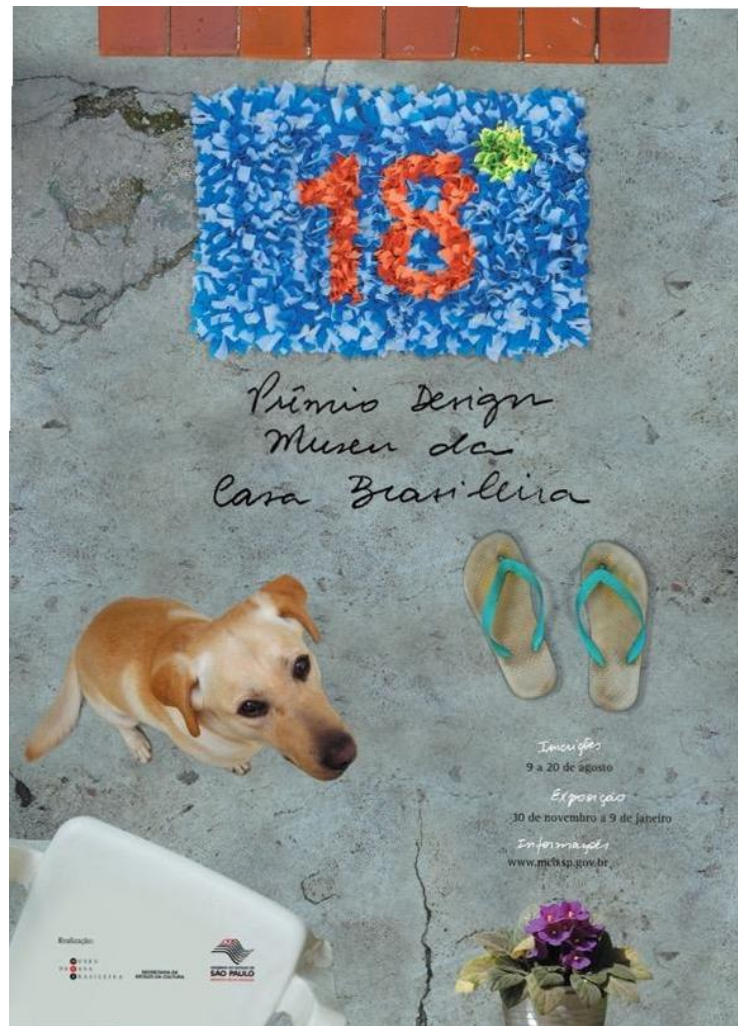
De acordo com Claudio Ferlauto (2009, p. 23), designer, crítico, curador e professor na FAAP, o Concurso promovido pela instituição museológica contempla com frequência a produção de jovens designers, sendo igualmente recorrente, nas peças gráficas avaliadas e premiadas, a presença de imagens fotográficas de artefatos cotidianos como cabide, funil, rolo de massa, esponja. O autor, participante do júri do Concurso nas edições 11^a, 12^a e 21^a, remarca a insistência no uso da cadeira como objeto de representação pelos candidatos inscritos.

O pesquisador lembra que, em 2003, por ocasião do 17º PD MCB, o Concurso para escolha do cartaz foi cancelado. O fato correspondeu a uma pausa para reestruturação do evento como um todo, promovida no início da gestão de Adélia Borges como diretora do Museu da Casa Brasileira. A proposta da nova diretora definiu o cartaz como um dos itens de um projeto de identidade visual mais amplo, contemplando peças como convites, diplomas, regulamento, camisetas etc. Por esse motivo, o Concurso do Cartaz foi ampliado e sua realização antecipada no calendário do prêmio (FERLAUTO, 2009, p. 67).

Nesse momento, a jornalista, crítica e curadora de design, Adélia Borges instituiu uma coordenação técnica para o concurso referente à 18ª edição do Prêmio Design MCB, enquanto quatro designers brasileiros e quatro designers estrangeiros formaram o corpo de jurados. Sobre a decisão do júri da edição (FIGURA 1), Claudio Ferlauto (2009, p. 29) afirma ser “provável que o olhar estrangeiro tenha influenciado, ou mesmo decidido, a escolha do cartaz com as havaianas, um tapete e um vira-lata, que confunde vernacular com mau gosto.”. Lembra que os jurados justificaram a escolha alegando que a imagem é original, provocativa e que constitui uma “nova expressão brasileira”, em contraposição à cultura erudita (FERLAUTO, 2009, p. 29).

Ao contemplar a produção de cartazes, vinculada ao Concurso do Cartaz do Prêmio Design MCB, Chico Homem de Melo (2016), assim como Claudio Ferlauto (2009), remarca a exploração de objetos presentes no cotidiano popular como tema recorrente. Em direção oposta, entretanto, considera o caráter vernacular de modo inequívoco, considerando o cartaz da 18ª edição uma boa síntese. O arquiteto, designer e professor da FAU/USP endossa que o “conjunto de objetos prosaicos aparece disposto de forma aparentemente casual, a ponto de sugerir certo ar descuidado”, concluindo que “As múltiplas manifestações do vernacular são uma referência recorrente quando se pensa em brasilidade.” (MELO, 2016, p. 138).

FIGURA 1 - CARTAZ DO 18º PD MCB

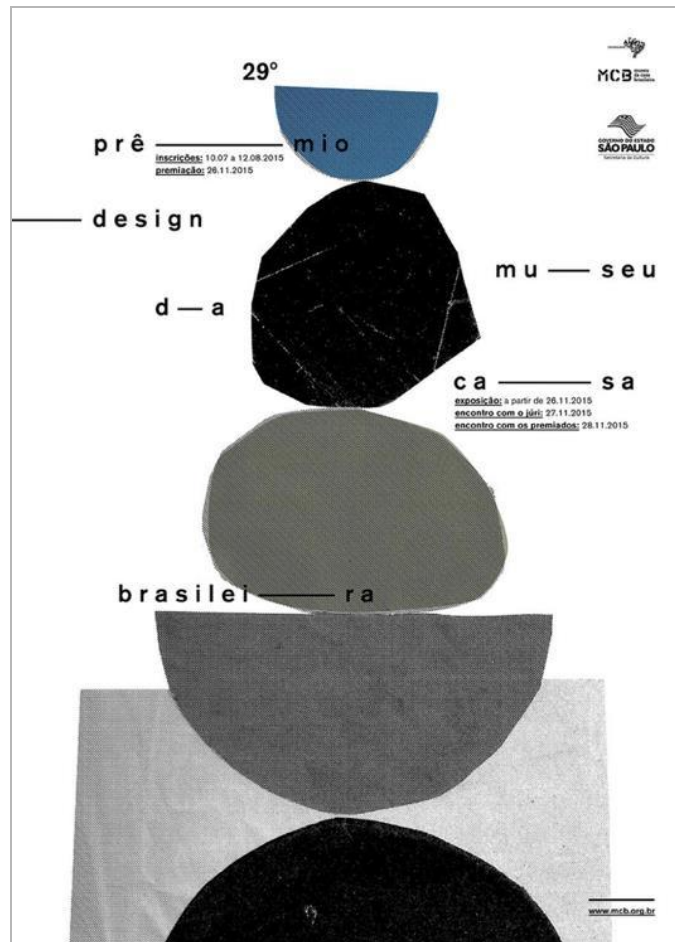


FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

Ainda de acordo com a avaliação de Chico Homem de Melo (2016, p. 140), porque o Prêmio Design não propõe um tema curatorial, “o que particulariza cada edição é justamente seu número. Buscar uma solução a partir da operação com os numerais torna-se assim um dos caminhos naturais de investigação gráfica.”. Por outro lado, o designer e professor remarca que os cartazes inscritos e selecionados nas edições mais recentes exploram o uso da fotografia e da ilustração. Sob sua perspectiva, as falhas e imprecisões presentes nos cartazes das últimas edições do Prêmio Design estão em consonância com o que “está na pauta do Design contemporâneo: a tematização do uso excessivo – quase exclusivo – de softwares gráficos.” (MELO, 2016, p. 138). Na revisão histórica sobre os cartazes do Prêmio Design desenvolvida (MELO, 2016, p. 144) sentencia que as peças gráficas mais

recentes questionam a pasteurização da linguagem visual, sendo aquele referente à 29ª edição (FIGURA 2) um exemplo do interesse pela imperfeição e pelo descontrolo, que na segunda década do século XXI, configura-se como reação à dependência excessiva do computador na produção do design gráfico.

FIGURA 2 - CARTAZ DO 29º PD MCB



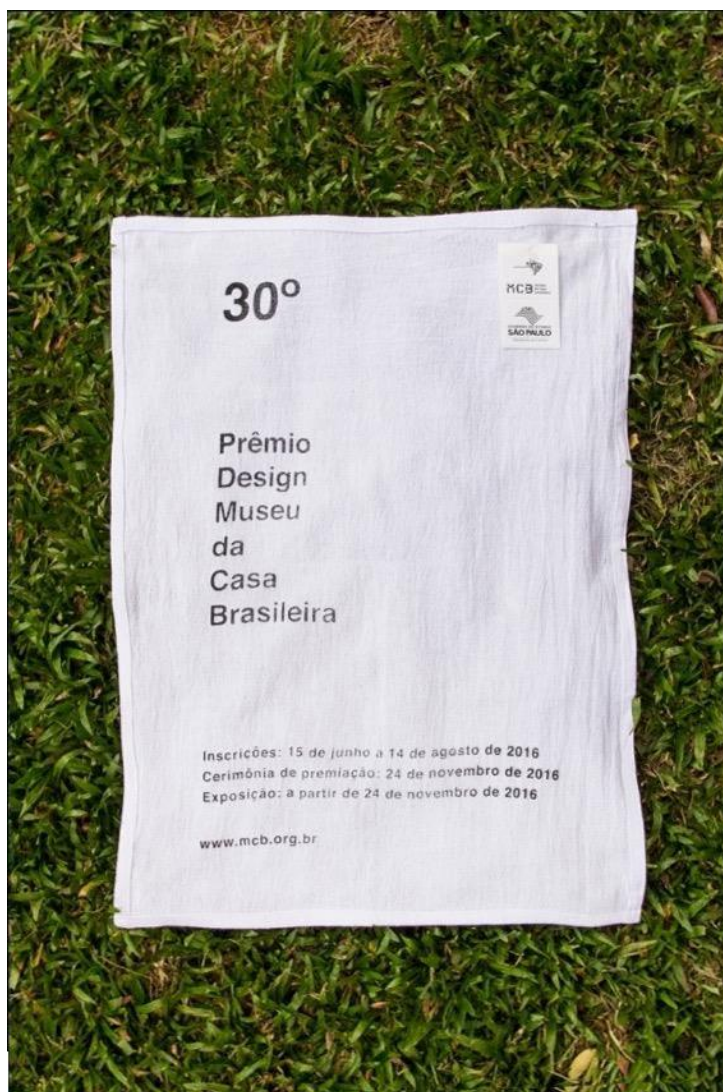
FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

Sobre o mesmo cartaz, referente ao 29º PD MCB, o designer Gustavo Piqueira (2015), coordenador da comissão julgadora do Concurso concernente, ressalta o fato de a sintaxe irregular e dessaturada da peça vencedora refletir um sutil pessimismo que converge na presença de cacoetes contemporâneos. A seu ver, “se a peça é destinada a retratar o contemporâneo, como classificar tal fato como problemático?” (PIQUEIRA, 2015, p. 6). Reforça que o discurso gráfico do cartaz vencedor “dá margem a diversas leituras, de metáforas literais a poéticas subjetivas, sem nos obrigar, contudo, a optarmos por qualquer uma delas.” (PIQUEIRA, 2015, p.

6). Gustavo Piqueira conta que, na ocasião, o júri não chegou a opiniões consensuais, classificando o conjunto de cartazes selecionados para a Mostra do Concurso Cartaz daquele ano como heterogêneo e dissonante. “Talvez a polifonia de vozes gráficas opostas (em suas virtudes e defeitos) seja um retrato mais fiel da produção gráfica brasileira contemporânea.” (PIQUEIRA, 2015, p. 6).

Com relação ao processo de seleção para o 30º PD MCB, a comissão julgadora, liderada pelo designer Rico Lins, afirma que, ao contrário, “O cartaz vencedor destacou-se imediatamente aos olhos do júri e foi fruto de um consenso imediato” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2016, p. 6).

FIGURA 3 - CARTAZ DO 30º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

O texto assinado pelos jurados, e publicado no catálogo, descreve o vencedor (FIGURA 3) como: “uma simples serigrafia em preto sobre um saco de tecido alvejado, ou seja, pano de prato tipográfico.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2016, p. 6). Qualifica-a como polissêmica, destacando que “sua semântica propõe múltiplas tensões: o erudito e o popular, a arte e o design, o cartaz que é também um produto barato, cotidiano, descartável.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2016, p. 6). Defende que o cartaz de autoria de Caio Matheus de Sá Telles Martins, artista visual baiano de 28 anos, é ambíguo em sua forma e função, “É uma solução inusitada e criativa, limpa, concisa e poética.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2016, p. 6). Sobre os demais cartazes selecionados para a exposição, dentre um total de 564 cartazes inscritos, a comissão afirma que a seleção feita sinaliza a pluralidade, consistindo em uma compilação representativa da diversidade de linguagens dos trabalhos enviados (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2016, p. 6).

No Concurso do Cartaz da edição seguinte, o 31º PD MCB, “Reunida em uma tarde de outono, no terraço do Museu, a comissão julgadora destacou oito trabalhos, entre eles o cartaz premiado e duas menções honrosas.” (FARIAS, 2017, p.3). De acordo com a coordenadora Priscila Lena Farias (2017, p. 4), os trabalhos destacados estabeleceram “diálogos com o ambiente urbano, com materiais e artefatos encontrados no dia-a-dia, com a atividade de selecionar e premiar, e explorando associações sugeridas pelo número desta edição do Prêmio.”. Em texto publicado no catálogo da edição, a designer destaca que o cartaz vencedor, de autoria do designer gráfico Diego Rodrigues Belo, da AMO Design (Belo Horizonte), apresenta uma ideia atual que propõe uma provocação (FIGURA 4). Em suas palavras, “A escolha levou em conta não apenas a peça, mas a possibilidade de ela ser usada como matriz para reprodução por meio do estêncil, em diferentes suportes desde uma camiseta até em muros.” (FARIAS, 2017, p. 3). Segundo a avaliação da comissão julgadora, “o resultado é bastante sóbrio, ao mesmo tempo em que evoca a visualidade fora de controle das ruas das grandes cidades.”. Além disso, a coordenadora da comissão pontua que “Os dois trabalhos que receberam menção honrosa seguem correntes contrastantes de linguagem gráfica – o minimalismo e o vernacular –, resultando em soluções que sugerem visões bastante diferentes sobre o prêmio.” (FARIAS, 2017, p. 3-4).

FIGURA 4 - CARTAZ DO 31º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

2.3 A SELEÇÃO DO CARTAZ DO 32º PRÊMIO DESIGN MCB

A chamada para as inscrições do Concurso do Cartaz foi feita via *site*, aproximadamente nove meses antes da abertura da exposição. Na postagem publicada em 15 de fevereiro de 2018 anunciou-se que “O objetivo da premiação, realizada anualmente, é promover a reflexão sobre o design brasileiro e incentivar o uso do cartaz como meio de expressão cultural.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018b). O conteúdo da postagem reforça ainda que a participação é aberta a pessoas físicas interessadas, brasileiros ou estrangeiros residentes no país há mais de dois anos, e profissionais ou estudantes. Segundo o texto divulgado, a edição apresenta

novidade para os participantes, a “facilidade de produção e de distribuição e, também, a entrega do cartaz impresso pode ser realizada sem a necessidade da fixação em um suporte rígido.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018b). No momento de lançamento do Concurso do Cartaz destaca-se o convênio para impressão e entrega do cartaz localmente, permitindo assim que designers de outros estados ou cidades, distantes de São Paulo, possam enviar o arquivo para uma das gráficas parceiras, encarregadas da entrega das peças diretamente ao Museu (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018b).

Na ocasião, o valor da premiação foi demarcado, assim como a remuneração para a criação de outras peças gráficas referentes à edição do evento, mediante contrato específico. Indicou-se que “os trabalhos inscritos no concurso que seguirem atentamente o regulamento poderão fazer parte da Mostra do Concurso do Cartaz, prevista para novembro”. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018b). O Museu afirma que a exposição, e a abertura para votação popular,

visam estimular a participação do público no debate sobre a produção atual em design gráfico e a revalorização do cartaz enquanto peça gráfica central em campanhas de divulgação. Com isso, o Prêmio Design MCB reforça seu caráter de apoio à construção da identidade do design nacional, ampliando sua interação com o público e aproximando os visitantes dos temas vocacionais da instituição. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018b).

Ainda na publicação de 15 de fevereiro de 2018, a comissão julgadora do Concurso foi apresentada. Gal Oppido, o coordenador do júri, foi indicado como fotógrafo, designer que atua como docente de Projeto Gráfico no IADE e Linguagem Visual na PUCCAMP, e ministrante do curso de Linguagem Fotográfica no MAM SP. Flávia Nalon, arquiteta formada pela FAU-USP, foi apresentada como mestre em Design da Comunicação pela FH Mainz (Alemanha) e como fundadora, com Fábio Prata, da ps.2 arquitetura + design. Com relação a Chico Homem de Melo (antes aqui mencionado), participante de várias outras edições do Concurso do Cartaz do Prêmio Design MCB, publicou-se o fato de o designer ser professor do Grupo de Disciplinas de Programação Visual do Departamento de Projeto da FAU-USP, ser autor de livros e artigos sobre design gráfico brasileiro e sócio da Homem de Melo & Troia Design. Por fim, foram citados os dois outros componentes do júri, Luís Bueno e Gabriel Ribeiro. Sobre o primeiro diz-se: “artista urbano com mestrado em artes visuais e professor de design e linguagem visual, docente no IED” (MUSEU DA CASA

BRASILEIRA, 2018b). O segundo, Gabriel Ribeiro, foi introduzido como “formado em Direção de Arte na Academia Internacional de Cinema de São Paulo (AIC) e Design Digital na Universidade Anhembi Morumbi, além de ser sócio fundador da produtora Instinto Coletivo Vídeo e Arte.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018b).

Em 09 de abril de 2018, uma postagem do *site* revelou a prorrogação do prazo para inscrições de cartazes para o Concurso, indicando o dia 07 de maio como data de divulgação do resultado. No texto disponível, publica-se que Luís Bueno, o artista urbano jurado do concurso, espera “ver peças que busquem dialogar com os fluxos urbanos, pois é importante que os designers estejam sensíveis a este momento, e busquem reencaminhar o cartaz para os espaços da cidade, lugar onde essa mídia originalmente floresceu” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018l). Indica-se também a fala do membro da comissão julgadora Chico Homem de Melo: “Vamos ver o que os cartazes inscritos este ano nos mostram sobre a cultura do nosso tempo” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018l).

Durante o processo de seleção, antes do encerramento do prazo expandido para as inscrições, o *site* do Museu da Casa Brasileira postou conteúdo intitulado “Confira as expectativas de Gal Oppido para o Concurso Cartaz” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018g). Na entrevista publicada, o responsável pela comissão julgadora afirma que “como instrumento revelador das construções estéticas de cada momento histórico que alinhou, o cartaz é um testemunho cultural.” O coordenador indica que

a escolha de uma peça gráfica que contenha uma gramática que possa gerar a identidade visual do PRÊMIO DESIGN é um desafio, pois se incumbe de harmonizar dois ambientes na sua contemporaneidade e história: o Design Gráfico e o do Objeto. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018g).

Questionado sobre suas expectativas, reforça que a comissão agrega no seu corpo experiências acadêmicas de projetos e da reflexão, e produção de ocupações gráficas urbanas (lambe-lambe) “onde o percurso entre concepção e concretização pousa nas mãos do autor.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018g). Finaliza dizendo que o perfil da comissão julgadora deve favorecer “olhares que sejam cúmplices da cena humana que serve à metrópole”, pois “Qualquer manifestação visual gráfica é testemunha cultural de seu tempo, portanto, o cartaz assume figura relevante nesse universo como produto de arte aplicada.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018g).

O processo de seleção encerrou-se em 23 de outubro de 2018, com a divulgação oficial da premiação. Mais uma vez, o *site* foi o meio de legitimação, sendo postagem específica dedicada a mostrar a peça escolhida e as demais selecionadas para a Mostra do Concurso do Cartaz (FIGURA 5).

FIGURA 5 - CARTAZ VENCEDOR DO CONCURSO DO CARTAZ

RESULTADO CONCURSO DO CARTAZ

Cartaz Vencedor

Autor: Celso Hartkopf Lopes Filho – Recife (PE)

**32º
prêmio
design
museu
da
casa
brasileira**

inscrições/
25 de
junho
a 15 de
agosto
de 2018
exposição/
a partir
de 15 de
novembro
de 2018
www.mcb.org.br

MCB

MUSEU DA CASA
BRASILEIRA



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018c).

Sobre o cartaz premiado, tanto no *site* quanto no catálogo do 32º PD MCB, publicou-se texto assinado pelo coordenador da comissão julgadora. Nele Gal Oppido (2018) destaca que

A peça vencedora, de autoria do designer Celso Hartkopf Lopes Filho, de Recife (PE), apresenta a gestualidade enquanto identidade cultural e é composto por uma ilustração, feita digitalmente, mesclada a técnicas de pontilhismo e pintura com as cores primárias distribuídas em grãos, que

imantam um pop pós-impressionismo no vigor cromático que lembra a bandeira pernambucana. (OPPIDO, 2018, p. 3).

Conversei com Gal Oppido em 20 de maio de 2019, e na ocasião, o fotógrafo e designer endossou a relevância da relação entre o caráter brasileiro e o uso do recurso técnico como justificativa para a escolha do júri. Em depoimento a mim concedido, reforçou que a peça selecionada como o primeiro lugar “conseguiu agrupar vários itens, sendo um deles o próprio elemento gráfico, uma espécie de pixel ampliado, criado para a imagem que está assentada no cartaz.” (OPPIDO, 2019). Outro elemento remarcado por ele “corresponde ao fato de a imagem apresentar dois conteúdos muito interessantes”:

o gestual que é muito familiar ao brasileiro (...). Uma mulher sentada com essa postura gestual típica, (...) o jeito dela sentar-se, a havaiana caída do pé, o pé na memória da havaiana que está no chão. Todo o conjunto, por ser havaiana e ela estar numa cadeira de plástico, de design bem familiar, que a gente chama de Marfinite, confundindo a marca pela descrição do produto. Então a imagem transpirava assim um ar muito particular. (OPPIDO, 2019).

O segundo conteúdo relevante, de acordo com Gal Oppido (2019), foi o caráter único da ilustração, pois “ela não guarda certa assepsia gráfica que a isenta do lugar.”. Um elemento importante para a escolha, de acordo com ele, corresponde ao fato de o designer “saber lidar com a criação eletrônica de um micro fragmento gráfico aglutinada em torno de uma imagem que tem dotes bem brasileiros.” (OPPIDO, 2019). O coordenador da comissão julgadora lembrou que os outros cartazes avaliados e selecionados também apresentaram aproximações e ocupações gráficas do espaço de forma interessante, mas o vencedor destacou-se por essas características, enquanto contemplou a cadeira como objeto emblemático do pensamento de design industrial (OPPIDO, 2019).

Ainda no mesmo depoimento, Gal Oppido (2019) revelou ter feito questão de inserir dois artistas urbanos como jurados do Concurso do Cartaz. A seu ver, a produção e inserção de lambes realizada por Luiz Bueno e Gabriel Ribeiro exige o exercício de uma leitura muito precisa da cidade, relacionada a uma convivência estreita com o espaço para o qual dá-se a origem do cartaz. A seu ver, a aproximação com a arte urbana permite uma expansão de perspectiva, excedendo os limites do design comercial ou institucional. Lembrou o fato de que boa parte dos cartazes ser afixado em escolas do circuito público foi importante para o corpo de jurados que optou

por favorecer uma escolha não hermética, apreciável para além dos pares. Em suas palavras, “a própria avaliação das peças gráficas envolvidas teve no bojo do júri essa ideia de experiências cruzadas” (OPPIDO, 2019). Sob sua coordenação, Luiz Bueno, Gabriel Ribeiro, Chico Homem de Melo e Fernanda Nalon, escolheram a peça vencedora de maneira unânime.

Quanto à expografia, e sobre o fato de os cartazes estarem dispostos de maneira suspensa, Gal Oppido (2019) avaliou que a ocupação aérea do espaço “relativiza a observação, dando mais fluidez”. A seu ver, a disposição minou a hierarquia entre as peças e solicitou de o visitante percorrer, analisar e avaliar. A expografia “colocou o visitante um pouco na nossa postura, quando a gente fez a leitura dos cartazes e colocou-os no chão, íamos passeando entre eles” (OPPIDO, 2019).

Desde a 29ª edição, os textos assinados pelas comissões julgadoras, publicados nos catálogos do evento, são acompanhados por registros fotográficos dos jurados em ação no interior do Museu da Casa Brasileira. No catálogo do 32º PD MCB publica-se um conjunto de fotografias relacionadas ao processo de seleção que vai ao encontro da afirmação de Gal Oppido. As imagens que acompanham o texto institucional, assinado por ele, já aqui referenciado, mostram os cinco jurados em pé, conversando e observando os cartazes dispostos no chão do pátio contíguo às salas expositivas dedicadas ao evento (FIGURA 6). Uma das imagens ali publicadas (creditada ao fotógrafo Vinicius Stasolla) mostra o jurado Luiz Bueno segurando o cartaz vencedor, circundado pelos demais componentes do júri, enquanto Chico Homem de Melo toca e indica com a mão esquerda um detalhe da ilustração que compõem o trabalho de Celso Hartkopf (FIGURA 7).

FIGURA 6 - JURADOS E O PROCESSO SELETIVO DO CARTAZ NO CATÁLOGO DO 32º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

FIGURA 7 - AVALIAÇÃO DOS CARTAZES INSCRITOS NO CONCURSO CARTAZ NO CATÁLOGO DO 32º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

A imagem que encerra a sequência dedicada ao processo seletivo, contempla Gal Oppido segurando o cartaz vencedor tendo os jurados parceiros ao seu lado enfileirados, diante de uma parede em que cartazes premiados em outras edições estão expostos e dispostos de maneira equidistantes e em molduras idênticas (FIGURA 8).

FIGURA 8 - JURADOS E O CARTAZ PREMIADO NO CATÁLOGO DO 32º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

2.4 A MOSTRA DO CONCURSO DO CARTAZ DO 32º PRÊMIO DESIGN MCB

De modo excepcional, no catálogo do 31º PD MCB incluiu-se imagens específicas da Mostra do Concurso do Cartaz (FIGURA 9). As imagens em preto e branco, diagramadas nas páginas 12, 13 e 14 da publicação mostram diferentes pontos de vista do espaço expositivo, apresentando os cartazes alinhados lado a lado nas paredes do MCB (FIGURA 10).

FIGURA 9 - PÁGINAS 12 E 13 DO CATÁLOGO DO 31º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2017).

FIGURA 10 - PÁGINA 14 DO CATÁLOGO DO 31º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2017).

Por comparação, a proposta expográfica do 32º PD MCB é então bastante distinta. Constatamos a diferença, inicialmente, por meio do *site* institucional, no qual, publicou-se imagem do cartaz vencedor em 2018, exposto afastado da parede, suspenso por cabos transparentes (FIGURA 11).

FIGURA 11 - O CARTAZ DO 32º PD MCB EM EXPOSIÇÃO



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

As fotografias sobre a abertura da exposição, publicadas no *site* e no catálogo do Prêmio Design, entretanto, não mostraram a comunicação entre a rua e o interior do Solar neoclássico localizado na Avenida Brigadeiro Faria Lima, número 2705. Ao chegar no endereço, em 15 de janeiro de 2019, às 10h00, observei atentamente a fachada, antes de atravessar o grande portão de metal e iniciar o contato com os espaços expositivos. Nesse momento, fiz o primeiro registro fotográfico do campo de pesquisa (FIGURA 12), instigada pelo contraste entre o estilo arquitetônico da sede do Museu e as propriedades da comunicação visual referente à 32ª edição do Prêmio Design MCB.

FIGURA 12 - FACHADA DO MCB EM 15 DE JANEIRO DE 2019



FONTE: A autora (2019).

Por meio do enquadramento fotográfico, as duas extensas faixas verdes que ostentam em branco a marca do museu foram incluídas. A duplicidade das faixas verdes reforça a simetria, característica do estilo arquitetônico, em articulação pacífica com as estátuas no frontão e a monograma no centro do frontispício. A recente marca do Museu da Casa Brasileira, impressa em branco sobre o fundo verde, concebida pelo designer gráfico Rico Lins (responsável pela comissão julgadora do Concurso do Cartaz do 31º PD MCB), é parte de um projeto que visa introduzir linguagem jovem, dinâmica e flexibilidade de aplicações (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2019).

Na época da divulgação de seu trabalho junto à instituição, o designer Rico Lins explicou que o objetivo principal da proposta foi a atualização gráfica, a definição de um padrão de identidade visual que ao mesmo tempo garantisse o reconhecimento e permitisse sistematizar os elementos visuais que caracterizam o Museu da Casa Brasileira (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2019). O projeto, aplicado desde 2015, abarcou a identidade visual, sinalização, definição tipográfica e paleta de cores para materiais institucionais. No manual de identidade visual, publicado por Rico Lins + Studio (2017), esses aspectos são detalhados e as especificações para a marca em

relação às peças gráficas referentes ao Prêmio Design (FIGURA 13 E 14) aparecem igualmente definidas. Entretanto, o *banner* externo que comunicou a vigência da 32ª edição para os transeuntes da Avenida Brigadeiro Faria Lima (FIGURA 12) não se enquadrou nas indicações previstas pelo manual.

FIGURA 13 - PÁGINA 4 DO MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DO MCB



FONTE: RICO LINS + STUDIO (2017).

FIGURA 14 - PÁGINA 23 DO MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DO MCB

assinatura vinculada ao número + paleta cromática

Nos casos em que os dois algarismos tem a mesma altura, o "MCB" alinha-se ao todo; caso contrário, alinha-se ao segundo algarismo.

O verde MCB deverá ser usado no ano de 2015 como forma de reforçar a identificação com a cor institucional. Nos anos posteriores, as cores devem alternar entre tons quentes e frios, conforme as sugestões abaixo:



FONTE: RICO LINS + STUDIO (2017).

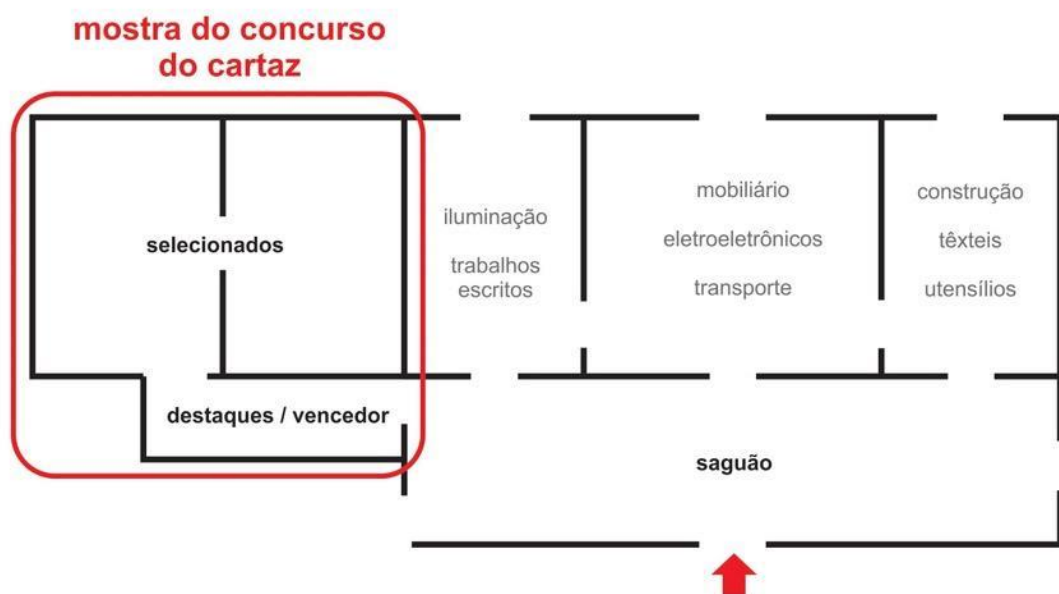
Do lado de fora do Museu, o *banner* com dados tipográficos e um recorte da ilustração assinada pelo designer Celso Hartkopf, vencedor do Concurso do Cartaz, estabeleceu o primeiro contato com a exposição do 32º Prêmio Design, com início em 10 de novembro de 2018. Ao atravessar o pátio frontal e passar pela recepção, já no interior do MCB, deparei-me com *layout* análogo ao do *banner* externo, sendo o recorte ampliado da ilustração colorida o elemento principal presente no *hall* (FIGURA 15). O espaço livre externo às salas, e a parede que delimita a entrada, enfatizou a identidade visual do evento e sua relação com o Concurso do Cartaz. A Mostra do Concurso do Cartaz, inaugurada em 10 de novembro de 2018, ocupou as salas à esquerda da entrada principal do Museu da Casa Brasileira (FIGURA 16).

FIGURA 15 - HALL DO MUSEU DA CASA BRASILEIRA E A EXPOGRAFIA DO 32º PD MCB



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 16 - LOCALIZAÇÃO DA MOSTRA DO CONCURSO DO CARTAZ NO TÉRREO DO MCB



FONTE: A autora (2019).

Em 15 de janeiro de 2019, ocasião da minha primeira visita, o cartaz vencedor podia ser visto do *hall*, emoldurado pelo vão de acesso. Devido ao fato de estar suspenso por cabos presos na luminária pendente do teto, e em decorrência da circulação de ar interna, percebi que ele girava lentamente. Em decorrência disso, antes mesmo de entrar na sala, notei que havia duas versões do cartaz, uma posicionada no verso da outra (FIGURA 17).

FIGURA 17 - SUPORTE EXPOGRÁFICO DO CARTAZ DO 32º PD MCB



FONTE: A autora (2019).

Ao ultrapassar a porta, remarquei a posição central do cartaz no espaço definido. Ao explorar a distribuição espacial e reconhecer os elementos presentes, inferi que tal posição reforçava a narrativa sobre o processo seletivo. Antes de uma aproximação efetiva com o cartaz vencedor, a expografia ofereceu, na parede à

direita, o título da Mostra e o texto assinado pela comissão julgadora (em português e inglês) (FIGURA 18).

FIGURA 18 - PAREDE À DIREITA DA ENTRADA: TÍTULO E TEXTO DA COMISSÃO JULGADORA



FONTE: A autora (2019).

A parede à esquerda da sala incluiu um mapa do Brasil, com indicações das origens dos participantes do Concurso. Ao lado do mapa, a expografia apresentou ainda outros gráficos, atrelados a dados quantitativos referentes à profissão dos participantes, à faixa etária dos mesmos, ao número de cartazes inscritos, ao número de peças gráficas componentes da mostra e ao número de cartazes Destaques (FIGURA 19). Aqueles elencados como Destaques foram mostrados também em impressões de dimensão reduzida, em preto e branco sobre fundo amarelo. Alinhados e colados na parede, os cartões foram seguidos por fichas de identificação. O nome dos autores e locais de origem foram apresentados sobre o mesmo fundo colorido (FIGURA 20).

FIGURA 19 - PAREDE À ESQUERDA DA ENTRADA: MAPA E DADOS QUANTITATIVOS



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 20 - PAREDE À ESQUERDA DA ENTRADA: DESTAQUES DO CONCURSO



FONTE: A AUTORA (2019).

Os Destaques, em escala original, foram expostos atrás do cartaz vencedor. A proximidade entre eles e o consequente distanciamento do cartaz vencedor construiu a noção de grupo, ressaltando a posição hierárquica definida pelo júri (FIGURA 21). As alturas de suspensão eram distintas e as peças gráficas estavam soltas no espaço, afastadas da parede. O caráter bidimensional dos cartazes foi, dessa forma, tensionado pelo efeito de flutuação proporcionado. Além disso, a configuração definiu uma proximidade entre as versões impressas que inviabilizou a ação de circundar e contemplar individualmente cada uma. O efeito, portanto, foi de sobreposição.

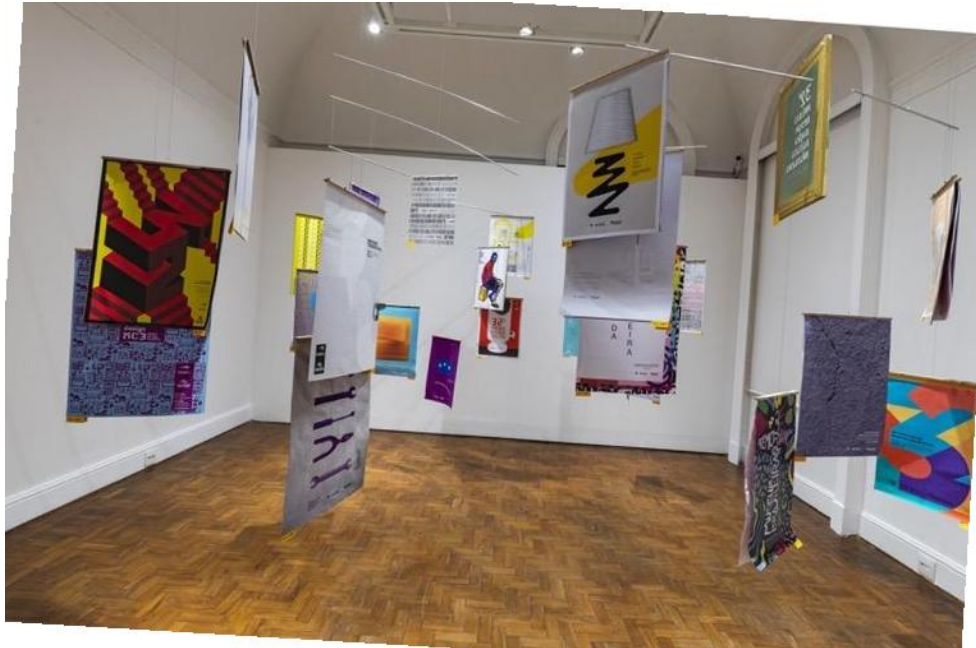
FIGURA 21 - OS CARTAZES DESTAQUES EM EXPOSIÇÃO



FONTE: A autora (2019).

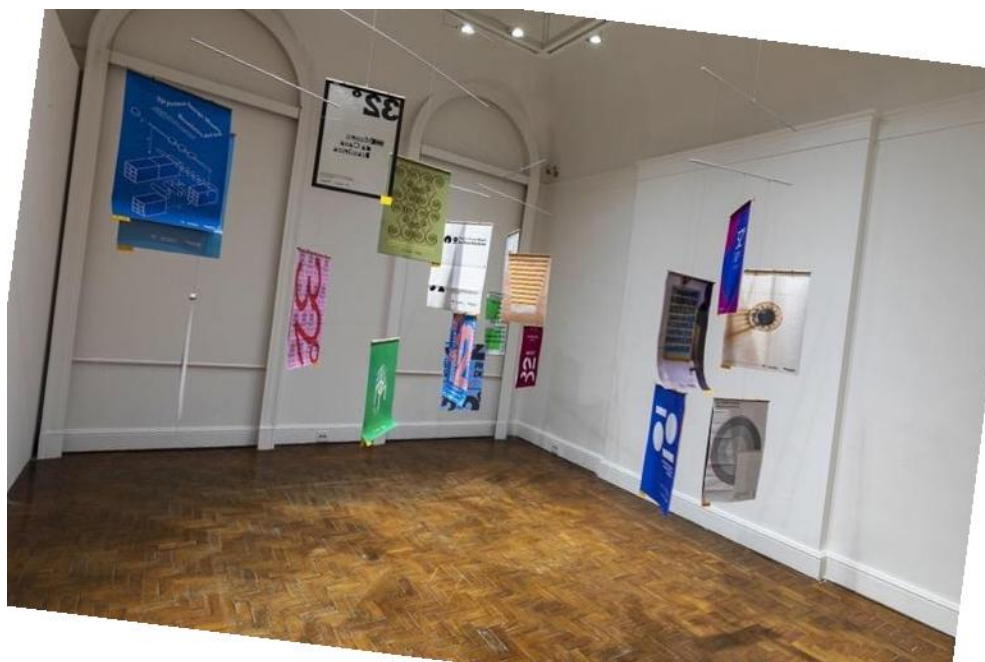
Apresentados de forma análoga, os demais cartazes classificados como Selecionados ocuparam as duas outras salas contíguas, constituindo núcleos de cartazes flutuantes (FIGURA 22 e FIGURA 23). As arestas superiores das impressões foram presas por parafusos em régulas de madeira, suportadas e distribuídas em estruturas de metal. As estruturas foram conectadas a cabos transparentes que pendiam das luminárias do MCB. A expografia, portanto, investiu na uniformidade do efeito de soltura espacial, sendo que alguns cartazes estavam bem próximos dos olhos e das mãos dos visitantes, enquanto outros estavam mais próximos ao teto. Alguns deles foram dispostos abaixo da linha do olhar convencional (FIGURA 23).

FIGURA 22 - NÚCLEO DE CARTAZES SUSPENSOS E SUPORTES EXPOSITIVOS



FONTE: SANTIAGO (2018).

FIGURA 23 - ALTURAS DOS CARTAZES EXPOSTOS EM RELAÇÃO AO PISO DA SALA



FONTE: SANTIAGO (2018).

Entre os dias 15 e 20 de janeiro de 2019, durante as consecutivas visitas por mim realizadas, percebi que as variações de altura me empurravam para as bordas das salas de exposição. Apesar da sensação de movimento provocada pela suave rotação dos cartazes presos nas régua de madeira, a distribuição solta e em ritmo aleatório gerava a necessidade de certo distanciamento para observação. Identifiquei que a trajetória circular, ao redor do núcleo de cartazes flutuantes, permitia que os cartazes expostos mais abaixo da linha dos olhos fossem vistos de maneira completa, enquanto o ofuscamento provocado pela luz dos *spots* de iluminação não atrapalhava a visualização das peças mais próximas do teto (FIGURA 24).

FIGURA 24 - VISTA DA MOSTRA DO CONCURSO DO CARTAZ DO 32º PD MCB



FONTE: A autora (2019).

Constatei também os efeitos da gravidade sobre as peças gráficas suspensas. O papel deformado e as superfícies enrugadas promoveram o desalinhamento entre as peças posicionadas em cada face da régua (FIGURA 25). Mesmo não tendo como suporte o papel, um dos cartazes expostos apresentou avarias e a provável diferença de condição física em comparação com o momento da montagem (FIGURA 26).

FIGURA 25 - CONDIÇÃO FÍSICA DOS
CARTAZES SELECIONADOS EM EXPOSIÇÃO



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 26 - CONDIÇÃO FÍSICA DOS
CARTAZES SELECIONADOS EM EXPOSIÇÃO
(2)



FONTE: A autora (2019).

Na extremidade de cada cartaz Selecionado havia uma etiqueta amarela com um código composto por dez números. Os Selecionados foram submetidos a voto popular durante a vigência da exposição e, por isso, não havia informações sobre os autores de cada peça gráfica, assim como as utilizadas para identificar os cartazes Destaques, em cartões com legendas indicando nome e origem.

Durante as visitas realizadas, entre 15 e 20 de janeiro, atestei baixa visitação. Levei em consideração o período de férias escolares e supus que a maioria dos votos tenha sido coletado durante o evento de abertura, quando a exposição funcionou como ponto de encontro para os designers participantes, os jurados e demais envolvidos ou interessados. No período subsequente de vigência da exposição, contudo, verifiquei que não houve programação específica. Enquanto no espaço expositivo, atestei que os cartazes estavam disponíveis para a contemplação sem a opção de mediação.

No dia 16 de janeiro de 2019, por volta das 13h25, observei duas jovens, com aparente idade universitária, contemplando de maneira dedicada os cartazes Selecionados. Ao circular ao redor dos núcleos expositivos apontaram e disseram uma para outra: “Olha que legal!”, “Gostei desse!”, “Esse é bom!”. “Olha esse! Fizeram com a tipografia do Gentileza.” Contudo, não constatei que elas tenham efetivado voto.

2.5 DO PRÊMIO DESIGN PARA A BIENAL BRASILEIRA DE DESIGN GRÁFICO

A expografia da Mostra do Concurso do Cartaz do 32º PD MCB, apresentou, por meio de legenda textual, somente o nome e o local de origem de Celso Hartkopf Lopes Filho, o designer vencedor que trabalha e vive em Recife (PE). Com base em dados coletados na Plataforma Lattes (2019) constatei que ele é graduado pela Universidade Federal de Pernambuco e Mestre em Design, pela mesma instituição. Em 2018 defendeu a dissertação sob o título **Padrões de intenção no trabalho de Aloísio Magalhães - uma análise do processo de criação do símbolo do IV Centenário do Rio de Janeiro**.

Em entrevista a mim concedida por e-mail, em 16 de abril de 2019, Celso Hartkopf compartilhou (copiou e colou) o texto enviado como defesa de seu cartaz no momento da inscrição:

O cartaz é composto por uma ilustração, feita digitalmente, mesclando técnicas de pontilhismo e pintura. A imagem usa apenas as cores primárias, azul, vermelho e amarelo, tendo em acréscimo apenas o preto e o branco. Na cena, o foco recai sobre o sujeito sentado, a pessoa e suas expressões, aos quais o objeto dá apoio, presta auxílio, mas não toma o centro. (HARTKOPF, 2019).

Segundo ele, o texto sintetizou o discurso conceitual da peça, ou seja, o foco para a pessoa e não para o objeto. O designer contou ter enviado uma proposta pela primeira vez ainda como estudante e que tem acompanhado o Prêmio Design MCB nos últimos 10 anos, atentando para os cartazes vencedores e selecionados. Em suas palavras,

Durante esse período observei que a figura humana era pouco abordada como tema central dos cartazes, os motivos tipográficos e a exploração dos objetos como metáforas eram os mais recorrentes, destes, a cadeira é certamente o favorito entre os participantes e jurados. Com base nesse

histórico, decidi abraçar a premissa de fazer uma peça que dirigisse o foco para a pessoa sentada como centro do discurso, e não para a cadeira como objeto de desejo apenas. Terminei enviando uma série de 3 cartazes segundo essa mesma ideia central. (HARTKOPF, 2019).

Sobre a atribuição de criação de demais peças gráficas para o evento, a partir do cartaz, Celso Hartkopf destacou a importância da colaboração. “Comecei explorando as possibilidades de desdobramentos e reorganizações, sempre discutindo com a equipe do MCB os melhores usos” (HARTKOPF, 2019). A seu ver,

A equipe foi muito fiel à proposta visual, explorando os conceitos gráficos do cartaz de diferentes formas. Um bom exemplo é a expografia, onde as informações das peças expostas estavam em módulos coloridos, assim como os módulos da ilustração base do cartaz. (HARTKOPF, 2019).

Ainda sobre a relação entre a identidade visual e a expografia o designer declarou que a escolha por expor os produtos premiados em “formato de móvel, (...) conserva a ideia de amontoado presente no cartaz.” (HARTKOPF, 2019).

Ao ser por mim questionado sobre as repercussões da participação em sua carreira, o designer contou que a experiência foi gratificante. Em suas palavras,

(...) o MCB é um dos principais espaços de discussão e preservação do design brasileiro. Fazer parte, mesmo que em um pequeno ponto, nessa missão foi incrível. Neste ano tive a oportunidade de contribuir novamente com o Prêmio, desta vez como integrante do júri de cartaz. A escolha ocorreu no dia 08/04. A perspectiva de acompanhar o prêmio pelo ‘outro lado’ foi muito rica, pois pude vivenciar a tarefa de analisar todos os cartazes, compreender as convergências coletivas no discurso e discutir um pouco sobre design brasileiro com companheiros de profissão. Após essa nova contribuição, ratifico o que coloquei acima, o MCB é um dos mais importantes espaços de discussão do design nacional. (HARTKOPF, 2019).

O cartaz vencedor do Concurso do Cartaz do 32º PD MCB, criado por Celso Hartkopf, foi contemplado também pela 13ª Bienal Brasileira de Design. Concernente à categoria Identidade e Branding, efetivamente considerado como parte de um projeto extenso, foi indicado como realização em parceria com o Museu da Casa Brasileira. Segundo o texto de divulgação publicado no *site* do evento, promovido pela Associação dos Designers Gráficos no Brasil, a ADG Brasil,

O projeto consistiu na criação e desenvolvimento da identidade visual para o 32º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, realizado em 2018. A premiação é um dos eventos mais tradicionais de design do Brasil, englobando diversas categorias da produção de design nacional. A primeira etapa do Prêmio Design MCB, um concurso de cartaz, seleciona a peça

conceito que irá servir como base para toda a identidade visual da edição. Segundo o Museu, o cartaz premiado deve funcionar em sua função original, mas também ser capaz de ser estendido à comunicação de toda a identidade edição. O cartaz foi selecionado como 1º lugar no concurso, escolhido por um corpo de 5 jurados, e ao longo do mês subsequente desdobrado, em parceria com a equipe do Museu da Casa Brasileira, através de todo o material gráfico e informativo do evento: folheto, catálogo, regulamento, convite, certificado, sinalização expográfica e peças digitais. (ADG, 2019).

A 13ª Bienal Brasileira de Design Gráfico (BBDG), edição dedicada a ressaltar os 30 anos de realização do evento, não ocorreu em São Paulo. Assim como a anterior, realizada em Brasília, a mais atual versão da exposição foi efetivada fora do eixo Rio-São Paulo. Em cartaz na capital do Paraná, Curitiba, entre novembro e dezembro de 2019, a exposição ocupou o espaço externo do Museu Oscar Niemeyer, com entrada gratuita (FIGURA 27).

FIGURA 27 - ENTRADA DA 13ª BBDG NO MON/PR



FONTE: A autora (2019).

O *síte* da BBDG apresentou a iniciativa como “a mais antiga e importante mostra de design gráfico do País” (ADG, 2019). No texto institucional ali publicado afirma-se que, devido a busca por “mais aderência às questões da diversidade e representatividade nacional”, o evento torna-se “em suas últimas edições, itinerante, com mostras em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.” (ADG, 2019). Indica-se como curador o designer Gustavo Greco, ressaltando o fato de o mesmo representar o estado de Minas Gerais. Os jurados listados na página eletrônica foram igualmente identificados pelo estado de origem.

Segundo a mesma fonte, a identidade do evento atravessa o conceito de multidão e

A curadoria deste ano busca por um design gráfico brasileiro que se expressa por múltiplas vozes, representadas na identidade do evento pelo hibridismo, mestiçagem, sobreposição de camadas e formas e multiplicação das cores. O corpo de júri é integralmente brasileiro, com integrantes de diversos Estados e números aproximados de mulheres e homens, que devem evidenciar e abrir espaço para projetos de todas as regiões do país. Está declarado o respeito pela diversidade e pluralidade. (ADG, 2019).

Contudo, explicitar um partido curatorial não é prática regular, tendo em vista edições anteriores da BBDG. Em textos institucionais publicados em catálogos das primeiras edições, a ADG afirma que os eventos contam com a inscrição espontânea de designers gráficos brasileiros. Acerca da 2ª BBDG, em 1994, a Comissão indica que

O resultado final é um imenso painel onde a ingenuidade encontra a experiência e o artesanato, o computador. Alguns trabalhos flertaram com o excesso em um claro entusiasmo com o novo brinquedo, outros elegeram a elegância e a diversidade de suportes como plataforma. (ADG, 1994, p. 5).

Para a 4ª edição, em 1998, não houve seleção prévia. Segundo texto publicado no catálogo (ADG, 1998), “A única exigência da coordenação da Bienal é quanto à sua atualidade: os projetos devem ter sido realizados entre novembro de 1995 e novembro de 1997.”.

Dessa forma, o que aqui está é um retrato sem retoques da produção de uma parcela significativa dos designers gráficos brasileiros no último biênio. Estão presentes projetos criados em várias mídias – inclusive novíssimas –, por profissionais espalhados por nove Estados – São Paulo, Rio de Janeiro,

Minas Gerais, Maranhão, Sergipe, Pernambuco, Distrito Federal, Paraná e Rio Grande do Sul. (ADG, 1998, p. 5).

O procedimento de inscrição espontânea mudou na 6ª edição, sendo Chico Homem de Melo, o curador responsável por coordenar o trabalho de 35 jurados. No catálogo da exposição, realizada em 2002, o curador assina texto onde destaca a dificuldade de selecionar 300 dentre os mais de 1700 trabalhos inscritos. Segundo Chico Homem de Melo, “a seleção do que entra e do que não entra na Bienal define o que entra e o que não entra no maior e mais consistente registro da história do design gráfico no Brasil.” (MELO, 2002, p. 17). Por esse motivo, explica que as escolhas consideram o que é bom design em articulação com o que é novidade. Em suas palavras, “O esforço dos envolvidos no processo de seleção foi para que, além do novo, o ótimo fosse identificado e tivesse garantido o seu lugar.” (MELO, Chico Homem de, 2002, p. 19). Nesse sentido, “o desafio da curadoria e dos jurados foi equilibrar transgressão e consistência”, considerando que “A seleção final traduz com fidelidade o design gráfico feito hoje no Brasil, em toda a sua riqueza e heterogeneidade.” (MELO, Chico Homem de, 2002, p. 19).

Na 7ª Bienal Brasileira de Design Gráfico, realizada em 2004, a figura do curador não foi referenciada, sendo Bruno Porto indicado como coordenador do júri. Em texto publicado no catálogo, o designer explica que, diferentemente das edições anteriores, o júri de cada categoria definiu três projetos selecionados. Além disso, reforça como critérios o contexto no qual os trabalhos inscritos foram produzidos e a excelência na pluralidade de linguagens, portes e segmentos. Segundo ele, “Estar na Bienal já é um mérito por si só. Dessa forma, pôde-se ter reconhecida de forma mais democrática uma diversidade maior de qualidades, investimentos, complexidades, segmentos, linguagens, estilos e soluções.” (PORTO, 2004, p. 11).

Na BBDG seguinte, realizada em 2006, uma comissão curatorial composta novamente por Bruno Porto, André Stolarski, Fernanda Martins e Marco Aurélio Kato foi instituída. Em texto publicado no catálogo intitulado **Transformando a Bienal**, a comissão afirma que, “De fato, a Bienal não é uma exposição de raiz curatorial.” Isso porque não há pesquisa prévia.

São os designers que, por iniciativa própria, mandam (ou não) seus trabalhos para julgamento. Os trabalhos, por sua vez, são julgados por critérios intrínsecos de qualidade, sem relação com o arranjo final da exposição. A única possibilidade de transformar a Bienal em uma exposição francamente

crítica, estimulando a leitura dos trabalhos expostos, é intervir depois desse processo, identificando questões e comportamentos comuns presentes nos trabalhos. Foi o que fizemos. (ADG BRASIL, 2007, p. 15).

A comissão curatorial criou uma estrutura para a exposição calcada em 11 núcleos: Renovando o mercado, Ampliando o moderno, Rearticulando objetos, Mergulhando no *pop*, Aumentando o corpo, Trabalhando com apropriação, Investigando o Brasil, Reinventando o clássico, Explorando a informalidade, Acumulando signos, Provocando o receptor, Pensando o design.

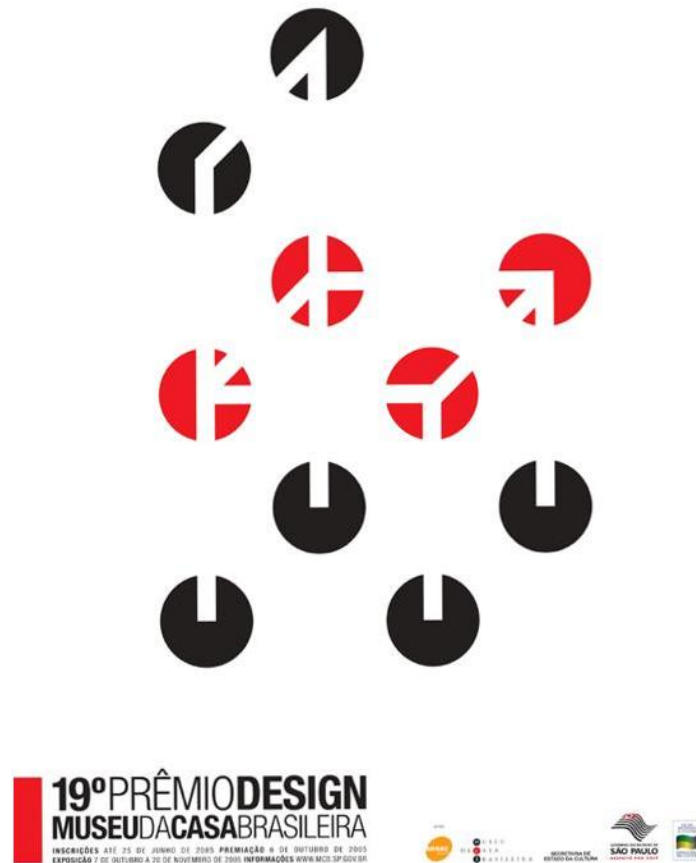
Segundo o catálogo da edição, o cartaz do 19º PD MCB (FIGURA 28) foi contemplado como parte do núcleo **Rearticulando Objetos**, onde se reconheceu que

as coisas também têm uma rotina, um modo corriqueiro de se organizar, que muitas vezes persiste por pura inércia – das pessoas. Uma das características mais interessantes do design é seu poder de escapar dessa rotina e reorganizar as coisas de maneira surpreendente, despertando nossa curiosidade e provando que de perto nada é normal. (ADG BRASIL, 2007, p. 103)

A imagem do cartaz aparece impressa na página 109 do catálogo, seguida de um sucinto texto descritivo:

A representação indireta de uma cadeira – um objeto tradicionalmente associado ao design – usa o princípio do “fechamento”, oriundo da psicologia da Gestalt, para induzir a participação do público no evento desde o contato com seu cartaz. A referência a identidade visual do museu aparece nas formas e nas cores utilizadas. (ADG BRASIL, 2007, p. 109)

FIGURA 28 - CARTAZ DO 19º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

Cartazes do Prêmio Design MCB participaram novamente da BBDG em sua 10ª edição. Na ocasião, o cartaz do 25º PD MCB (FIGURA 29) foi indicado como destaque da categoria promocional. No catálogo a peça gráfica aparece acompanhada da seguinte descrição:

Para explorar a cultura do mobiliário brasileiro sem precisar mostrá-lo, o cartaz do prêmio alude às embalagens em que os móveis são transportados. A peça serviu como base para o desenvolvimento de toda a comunicação da premiação, o certificado de participação foi impresso no cartaz e o projeto expográfico se baseou na caixa de papelão sendo aberta. (ADG BRASIL, 2014, p. 213).

Como comentário do Júri publica-se: “o destaque se justifica pelo uso do material inusitado e vernacularmente coerente com o objeto da sua promoção, bem incorporado ao conjunto de informações apresentadas.” (ADG BRASIL, 2014, p. 213).

FIGURA 29 - CARTAZ DO 25º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

Já o cartaz do 26º PD MCB (FIGURA 30) não foi enquadrado como destaque e não há comentário do júri justificando sua seleção. Contudo, a descrição da peça publicada afirma que

o cartaz de divulgação do prêmio de design traz informações em verniz que (des)aparecem com o movimento do observador. Já a palavra “USE”, em preto, convida-o para o prêmio e para intervir na folha do próprio cartaz. O mesmo princípio desdobrou-se em outras peças de divulgação do prêmio, sempre tomando o meio como mensagem e o receptor como produtor. (ADG BRASIL, 2014, p. 214).

FIGURA 30 - CARTAZ DO 26º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018).

O processo de seleção de projetos da 10ª edição da BBDG também não contou com a figura de um curador. Assim como na 7ª edição, realizada em 2006, os trabalhos inscritos foram avaliados por comissão julgadora coordenada por Bruno Porto. Segundo o catálogo da exposição, a comissão contou com “89 pessoas de 13 países e 8 estados brasileiros: o maior e mais variado júri de todas as Bienais da ADG.” (ADG BRASIL, 2014, p. 32). Bruno Porto (2014, p. 14) teceu comentários sobre o processo de seleção, declarando que os jurados da edição enfrentaram a árdua tarefa de definir um recorte de projetos significativos da nossa época. O coordenador explicou também que as 1910 inscrições foram inicialmente avaliadas online e que os 725 projetos assim selecionados foram avaliados presencialmente em São Paulo. Segundo ele, o júri chegou ao número final de trabalhos, destacando e comentando 71 deles.

Ao consultar a bibliografia sobre o Prêmio Design MCB e a Bienal Brasileira de Design Gráfico é facilmente verificável a recorrência dos jurados. A seleção de projetos significativos para a produção brasileira, por tanto, é realizada por um grupo relativamente estrito. Consequentemente, os textos que compõem os catálogos das edições dos eventos e de revisões históricas dos mesmos são produzidos por um círculo regular de designers gráficos. Esse fato aponta para um ponto fulcral de narrativas históricas do design gráfico, de acordo com o estudioso Victor Margolin (2014). Ao analisar as narrativas de autores como Philip Meggs, Richard Hollis, Paul Jobling, David Crowley e Enric Satué, o professor emérito de História do Design na University of Illinois destaca o peso da formação em design gráfico compartilhada por eles para o reforço de cânones profissionais. Avalia que “Um fator importante na canonização de peças de design gráfico é a satisfação visual que elas proporcionam a um habituado designer gráfico.” (MARGOLIN, 2014, p. 244). De acordo com Victor Margolin (2014, p. 244-45), o considerável consenso com relação à forma e à qualidade visual dos trabalhos incluídos nas narrativas históricas examinadas, desfavorece a inserção de trabalhos de designers menos conhecidos, mas que desempenharam papéis relevantes no desenvolvimento da profissão.

Apesar de o projeto de Identidade e Branding desenvolvido por Celso Hartkopf, em conjunto com a equipe do MCB, ter sido selecionado pela mais recente edição da BBDG, não foi exposto propriamente no salão externo do Museu Oscar Niemeyer. O processo seletivo do evento organizado pela ADG definiu que, dentre os projetos selecionados, alguns seriam considerados destaques, indicados no *site* por meio de um sutil asterisco. Somente eles fizeram efetivamente parte da exposição, excedendo o ambiente digital de apresentação.⁷

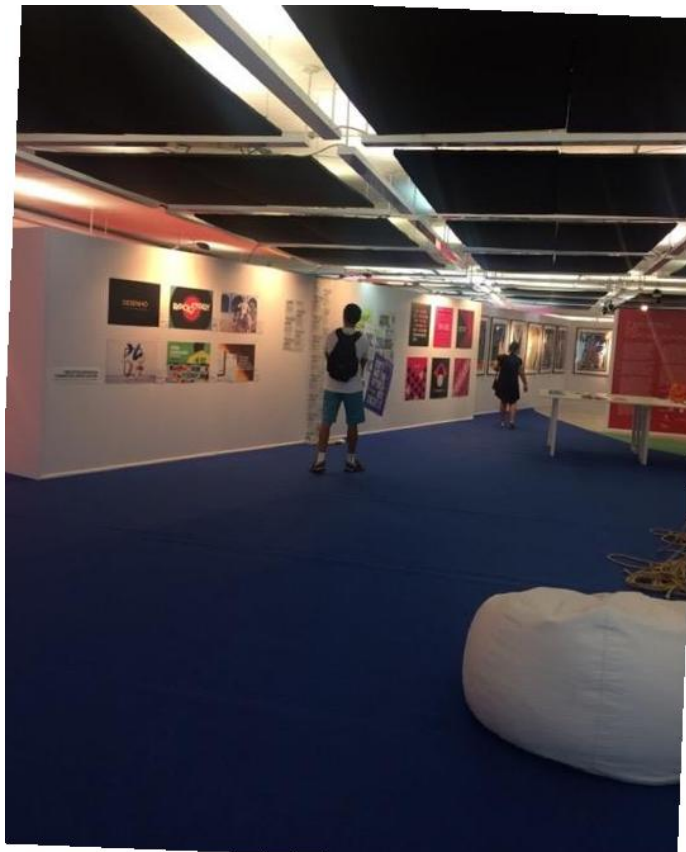
Condição do cartaz de Marcelo Siqueira e o Estúdio Arco, integrado ao espaço expositivo no Museu Oscar Niemeyer em Curitiba (FIGURA 34). Selecionado entre os 10 finalistas na Mostra Concurso do Cartaz do 32º PD MCB, a peça foi exposta junto aos demais assim classificados, atrás do cartaz vencedor na exposição do Museu em São Paulo (FIGURA 23 e FIGURA 24). Sobre a peça gráfica, que utiliza o plástico bolha como suporte, publicou-se no *site* da 13ª BBDG que

⁷ Informação confirmada pelo Doutor em Design pela UFPR, Rafael de Castro Andrade, jurado representante do Paraná na 13ª Bienal Brasileira de Design Gráfico (indicado nos materiais do evento como “Rafael Ancara”).

Este material simboliza um objeto de reflexão sobre os atuais modos de consumo, carregando consigo a trajetória desde a produção ao descarte, além de levantar questões como alto nível de industrialização e automatização. A solução gráfica foi criar uma repetição com os blocos de informação, que se estendem pelo rolo de plástico bolha, e fazem referência ao processo industrial. E então, os cartazes são formados a partir de cortes seccionados pelo rolo, gerando diferentes composições. (ADG BRASIL, 2019).

Ao contrário do modo como foi mostrado no espaço expositivo no Museu da Casa Brasileira, na exposição da 13ª BBDG, em Curitiba, o cartaz Destaque do 32º PD MCB foi apresentado preso a painel fixado bidimensionalmente. Desse modo, o material transparente não foi evidenciado como o foi alguns meses antes, em São Paulo (FIGURA 31 e FIGURA 32),

FIGURA 31 - CARTAZ DESTAQUE DO 32º PD MCB EM EXPOSIÇÃO NA 13ª BBDG



FONTE: A autora (2019).

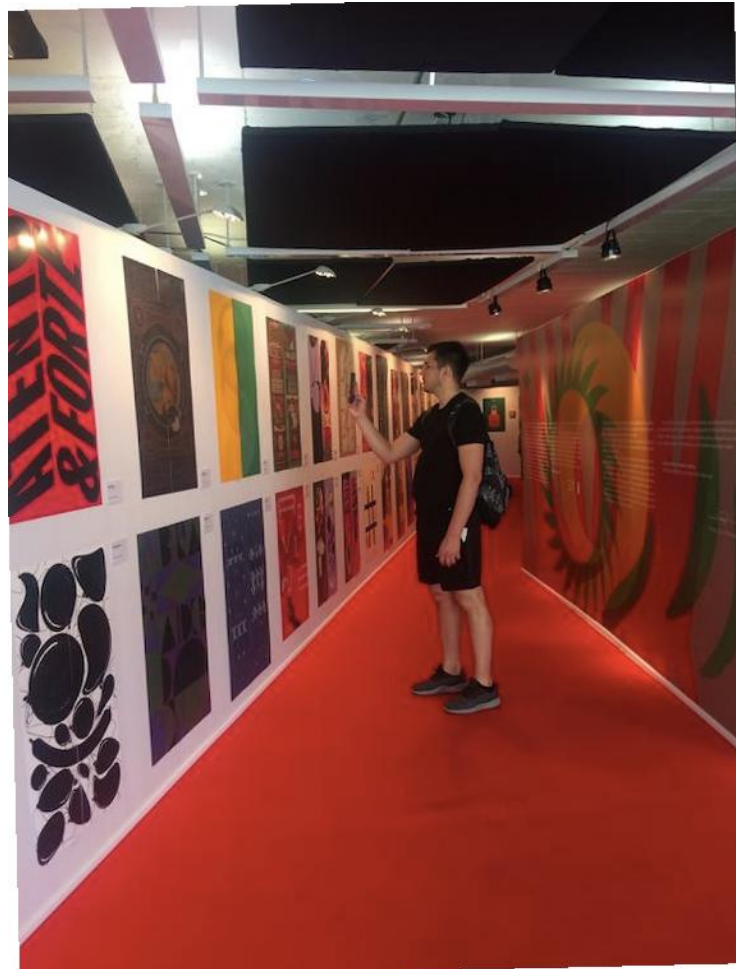
FIGURA 32 - DETALHE DO CARTAZ SOBRE PAINEL BRANCO NA 13ª BBDG



FONTE: A autora (2019).

Logo na entrada da 13ª BBDG, o visitante enfrentava uma sequência extensa de cartazes dispostos de maneira equidistante em duas fileiras. Fiz duas visitas à mostra, nos dias 14 e 15 de dezembro de 2019, constatando que uma das fileiras de cartazes foi situada à altura do olhar convencional, enquanto a outra localizou-se bastante abaixo dessa linha, exigindo que os visitantes inclinassem rigorosamente o tronco para observar com enfoque e/ou para ler a legenda (FIGURA 33).

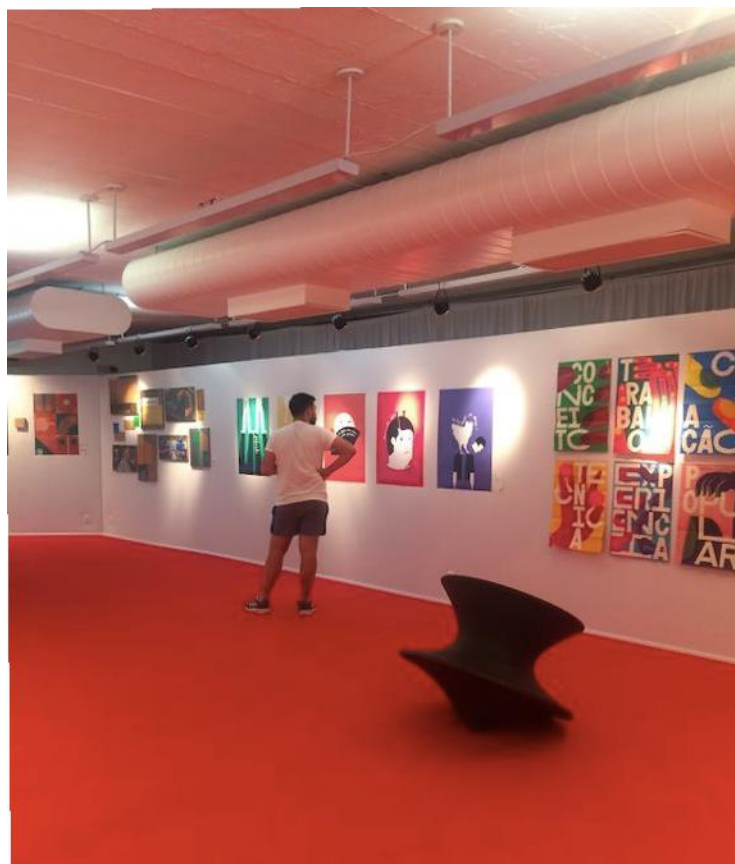
FIGURA 33 - VISITANTE FOTOGRAFANDO CARTAZ EM EXPOSIÇÃO NA 13ª BBDG



FONTE: A autora (2019).

Ao fim do corredor de entrada da exposição havia ainda condição expográfica análoga, um espaço dedicado à apresentação de impressos bidimensionais fixados em painéis brancos (FIGURA 34). Os *spots* de iluminação foram direcionados de modo a iluminar o centro dos cartazes assim dispostos.

FIGURA 34 - CARTAZES EM EXPOSIÇÃO NA 13ª BBDG



FONTE: A autora (2019).

A montagem da exposição da 13ª BBDG, no Museu Oscar Niemeyer, favoreceu o toque e a aproximação dos visitantes com os projetos. Constatei que profissionais responsáveis pela mediação, presentes no local, não fiscalizavam os presentes, atuando quando solicitados para tecer comentários sobre os itens expostos e sobre o evento. Além de painéis que funcionaram como fundo branco para as peças bidimensionais, a montagem incluiu mesas organizadas de modo contínuo (FIGURA 35).

FIGURA 35 - VISTA DA 13ª BBDG



FONTE: A autora (2019).

Sobre elas, impressos de diferentes naturezas, especialmente pertinentes à categoria Impressos Editoriais, estavam disponíveis para a manipulação. As mesas serviram também como suporte para estruturas de metal que ostentaram itens tridimensionais relacionados a projetos multifacetados, como os da categoria Identidade e Branding (FIGURA 36).

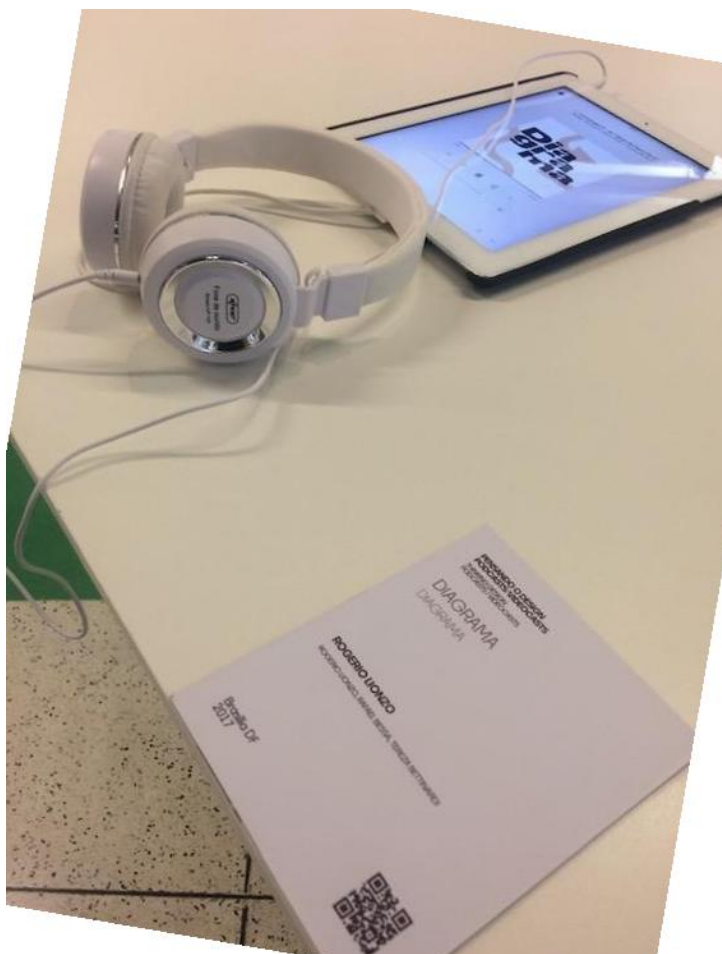
Todos os itens em exposição foram acompanhados de etiquetas com informações como a categoria, o título do projeto e autores. Na etiqueta constava um código QR, permitindo que, por meio de *smartphone* conectado à internet, visitantes acessassem mais informações disponíveis no *site* do evento (FIGURA 37).

FIGURA 36 - VISTA DA 13ª BBDG (2)



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 37 - ETIQUETAS DE IDENTIFICAÇÃO NA 13ª BBDG



FONTE: A autora (2019).

O salão de eventos do Museu Oscar Niemeyer é estruturado em vidro, o que estabelece total comunicação visual entre o espaço interno e externo. Tal propriedade espacial, contudo, foi amenizada por meio do uso de cortinas brancas rentes aos limites transparentes (FIGURA 35). O centro do mesmo espaço expositivo foi delimitado por uma espécie de cortina de cordas. A estrutura favoreceu a inserção de um telão para projeção e pufes à disposição dos visitantes. Nesse local, os projetos pertinentes à categoria Digital foram apresentados (FIGURA 38).

Como parte da BBDG em Curitiba, ocorreu a mostra especial, denominada 7 mestres do cartaz japonês. Todas as peças gráficas participantes, de igual dimensão, foram expostas protegidas por vidro e molduras idênticas. Assim como os demais cartazes dispostos na entrada da exposição, aqueles da mostra especial foram alinhados de modo equidistante. No centro do espaço dedicado aos cartazes

japoneses havia ainda um círculo vermelho, fazendo menção à bandeira do Japão (FIGURA 39).

FIGURA 38 - ÁREA CENTRAL DA 13ª BBDG



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 39 - VISTA DA MOSTRA 7 MESTRES DO CARTAZ JAPONÊS



FONTE: A autora (2019).

O fato de o cartaz Destaque do 32º PD MCB ter sido escolhido para compor a exposição física da Bienal Brasileira de Design Gráfico, no Museu Oscar Niemeyer, enquanto o cartaz Vencedor do evento promovido pelo MCB ter sua aparição restrita ao espaço digital sustentado pela ADG Brasil, aponta para ambivalências em torno da articulação e constituição de uma noção de brasilidade.

Assim como o Concurso do Cartaz do 32º PD MCB, a 13ª BBDG demarcou como objetivo expandir as fronteiras da produção nacional para além do eixo Rio-São Paulo. Em texto institucional já aqui referido, o evento da ADG Brasil reforçou a intenção de contemplar o hibridismo, a mestiçagem, a sobreposição de camadas e formas e multiplicação de cores, especialmente materializada na identidade do evento. Qualidades análogas foram apontadas pelo coordenador da comissão julgadora, Gal Oppido, acerca do cartaz de Celso Hartkopf para o 32º PD MCB. O cartaz escolhido para compor a exposição da BBDG, contudo, apresenta uma composição concisa, baseada em tipografia sem serifa, em preto e branco, de acordo com os ditames da alta pregnância, conceito europeu praticado e valorizado pelos jurados envolvidos.

O cartaz Destaque, assinado por Marcelo Siqueira e o Estúdio Arco, integra-se a uma tradição de vencedores delineada por Chico Homem de Melo (2016). Segundo o autor, há um grupo que explora a tipografia inscrevendo-se na herança modernista do design brasileiro. Ao articular uma solução a partir dos números, o cartaz segue “um dos caminhos naturais da investigação gráfica”, caminho distinto daquele identificado por Chico Homem de Melo como o que explora o vernacular, ou seja, “objetos presentes no cotidiano popular de modo a fazer pensar em brasilidade” (MELO, 2016, p. 138). Segundo a análise do estudioso, a maioria dos cartazes do Concurso do Cartaz do Prêmio Design MCB explora o vernacular a partir de um tratamento erudito a um objeto prosaico. A seu ver, o entendimento do vernacular é expandido e passa a incluir o objeto industrial, feito de plástico. Por exemplo, “No cartaz da 12ª edição, o pau de macarrão, outro clássico da cozinha, é combinado à tipografia e ganha ares minimalistas.” (MELO, 2016, p. 138). Sobre o cartaz da 14ª edição, outro exemplo de trabalho que explora o vernacular, Chico Homem de Melo diz que “na onipresente esponja de lavar louça é flagrada a brasilidade verde-amarela à sintaxe construtiva.” (MELO, 2016, p. 138).

Nesse mesmo sentido, a aparência do cartaz que se mostrou no espaço expositivo da 13ª BBDG Gráfico aproxima-se dos cartazes vencedores do 30º e 31º Prêmio Design MCB. O fato de o cartaz assinado por Marcelo Siqueira e o Estúdio Arco não ter sido definido como vencedor do 32º PD MCB, indica a intenção de interromper certa continuidade da linguagem visual. Em contrapartida, a exposição da BBDG reitera a importância da solução limpa em suporte improvável.

A noção de brasilidade como algo afastado da linguagem visual formal, apartada de escolas de matriz europeia, por tanto, não se dá de maneira hegemônica ou homogênea nas premiações em questão. A dimensão da diversidade, entendida como implícita à noção articulada, favorece a interação simbólica entre o chamado vernacular e moderno, servindo como estratégia discursiva para a diluição dos limites entre representações locais e internacionais.

O amontoado do cartaz, como definiu o designer Celso Hartkopf (2019), transposto para a expografia por meio dos móveis, contemplou aspectos da ilustração colorida à revelia da estrutura compositiva da peça gráfica, propriamente dita. Enquanto imagem, como explicou o coordenador da comissão julgadora Gal Oppido (2018), o pop pós-impressionista que lembra a bandeira pernambucana se restringe à figura da relaxada figura humana sentada na cadeira, tendo o chinelo escapado do

pé. Os dados tipográficos, entretanto, situam-se de modo rigorosamente definido, alinhados à esquerda de acordo com preceitos gestálticos pregados pela escola suíça de design gráfico. Sobre o fundo branco, a tipografia sem serifa é semelhante àquela presente no cartaz Destaque, exposto na 13ª BBDG.

A fluidez expográfica, ressaltada pelo jurado Gal Oppido (2019), e que a seu ver minou a hierarquia entre as peças incitando o visitante a percorrer, analisar e avaliar, portanto, inspira-se na ilustração do cartaz e não em sua lógica estrutural. Celso Hartkopf representa o vernacular, organizando-o visualmente de modo linear, ou seja, com “ares minimalistas”, como poderia avaliar Chico Homem de Melo.

De modo análogo, apesar da curadoria da 13ª BBDG afirmar que a identidade visual composta por formas soltas, coloridas e sobrepostas de modo aleatório materializar o conceito de brasilidade diversa e múltipla, regente do evento, os cartazes foram expostos de maneira linear e hierarquizada. Enquanto a brasilidade em cartaz no 32º PD MCB remeteu à sobreposição de informações encontradas nas ruas de grandes cidades.

3 “OLHA, QUE BONITO!” - EXPOGRAFIA, ARTE E CONTEMPLAÇÃO VISUAL

As exposições do Prêmio Design MCB foram criadas como parte de um projeto de renovação institucional, enviesado pela publicidade e pelo marketing. O publicitário Roberto Duailibi, ao assumir a direção do Museu da Casa Brasileira (MCB), em 1985, investiu em ações com o objetivo de alavancar a visibilidade, monetizar visitas e atrair patrocínios do setor privado. De acordo com Adélia Borges (1996), Duailibi levou para o cargo a capacidade empreendedora que havia tornado sua agência, a DPZ, vizinha ao Museu, uma das mais importantes do país. Em entrevista a ela concedida, o publicitário e ex-diretor contou que, logo no início de sua gestão, o Conselho contratou Denise Mattar, profissional com “espírito promocional, capaz de organizar ações que fossem vedetes e atraíssem as pessoas para as exposições.” (DUAILIBI apud BORGES, 1996, p. 14). A exposição que inaugurou tal empreendimento foi Cadeira: Evolução e Design, “concebida e realizada inteiramente dentro do Museu, possibilitando um contato estreito com a área de design e abrindo as portas para a materialização do prêmio.” (BORGES, 1996, p. 14).

Nos catálogos que compilam as edições do Prêmio Design MCB (PD MCB) já realizadas, contudo, referências à expografia são raras. A primeira publicação dessa natureza, assinada pela jornalista, curadora (e, mais adiante, diretora do MCB), Adélia Borges (1996), envolveu uma notória mobilização para que produtos premiados fossem fotografados pelo mesmo profissional, submetidos à mesma condição luminosa e fundo idêntico. Adélia Borges reforça que a qualidade das fotos “seria vital para o livro”, pois “Não se pode falar de design sem ver seu resultado.” (BORGES, 1996, p. 11). No texto de apresentação da publicação, a autora explica que as informações sobre cada peça estão concentradas na legenda de sua respectiva foto. “A legenda busca situar a intenção por trás do projeto, esclarecer sua principal contribuição e, em última análise, a razão de sua premiação.” (BORGES, 1996, p. 11).

No catálogo dedicado às dez edições subsequentes, do 11º ao 15º PD MCB, a diretora vigente define as exposições como “a festa dos designers, que costuma reunir em torno de 2000 pessoas”. (ACAYABA, 2001, p. 7). Segundo Marlene Acayaba, no dia da abertura, os objetos premiados aparecem nas manchetes dos principais jornais e as televisões cobrem o evento mostrando ideias inusitadas ao público em geral (ACAYABA, 2001, p. 7). A diretora explica ainda que “quando a

exposição do Prêmio termina no mês de dezembro é feito um balanço junto aos designers mais representativos sobre os resultados conquistados ou superados (...)” (ACAYABA, 2001, p. 6). Além disso, indica que “o desenho do projeto e a montagem da exposição do Prêmio se dá a partir da definição dos objetos selecionados e frente as peças em escala natural que chegam ao museu para serem examinadas.” (ACAYABA, 2001, p. 6). No mesmo catálogo, entretanto, não há imagens das exposições realizadas. Assim como na publicação que a antecede, os produtos pertinentes a cada edição são mostrados por meio de fotografias realizadas em estúdio. Os produtos, sobre fundo liso e anódino, são exibidos individualmente nas páginas do livro.

A diretora Marlene Acayaba registra o fato de o arquiteto Paulo Mendes da Rocha ter desenvolvido o projeto da exposição do 15º PD MCB, realizado em 2001. No catálogo subsequente, referente ao período entre o 16º e o 20º, de autoria de Cláudio Ferlauto (2006), esse tipo de indicação consta em cada texto sobre cada uma das edições. Sobre o 16º PD MCB, Claudio Ferlauto aponta que “O projeto museográfico ficou a responsabilidade de outro veterano profissional, Oswaldo Mellone.” (FERLAUTO, 2006, p. 20). Encerra o texto sobre o 17º PD MCB contando que “A exposição, um ambiente museográfico totalmente branco, projetado pelo arquiteto Haron Cohen, exibiu 60 trabalhos selecionados e teve como patrocinador a loja Tok&Stok.” (FERLAUTO, 2006, p. 44). Afirma ainda que os espaços expositivos do 18º PD MCB, “foram projetados por Marcelo Ferraz, Giancarlo Latorraca e Francisco Fanucci (...), [que] organizaram uma montagem simples, com cores que remetiam ao construtivismo russo, reforçando o espírito de construção do design.” (FERLAUTO, 2006, p. 66).

No texto sobre o 19º PD MCB, Claudio Ferlauto atribui a autoria da cenografia da exposição a Pedro Mendes da Rocha e Bartira Ghouber. Sobre o caráter cenográfico, diz que

Através do envolvimento das paredes por painéis verticais, do tratamento dos planos horizontais e da abertura das três portas para o *hall* do museu, valorizou artefatos expostos e ajudou a criar um ambiente contínuo dentro dos limites impostos pela arquitetura do espaço. (FERLAUTO, 2006, p. 87).

Por fim, no último parágrafo do texto sobre o 20º PD MCB, indica que “O projeto cenográfico para a exposição dos projetos, produtos e publicações

selecionados pelos jurados foi de autoria de André Vainer, e a premiação contou com o apoio do Senac São Paulo.” (FERLAUTO, 2006, p. 116). Ainda no catálogo em questão, as duas primeiras imagens fotográficas que compõem a publicação, creditadas ao profissional Gal Oppido, mostram a montagem do 18º PD MCB; enquanto nas páginas 16 e 17 do mesmo mostram-se recortes fotográficos da montagem do 20º PD MCB, indicadas como realização de Fernanda Romero.

Referências textuais aos projetos expográficos, entretanto, não constam no catálogo comemorativo, dedicado aos trinta anos do Prêmio Design MCB. Diante de sua importância, contribuem para o livro, com artigos de cunho histórico, pesquisadores reconhecidos como Marcos da Costa Braga, Maria Cecília Loschiavo e Chico Homem de Melo. Fotografias de exposições diferentes são utilizadas para ilustrar duas sessões do artigo **Design no Brasil: 1986-2016**, de Maria Cecília Loschiavo: O design por escrito e O design e os museus (2016). O conteúdo do artigo, contudo, não as inclui. A análise histórica desenvolvida pela pesquisadora não considera o modo como os produtos laureados pelo PD MCB foram mostrados no período ao qual se dedica.

A escassa referência e representação visual das exposições nas publicações oficiais do MCB evidencia o fato de que, apesar de fundamental enquanto estratégia de visibilidade do Prêmio, as mostras são historicamente subalternizadas. Enquanto imagens e descrições dos produtos, mudanças de categorias e critérios, o envolvimento com designers e empresas, são temas reforçados pelos autores dos catálogos retrospectivos, pouco se fala sobre o momento em que os resultados do processo são apresentados nas salas do MCB.

Expografias do MCB - design de exposições temporárias e do acervo (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2020c) é o nome da roda de conversa virtual transmitida recentemente pelo canal oficial da instituição no YouTube. No dia 23 de setembro de 2020, o evento reuniu remotamente, durante uma hora e vinte minutos, o diretor técnico, Giancarlo Latorraca, e a gerente de mostras, Ana Heloisa Santiago. Os dois profissionais arquitetos apresentaram um conjunto de imagens de projetos expográficos desenvolvidos, com referência às exposições do Prêmio Design MCB. Abordaram primeiramente o tópico “Exposições do Prêmio Design desenhadas por arquitetos parceiros” que, segundo Giancarlo Latorraca, refere-se a uma fase em que o Museu contava com verba maior para a realização do evento. De acordo com o diretor técnico havia um orçamento que permitia “convidar arquitetos que trabalham

no campo das exposições para poder desenvolver a cada ano, sempre com essa visão da importância da linguagem do design de exposições para um Museu que fala de design”. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2020c).

Durante a apresentação on-line, foram mostradas algumas imagens de projetos do 22º PD MCB (2008) até o 28º PD MCB (2014). Giancarlo Latorraca aponta que o projeto de Marcelo Ferraz, de 2009, inspirou-se no cenário do filme *Dogville* de Lars Von Trier (2003), sendo uma exposição não exposição, porque as bases positivas inexistiam, configurando um espaço totalmente etéreo. Sobre o projeto expográfico de André Stolarski, de 2010, ressalta como principal qualidade a fusão entre a identidade visual e o espaço tridimensional. A gerente de mostras, Ana Heloisa Santiago, declara que

(...) é a partir dessa exposição, (...) que se decide sempre que possível trazer a linguagem do cartaz, que é quando o Prêmio Design começa, para a exposição. Então, a partir do 24º, há uma conexão muito grande entre a linguagem do cartaz e a linguagem da exposição. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2020c).

A respeito da edição seguinte, projeto de 2011, assinado pelo escritório Metro, a arquiteta reforça haver uma preocupação com o fato de que “há muitos objetos no Prêmio que as pessoas batem o olho e não sabem como funcionam”. Lembra que, para essa exposição, foram contratados ilustradores “para fazerem desenhos do uso das peças que não eram óbvias”, visando a melhor compreensão dos conteúdos (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2020c).

A roda de conversa virtual, incluiu uma parte sobre “Exposições do Prêmio desenhadas pela equipe do MCB”, e a primeira indicação da sessão correspondeu ao projeto expográfico de 2013, equivalente ao 25º Prêmio Design. O evento é indicado como aquele que marca tanto o início da atuação de Ana Heloisa Santiago no cargo de gerência, como, considerando-se a trajetória das exposições, a relação mais íntima entre a identidade visual e a construção cenográfica no espaço museológico. Nesse ponto da narrativa, a arquiteta expressou a necessidade de fazer um parêntese sobre “o que é desenhar a mesma exposição todo ano.” Segundo ela, apesar das especificidades de cada edição, é recorrente a preocupação em mostrar como a peça funciona e mostrar a hierarquia entre os artefatos premiados. Ana Heloisa refere-se, portanto, a importância de demarcar a distinção entre as posições, 1º, 2º, 3º lugar e menção honrosa, ressaltando que a cada ano a equipe “refaz essa forma”. Na

sequência, o diretor técnico Giancarlo Latorraca destaca que “disponibilizar as peças para uso do público” é outra regra respeitada pela equipe. Em suas palavras, “um museu que fala de um objeto contemporâneo, no caso, através do recorte do Prêmio Design, dá acessibilidade [ao visitante], inclusive o direito de[le] sentar-se na cadeira e falar: ‘essa cadeira ganhou prêmio, mas eu não a achei boa’”. A exposição do 25º PD MCB, segundo a sua indicação, foi a primeira que apresentou “tudo funcionando, (...) a geladeira funcionando, o ventilador, tudo aceso (...)”. Reitera que há uma cláusula no regulamento e que, ao se inscrever, os participantes disponibilizam as peças para uso durante a exposição (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2020c).

Sobre a expografia do 32º PD MCB, Ana Heloisa Santiago explica que a linguagem do cartaz, especialmente a ideia de *pixel* nele contida, foi trazida “com os objetos soltos dentro da exposição, (...) a gente pendurou praticamente tudo que era possível.” Giancarlo Latorraca remarca que cenograficamente ficou muito interessante, mas que, em contrapartida, a definição por suspender os artefatos gerou dificuldade com relação às legendas, fixadas na parede. Apesar disso, considera que o sucesso da cenografia tem a ver “com uma certa leitura da realidade (...), 2018, ano das eleições (...) o Prêmio Design com as peças todas no meio de um tornado dentro do Museu.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2020c).

Para Ana Heloisa Santiago, a vantagem da expografia situa-se na possibilidade de ver as peças por ângulos incomuns, ver a parte de baixo dos produtos. Os dois responsáveis pela expografia do 32º PD MCB teceram comentários também sobre o processo de montagem, destacando a prática de pendurar as peças nas salas do térreo do MCB como fato inédito. A gerente de mostras indicou uma foto que mostra cinco pessoas, apoiadas em escadas, envolvidas na suspensão de um único produto da categoria mobiliário. O artefato mostrado na imagem é especificamente a cadeira Jataí (menção honrosa), que ao ser pendurada poderia ser vista de baixo, como já mencionado, mas não poderia ser usada ou criticada pelo visitante, desviando-se da regra de concepção expográfica indicada anteriormente pelo diretor técnico.

3.1 DESIGN INDUSTRIAL NOS LIMITES DA ARTE

No trecho inicial do texto localizado no painel do *hall* do MCB, oferecido como introdução ao ingresso nas salas da exposição, entre novembro de 2018 e janeiro de 2019, afirma-se que o evento,

(...) realizado desde 1986, chega em sua 32ª edição cumprindo o objetivo de valorizar a atuação dos profissionais de design junto a indústria brasileira e incorporar a discussão sobre a ampla gama de ações que se desenvolveram no segmento, além de revelar talentos por todo o país e consagrar profissionais e empresas. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 4).

Aponta-se, portanto, que os produtos que ocupavam o espaço expositivo eram importantes na medida em que alinhavam o design a um tipo de produção privilegiada, a industrial. Ao ler o texto, o visitante da exposição foi convidado a distinguir dois vieses, em primeira instância o design industrial e, em condição suplementar, aquilo que profissionais talentosos são capazes de realizar.

A demarcação de vínculo com a produção industrial é componente recorrente em textos oficiais de divulgação e abordagens históricas acerca do Prêmio Design MCB. No livro-catálogo, publicado em 1996, referente a compilação dos laureados nas primeiras dez edições, a então diretora Marlene Acayaba afirma que a intenção de “Promover o ofício do designer, estimular a adoção de soluções de arte e tecnologias brasileiras e revelar novos talentos são seus atributos principais.” (ACAYABA, 1996, p. 5). Desse modo, em suas palavras, “o Museu da Casa Brasileira vem assumindo a tarefa de definir e exibir o design brasileiro, numa tentativa de formar o gosto popular e sensibilizar o empresário e o poder público para o produto que só nós sabemos fazer.” (ACAYABA, 1996, p. 5). Ainda no mesmo texto, a diretora do Museu reforça que “Somente esta nova postura de um trabalho comum entre o governo, a indústria e os designers permitirão a produção de objetos mais bonitos e eficientes.” A seu ver, o papel da instituição, atrelado ao Prêmio Design, “é avaliar cada vez mais a pesquisa nesta área levando em conta diante de cada produto apresentando aspectos como a qualidade estética, o discernimento da solução, a sua funcionalidade e por fim, a sua potencialidade para ser industrializado.” (ACAYABA, 1996, p. 5).

Em 2006, a sucessora de Marlene Acayaba na diretoria do MCB, Adélia Borges (2006, p. 7), afirma que logo no início de sua gestão decidiu por “reforçar o papel do Prêmio como o Nobel do design brasileiro, voltado para o reconhecimento ao que de melhor se faz no design em nosso país.” Segundo ela, a manutenção da intenção relaciona-se com restrição da participação, nas categorias, a produtos já

presentes no mercado. Conta que para contemplar ideias ainda no papel ou na condição de protótipo, criou-se uma categoria específica denominada Novas ideias/Conceitos, “esta sim deliberadamente aberta à experimentação e à prospecção.” (BORGES, 2006, p. 7).

No mesmo texto, a diretora explica que “A principal alteração, contudo, se deu no entendimento de que o designer sozinho tem um alcance limitado e precisa necessariamente do empresário para que sua ideia se transforme em realidade.” (BORGES, 2006, p. 8). Devido a esse pressuposto, a partir de 2003, tanto o designer quanto um representante da empresa produtora subiriam ao palco para receber seu diploma, enquanto a cada edição uma ou mais empresas seriam homenageadas. Os critérios adotados pela diretoria do MCB foram, de acordo com ela, “o pioneirismo na adoção do design como diferencial de qualidade de seus produtos”, sendo que “o investimento por parte da empresa não fosse algo episódico, e sim consequência de uma ação continuada.” (BORGES, 2006, p. 9).

Em texto publicado em 2011, a arquiteta e diretora geral atualmente em exercício, Miriam Lerner, reforça a relação entre designers e empresas, qualificando o PD MCB como o pioneiro e o mais longo. Afirmar que, “ao longo de suas edições, com a isenção e independência que lhe é inerente enquanto realização do Governo do Estado, estabeleceu-se como termômetro do design nacional e selo de qualidade para profissionais e empresas.” (LERNER, 2011, p. 7). Entretanto, contradiz a homogeneidade entre designers e empresas, reforçada por sua antecessora Adélia Borges, quando, no mesmo texto, diz que o evento chega à maturidade devido a ação visionária de seus criadores, de inúmeros atores envolvidos, sendo que “a despeito de dificuldades enfrentadas, solidificou-se por meio da brilhante contribuição de seus atores principais: os designers!” (LERNER; 2011, p. 7-8).

A demarcação desses dois vieses inscreve o PD MCB em uma discussão mais ampla sobre a ambivalência da interdependência entre designers e produção industrial. Segundo o professor de História do Design na University of Brighton no Reino Unido, Jonathan Woodham (1997, p. 165), o século XIX e o início do século XX envolve a proliferação de associações de designers, na Europa e Estados Unidos, com a intenção de promover o design como atividade profissional significativa, do ponto de vista social, cultural, político e econômico. A estratégia prevalecente nesse período corresponde ao entrelaçamento do reconhecimento profissional à produção

industrial, na busca de suplantando totalmente noções de personalidade individual artística.

No livro *Twentieth-Century Design*, o autor remarca, contudo, que no período entre guerras, a figura do consultor de design, especialmente nos Estados Unidos, é decisiva para a visibilidade da profissão e reconhecimento de seu valor para a produção de massa. Designers como Raymond Loewy e Henry Dreyfuss aparecem na capa da revista *Time*, indicados como profissionais responsáveis pelo sucesso de vendas de novos produtos. Segundo o estudioso,

Ironicamente, o status de celebridade individual que vários da geração emergente de designers industriais nos Estados Unidos procuraram cultivar, na década de 1930, a fim de obter reconhecimento público e vantagem comercial, reforçaram dúvidas nos círculos comerciais sobre as habilidades de designers individuais no que tange à compreensão de implicações mais amplas de fabricação, marketing, publicidade, varejo, no desenvolvimento de produtos. (WOODHAM, 1997, p. 170).

A ambivalência posta em evidência pelo historiador Jonathan Woodham (1997) é válida para discussões sobre exposições de design, como as do PD MCB. Ao conceber um artefato produzido por um processo industrial o designer teria a garantia de que seu trabalho não seria tomado como arte ou como artesanato. Por outro lado, o profissional renunciaria às vantagens do *status* de gênio artístico, arraigado socialmente, sendo os eventos específicos, de relevância entre os pares, uma estratégia de compensação simbólica dessa renúncia. Em contrapartida, a ênfase no reconhecimento individual, de acordo com especialistas e estudiosos dedicados ao tratamento dado a artefatos de uso em ambiente museológico, deve ser definitivamente abandonada.

A primazia da contemplação visual na apresentação de artefatos utilitários em museus é uma prática recorrente. Ao serem expostos no interior de vitrines, apartados do contexto de uso e produção, em desconexão com outros circundantes, os artefatos funcionam como fetiches. Segundo o museólogo Ulpiano Bezerra de Meneses (2013), a tendência mais comum em museus históricos é a fetichização do objeto na exposição, ou seja, o “deslocamento de atributos do nível das relações entre os homens, apresentando-os como derivados dos objetos, autonomamente, portanto ‘naturalmente’.” (MENESES, 2013, p. 36). O professor emérito da USP reforça que, em contrapartida,

(...) os objetos materiais só dispõem de propriedades imanentes de natureza físico-química: matéria prima, peso densidade, textura, sabor, opacidade, forma geométrica etc. Todos os demais atributos são aplicados as coisas, em outras palavras: sentidos e valores (cognitivos, afetivos, técnicos e pragmáticos) não são sentidos e valores das coisas, mas da sociedade que os produz, armazena, faz circular e consumir, recicla e descarta, mobilizando tal ou qual atributo físico (naturalmente, segundo padrões históricos, sujeitos a permanente transformação). (MENESES, 2013, p. 36).

Ainda segundo Ulpiano Bezerra de Meneses (2013, p. 37), uma forma sutil de fetichizar é a estetização do objeto. Enquanto a expografia exalta a aparência de um artefato, sentidos e significados, em um quadro mais amplo, são invisibilizados. Uma exposição em museu histórico, deve, em oposição, procurar “desvendar sua construção, transformações, uso e funções” e ao invés de fetichizar e estetizar o mobiliário colonial de São Paulo, por exemplo, deve apresentá-lo como índice para “assinalar, compreender e questionar o espaço público como cenário de classificações sociais”.

Desconsiderados como agentes, nos termos da cultura material articulados acima, os produtos vinculados ao design, portanto, podem ser igualmente estetizados. De acordo com Adrian Forty (2007), a coleção e exibição de bens manufaturados nos mesmos museus que exibem pinturas e esculturas favorece esse processo. Na década de 1980, em seu livro **Objetos de desejo**, o professor emérito da University College de Londres, reflete sobre “a confusão do design com arte e a consequente ideia de que artefatos manufaturados são obras de arte.” (FORTY, 1986; 2007, p. 12-13). Segundo ele, considerar o design industrial como arte constitui uma concepção equivocada sobre as conexões entre design e sociedade, pois os designers não desempenham o principal papel na produção. Em suas palavras,

A distinção crucial é que, nas condições atuais, os objetos de arte são em geral concebidos e feitos por (ou sob a direção de) uma pessoa, o artista, enquanto isso não é verdade para os bens manufaturados. A concepção e a fabricação de sua obra permitem aos artistas considerável autonomia, o que levou à crença comum de que uma das principais funções da arte é dar livre expressão à criatividade e à imaginação. Seja correta ou não essa visão de arte, o fato é que ela certamente não é verdade para o design. (FORTY, 1986; 2007, p. 13).

Em concordância com o ponto de vista de Adrian Forty (2007), a pesquisadora vinculada a Escuela Eina Centro Universitario de Arte y Diseño, Isabel Campi (2003), reforça que

Os museus e centros culturais desempenham um papel importante para a valorização artística do design, já que selecionam objetos, descontextualizando-os, 'divinizam-os', conferindo uma 'aura' contribuem para que o público perceba suas qualidades estéticas e culturais. (CAMPI, 2003, p. 155).

Segundo a historiadora, um produto aparece no mercado totalmente acabado e a publicidade cumpre o papel de informar seus atributos simbólicos, sem falar do processo, de como o produto chegou a atingir tal entidade física. A seu ver, tal abordagem contribui para a confusão entre design e estilo (CAMPI, 2007, p. 221). Por outro lado, a pesquisadora aponta para o fato de que tal equívoco é também estratégico porque “o processo de design, o ato de fazer design para a indústria, é obscuro – frequentemente secreto porque é a chave da inovação – complexo e difícil de entender, inclusive para um historiador generalista que não tenha uma experiência direta” (CAMPI, 2007, p. 221).

Ainda de acordo com Isabel Campi, a dificuldade dos historiadores de design é análoga àquela que instituições museológicas enfrentam, pois “Na medida em que todos os objetos industriais são melhor ou pior projetados, é difícil para um museu decidir onde começa e onde termina seu conceito de design.” (CAMPI, 2007, p. 231). Contudo, ainda de acordo com ela, do mesmo modo que os museus de arte contemporânea dizem o que admitem e o que não admitem como obras de arte, um museu de design deve decidir o que admite como design (e o que não). A seu ver,

Em muitos casos, a eleição dos objetos tem a ver com a excelência estética ou a fama do autor, mas esta concepção de design se considera demasiado restrita à arte. A excelência técnica ou o impacto social são também critérios importantes para reunir uma boa coleção. (CAMPI, 2007, p. 231).

A abordagem crítica sobre a maneira pela qual o MCB apresenta o design para a comunidade, desenvolvida por Ethel Leon (2013), doutora em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo pela FAU/USP, estrutura-se sobre argumentos próximos aos de Adrian Forty e Isabel Campi, acima colocados.

Segundo a pesquisadora atuante em São Paulo, o MCB vem construindo a imagem de museu de arquitetura e design por meio de exposições efêmeras, especialmente, as mostras anuais do Prêmio Design MCB. As edições do prêmio acalentam, de acordo com seu ponto de vista, “a cultura do designer/autor”, tornando-se referência interna para os profissionais da área, sem demonstrar preocupação com o sentido da atividade para um público mais amplo. Sob sua perspectiva, ao manter

um prêmio consagrador que cumpre a função de selo comercial e ao dedicar salas com mostras de indivíduos/autores, o MCB promove a “artificação de objetos de design”. Citando Roberta Shapiro, Ethel Leon explica que

(...) a artificação designa o processo de transformação da não arte em arte, resultado de um complexo trabalho que engendra uma mudança de definição e de estatuto das pessoas, dos objetos e das atividades. (...) a artificação é o resultado do conjunto de operações, práticas e simbólicas, organizacionais e discursivas por meio das quais os atores se põem de acordo para considerar um objeto ou uma atividade como da arte. (SCHAPIRO apud LEON, 2012, p.166).

Dessa forma, a pesquisadora pontua que o processo de artificação substitui questões ontológicas por *status* social e que é a partir desse prisma que o design deixa de ser design industrial. O Museu da Casa Brasileira e o Prêmio Design, a seu ver, fomenta essa posição para “centenas de jovens formados em escolas particulares que se multiplicaram nos anos 1990, não só no Brasil.” (LEON, Ethel, 2013, p. 176). Defende a premissa de que a passagem do fordismo para o capitalismo flexível impele empresas a terceirizar a produção, direcionando o investimento estratégico em *marketing*, publicidade e design (LEON, Ethel, 2013, p. 176). Dessa forma, uma geração de designers formada por inúmeros cursos pouco comprometidos com a realidade social, cultural e econômica do país, não tem acesso ao design industrial. Como alternativa, segundo Ethel Leon, aproximam-se do território da arte e como empreendedores em seus ateliês próprios executam peças únicas ou em série reduzida, abandonando o cerco econômico da produção em massa por meio da prática artesanal e encomendas exclusivas. Para a pesquisadora, o MCB endossa esse quadro e nesse sentido acompanha o mercado, legitimando “as esferas autorais e da objetística em momentos em que se erodiram, no mundo, as formas sociais democráticas.” (LEON, Ethel, 2013, p. 176).

O Prêmio Design MCB, portanto, como estratégia mercadológica, vincula-se e vale-se da noção de museu enquanto instituição tradicionalmente próxima de atividade considerada nobre e da alta cultura (LEON, Ethel, 2013, p. 176). Ethel Leon conclui que a ênfase no processo de artificação não permite que os encargos de uma instituição de exposições de design possam realizar compromissos públicos importantes, atrelados a “objetos de escalas e objetivos mais generosos”. Em suma, o modo como o Museu da Casa Brasileira posiciona-se quanto à difusão de conceitos

e apresentação de artefatos de design não contribui para que o design brasileiro construa ambições maiores do que servir ao mercado de consumo.

Afirma que, por outro lado, a musealização do design envolve a noção de dessacralização e exposições deveriam ser “realizadas de forma crítica e não hagiográfica ou fetichizante” (LEON, Ethel, 2013, p. 180). Defende que exposições de design, amparadas em ideias de produção, circulação, mediação e consumo, deveriam destacar o fazer do projeto, enquanto atividade geradora de alternativas e possibilidades. Diante dessa avaliação, a pesquisadora propõe as seguintes perguntas:

É praticável que uma instituição de design acalente tais ambições? Entender objetos como materialização de relações de produção, mediação e consumo, espécie de densa condensação histórica? Como fazer de museus territórios de reflexão sobre o domínio do cotidiano, aquele regido por aquilo que Pierre Bourdieu define como ‘gramática geradora’, ou seja, o habitus? (LEON, Ethel, 2013, p. 180).

Ao apresentar a natureza de sua pesquisa como propositiva, Ethel Leon não esboça respostas para as questões levantadas. Não explora em profundidade as práticas e medidas concretas que uma instituição dedicada ao design poderia tomar. Além disso, sua crítica quanto às mostras promovidas pelo Museu da Casa Brasileira não se constrói a partir do exame efetivo do modo como o design é mostrado aos visitantes do MCB. A pesquisadora articula conteúdos das atas das reuniões do conselho do Museu e catálogos das edições do Prêmio Design. Em sua tese, imagens da exposição permanente do museu são apresentadas como prova da presença de mobiliário assinado no acervo, enquanto imagens em fundo branco de produtos premiados (quatro no total, três luminárias e um banco) são articulados como exemplos de design industrial e design-arte.

Aspectos sobre a expografia são mencionados, mas não devidamente investigados. Sendo assim, a pesquisadora deixa em aberto o papel da exposição em si, enquanto evento temporalmente e espacialmente definido e experienciado por um público mais amplo, cerne de sua argumentação.

3.2 VERSÃO INSTITUCIONAL DA EXPOSIÇÃO DO 32º PRÊMIO DESIGN

Sarah Thornton (2010), historiadora da arte e socióloga da cultura, afirma que, muitas vezes, a experiência de uma pessoa com uma exposição começa antes mesmo que ela chegue à cidade de realização. Minha investigação sobre a expografia do 32º Prêmio Design MCB começou em Curitiba, a partir do conteúdo disponível no *site* do Museu da Casa Brasileira. Desde o princípio considerei a página eletrônica, meio de divulgação e chamamento público, como fonte documental. Considerei também que uma gama de visitantes, assim como eu, entraria em contato com a exposição, antes mesmo de visitá-la, a partir do enquadramento fornecido pelas postagens do *site* e/ou conteúdos em redes sociais gerenciadas pelo MCB, como Facebook e Instagram.

Segundo a pesquisadora e professora da Escola de Comunicação e Artes da USP, Lisbeth Rebolo Gonçalves (2004, p. 34), a mensagem estética projetada por uma exposição é conduzida estrategicamente por meio de recursos de qualidade semântica, como “A distribuição no espaço, o uso da luz, o emprego da cor nos painéis e paredes, a criação especial de um ambiente”. Entendo que as narrativas sobre a exposição publicadas no ambiente digital ofereceram uma referência desse tipo de recurso: cor, iluminação, escala e espacialidade. A exposição mostrada foi, entretanto, delineada pelos interesses da instituição, que divulgou versões da expografia vinculadas ao olhar de fotógrafos profissionais, frequentemente creditados nas páginas e plataformas referidas. Nesse sentido, para além do registro factual, contemplei as imagens e textos acessíveis antes da visita, como a materialização de intencionalidades atreladas ao que deveria ser visto e como deveria ser visto, como a materialização de um modo ver ideal. A minha incursão na exposição do 32º Prêmio Design MCB, portanto, foi marcada pela possibilidade de tensionar a versão legítima de observação, atentando aos aspectos que as fotos oficiais não mostraram.

A primeira menção à exposição do 32º PD MCB aconteceu no momento da divulgação dos vencedores, oficializada no dia 23 de outubro de 2018. No *site* da instituição museológica, vinculada à Secretaria da Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, publicou-se *link* para lista com indicação do nome do projeto, autoria e categorias. No texto da postagem afirma-se que

Os 663 trabalhos recebidos durante o período de inscrições foram avaliados por duas comissões julgadoras independentes que analisaram o conceito de cada projeto, a originalidade, pesquisa, as soluções construtivas e tecnológicas, sem perder de vista as preocupações ambientais e de economia.

(...) Os produtos e publicações premiados e os 70 selecionados farão parte da exposição do **32º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira**, com abertura no dia 10 de novembro de 2018, junto à mostra do Concurso do Cartaz (...). [grifo do original] (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018j).

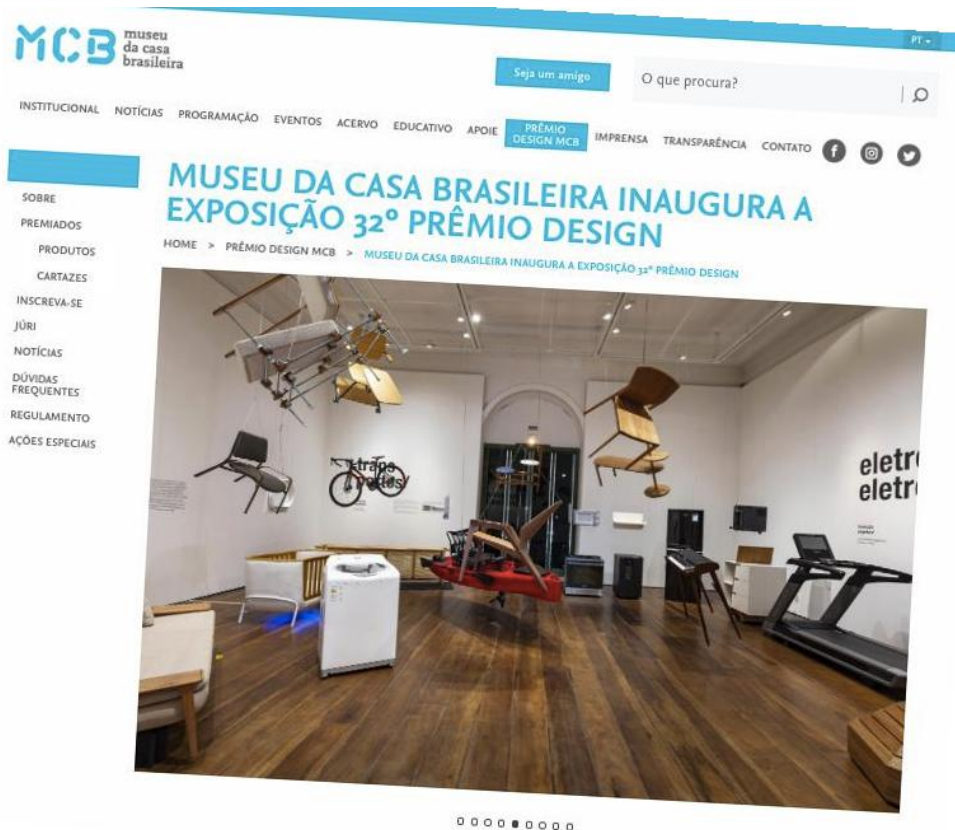
A exposição do 32º PD MCB foi mostrada no *site*, pela primeira vez, por meio de outra postagem, referente à sua inauguração, publicada em 30 de outubro de 2018, dez dias antes da abertura oficial do evento. O texto da postagem indica que

Estarão na exposição os 50 produtos e publicações premiados, divididos entre 1º, 2º, 3º lugares e menções honrosas, 70 peças selecionadas pela comissão julgadora e a mostra do Concurso do Cartaz contará com a peça vencedora, além de 10 destaques e 90 trabalhos selecionados. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018k).

Ainda na mesma postagem, há uma sequência de fotografias da exposição que, no ambiente digital, constitui uma referência naturalista delineada pela instituição. Uma versão da expografia para divulgação vinculada ao olhar do fotógrafo profissional Renato Parada⁸. No *site*, as imagens da exposição não podem ser visualizadas simultaneamente. São apresentadas em espaço específico, uma a uma (FIGURA 40). O internauta pode aguardar a reprodução sequencial automática de cada fotografia acessível ou clicar nos pequenos círculos logo abaixo da janela disponível. Ainda pode usar as setas do teclado para avançar e retroceder. A cada clique ou toque no teclado uma imagem é substituída pela posterior (ou anterior) sendo, no âmbito narrativo, recurso definidor de encadeamento linear entre elas.

⁸ Na postagem referida não consta crédito ao fotógrafo, mas a publicação das mesmas imagens em outras plataformas, como Facebook e Instagram, incluem o nome de Renato Parada. As imagens constam também no portfólio digital do profissional, assim como no portfólio digital de Ana Heloisa Santiago, a gerente de mostras do Museu da Casa Brasileira.

FIGURA 40 - POSTAGEM SOBRE A EXPOSIÇÃO NO SITE DO MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018k).

Considerando a ordem estabelecida, a primeira imagem disponível na postagem sobre a inauguração da exposição mostra um acesso, uma passagem delimitada pela cor vermelha (FIGURA 41). A fotografia ressalta a condição especial de tal acesso porque mostra-o circundado tanto pelo grande título da exposição quanto por sua marca gráfica. Os dois dados, texto (em preto) e imagem (em cores primárias), são contrastantes, tendo como fundo uma superfície branca. A lateral da porta indica a quais categorias os artefatos da sala correspondem: **Transportes**, **Eletrônicos** e **Mobiliário**.

FIGURA 41 - HALL E ENTRADA DA EXPOSIÇÃO



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018k).

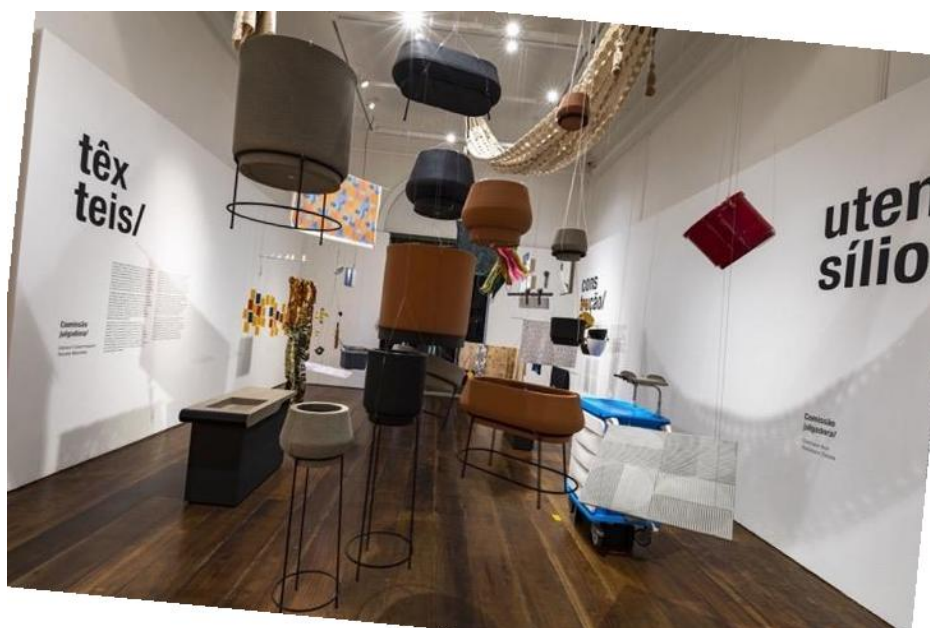
A segunda imagem (FIGURA 42), contudo, mostra uma sala em que os dizeres **Têxteis**, **Utensílios** e **Construção** (em preto) aparecem em destaque nas paredes delimitantes (brancas). As palavras configuram duas linhas devido à quebra das sílabas (sem hifenização) e são acompanhadas pelo sinal barra. Logo abaixo do título Têxteis é evidente a presença de duas colunas de texto, sendo também possível ler que ele foi assinado pela comissão julgadora.

Outro aspecto remarcado foi a perspectiva frontal e o enquadramento simétrico. Conhecendo o museu, e edições anteriores das mostras do Prêmio Design, compreendi que o ponto de vista do fotógrafo correspondeu ao da porta de entrada da sala. Além disso, a fotografia mostra ao internauta, em primeira instância, artefatos suspensos por cabos transparentes.

Identifiquei, sem entrave, que a terceira imagem (FIGURA 43) mostra a mesma sala, de uma perspectiva distinta da anterior. Assim como na segunda, a fotografia mostra o espaço destituído de visitantes e o fotógrafo explora a ausência de figuras humanas. Em consonância com o ângulo escolhido, destaca as sombras projetadas e efeitos da iluminação, reforçando a impressão de que os artefatos

flutuam no espaço. A posição inclinada de alguns deles favorece tal impressão, indicando que o efeito é um aspecto deliberado da montagem e exaltado pelo fotógrafo.

FIGURA 42 - SALA DAS CATEGORIAS TÊXTEIS, UTENSÍLIOS E CONSTRUÇÃO



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018k).

FIGURA 43 - SALA DAS CATEGORIAS TÊXTEIS, UTENSÍLIOS E CONSTRUÇÃO (2)



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018k).

Com maior dificuldade, ao visualizar ainda a terceira imagem (FIGURA 43) que compõem a sequência publicada no *site*, localizei duas etiquetas amarelas com a frase em preto: “por favor não toque”. Notei que as etiquetas apresentavam coesão tipográfica com os títulos visíveis em fundo branco, inclusive por conta de uso similar da barra ao fim da sentença. Pareceu-me estarem fixadas nos cabos de sustentação dos artefatos, em alturas diferentes e relações de proximidade distintas. Por fim, por meio dessa fotografia constatei que o fundo branco circundante não correspondia diretamente às paredes do museu. Ao fundo da imagem, percebi a configuração de painéis rentes a elas, sobrepostas à arquitetura do edifício.

A quarta imagem (FIGURA 44) restringe-se ainda à sala em que os itens definidos pelas categorias **Têxteis**, **Utensílios** e **Construção** apareceram expostos. Diante da recorrência, supus que a sequência de fotografias teria como intenção contemplar os artefatos de maior destaque das categorias de Produto em questão. Pensei que aqueles indicados como os primeiros lugares poderiam estar em ênfase nas imagens selecionadas para a divulgação da exposição, e que a fluidez expressada pela fotografia estaria, portanto, de acordo com a hierarquia entre os produtos estabelecida pela expografia.

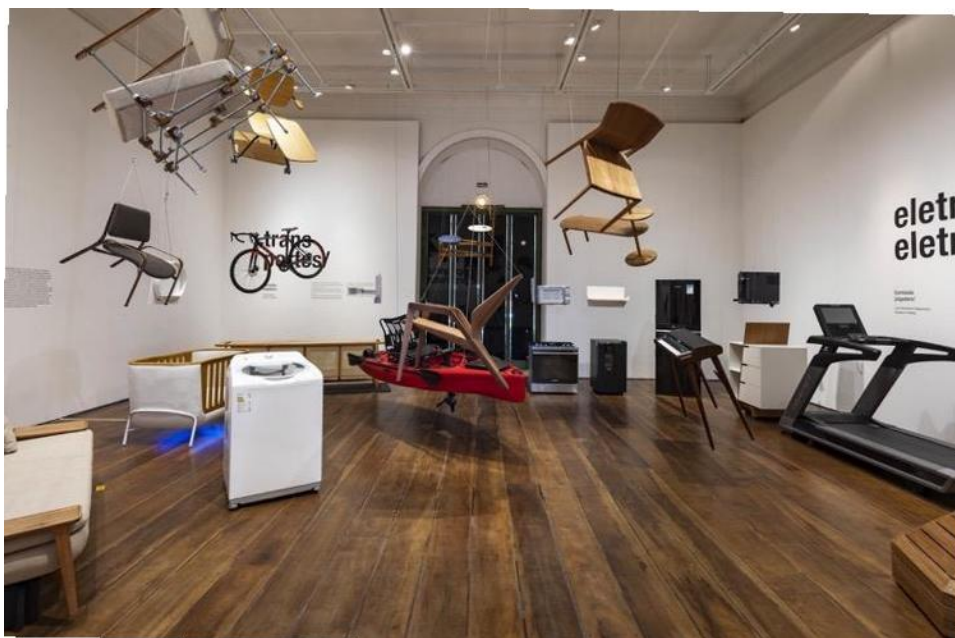
FIGURA 44 - SALA DAS CATEGORIAS TÊXTEIS, UTENSÍLIOS E CONSTRUÇÃO (3)



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018k).

Na quinta imagem (FIGURA 45), a perspectiva frontal é novamente respeitada. A foto selecionada para a divulgação contempla a porta de entrada da sala, definindo então um ponto de vista privilegiado pela expografia. É plausível considerar um critério de distribuição dos artefatos no espaço expositivo calcado na primeira impressão do visitante ao adentrar a sala.

FIGURA 45 - SALA DAS CATEGORIAS TRANSPORTE, ELETRÔNICOS E MOBILIÁRIO



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018k).

Ao analisar ainda a mesma imagem, notei que a cadeira classificada como 1º lugar da categoria **Mobiliário** (de acordo com a listagem de vencedores previamente publicada no mesmo *site* e de acordo com o catálogo da exposição, disponível em plataforma digital, a partir do dia 05 de novembro de 2018) está pendurada de maneira central, na altura dos olhos do visitante e, em relação à porta, de maneira simétrica. O barco, um dos primeiros lugares da categoria **Transportes**, aparece suspenso, mais ao fundo da sala, seguindo a mesma linha central imaginária, em condição de visualização análoga. A cor vermelha do artefato também favorece uma rápida identificação na imagem fotográfica. Percebi que, a partir da perspectiva frontal, uma bicicleta aparece igualmente suspensa e sobreposta ao título **Transportes**, ao fundo,

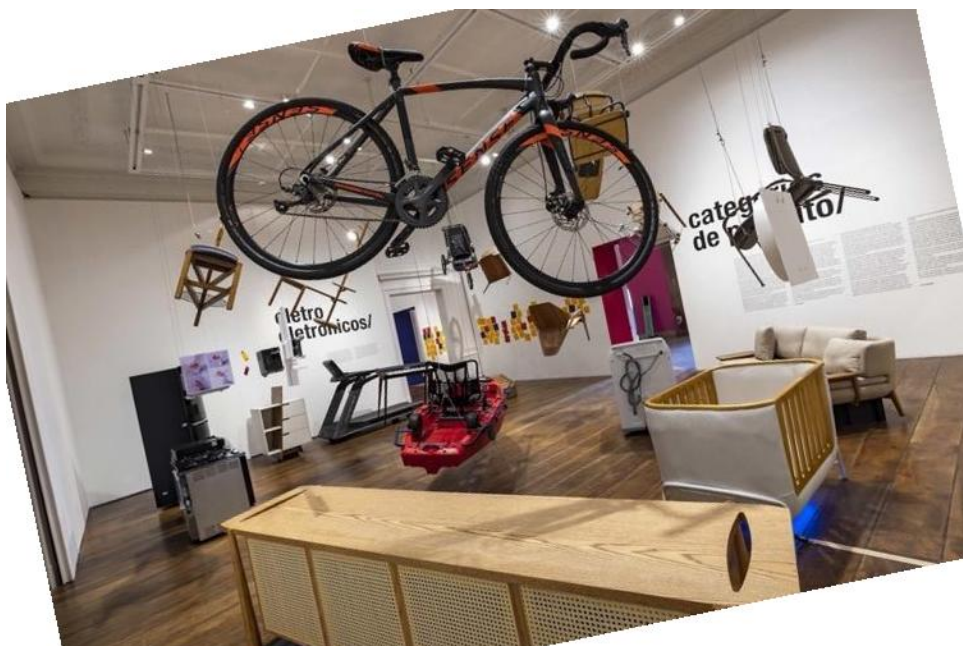
do lado esquerdo da sala; enquanto, logo abaixo do título **Eletrônicos**, encontra-se a esteira que ganhou menção honrosa na categoria.

A imagem mostra também os artefatos localizados no piso da sala. As tábuas da antiga residência da primeira metade do século XX, portanto, compuseram o cenário de exposição de **Eletrônicos**, itens de **Transportes** e **Mobiliário**. A partir de um olhar atento às sombras projetadas que a fotografia oferece, identifiquei a presença de suportes. Alguns produtos não tocavam o piso do Museu diretamente, mas é evidente a sutileza com que as estruturas foram exploradas pela expografia. Reparei ainda, que a lavadora de roupas, 1º lugar na categoria **Eletrônicos**, localizada no lado esquerdo da imagem, aparece em plano privilegiado. Na foto, ela é mostrada cercada por artefatos da categoria **Mobiliário**, enquanto outros eletrodomésticos, como o fogão, a geladeira, o purificador de água, e o microondas, localizam-se mais ao fundo da sala.

Assim como a terceira e quarta imagens, a sexta fotografia publicada mostra outra perspectiva da mesma sala com a intenção de valorizar o efeito cenográfico (FIGURA 46). A sombra da bicicleta sobre o *buffet* indica a sobreposição espacial e altura de suspensão, enquanto chama a atenção para os *spots* presos em estrutura presa ao teto. A fotografia contempla também a distância dos artefatos em relação às paredes, evidenciando o espaço de circulação, delineado pela expografia. Pareceu-me que os visitantes poderiam, portanto, passar por entre os artefatos, visualizando-os em 360°. A parte posterior dos móveis estariam à mostra, o da máquina de lavar roupas, da geladeira e do fogão estariam igualmente disponíveis à observação.

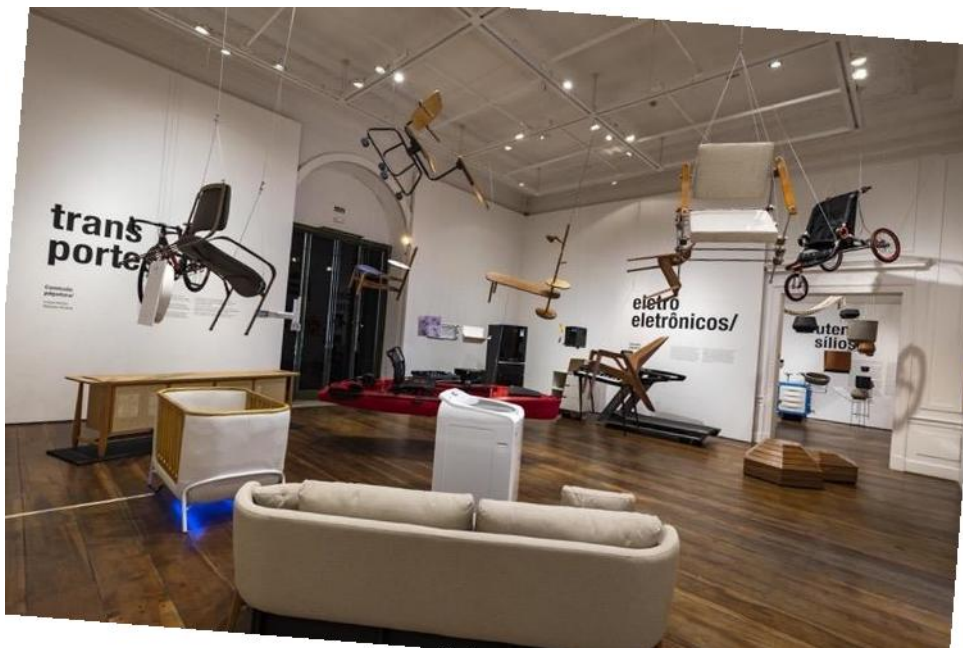
Observando a sétima imagem (FIGURA 47), notei que alguns artefatos suspensos estavam mais próximos ao teto. Considerando o pé direito não rebaixado, conjecturei que a visualização deles poderia ser dificultada. Consultando o catálogo on-line já referenciado, verifiquei que dois dos artefatos dispostos mais distantes do chão são protótipos. Enquanto os demais são itens de mobiliário de classificações distintas: 2º lugar, menção honrosa, selecionado. Nesse caso, a altura da suspensão não se confirma como um recurso de hierarquização, mas como um meio de proteção às peças mais frágeis.

FIGURA 46 - SALA DAS CATEGORIAS TRANSPORTE, ELETRÔNICOS E MOBILIÁRIO (2)



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018k).

FIGURA 47 - SALA DAS CATEGORIAS TRANSPORTE, ELETRÔNICOS E MOBILIÁRIO (3)



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018k).

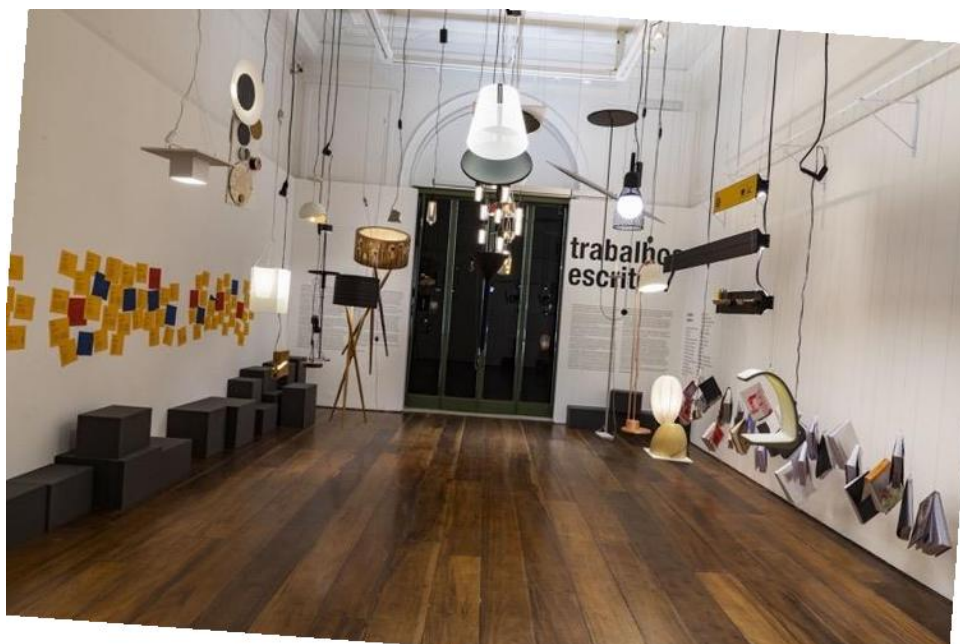
Por meio da descrição das fotografias sequenciadas, publicadas na postagem sobre a inauguração da exposição e do conhecimento prévio acerca do espaço expositivo em questão, identifiquei que a sala retratada na quinta, sexta e sétima fotografias é a central em relação à estrutura arquitetônica do andar térreo. Ao fundo da sétima imagem é possível ver uma parte da sala dedicada aos Utensílios, tema da segunda, terceira e quarta fotografias.

Somente a partir da análise da sexta fotografia percebi a presença de retângulos coloridos ao fundo, fixados no painel branco entre as entradas das salas. Retomei as imagens já examinadas e verifiquei que eles estão presentes também na segunda e terceira imagem do roteiro visual definido pela postagem publicada antes da abertura da exposição. Ainda investigando a sétima fotografia (FIGURA 47), percebi que a grande porta que dá acesso ao jardim do MCB aparece fechada, restringindo o espaço expositivo de iluminação natural ou externa, e impedindo acesso ao pátio interno do Solar neoclássico que constitui a sede do Museu.

Os vidros da porta fechada, ao fundo, refletem as luzes das luminárias em funcionamento na sala dedicada às categorias **Iluminação e Trabalhos Escritos**, contemplada pela oitava imagem da sequência disponível (FIGURA 48). O ponto de vista central da fotografia favorece a visualização das instalações elétricas concernentes, partindo da estrutura recorrente nas demais salas. Percebi que as condições de iluminação não geram sombras projetadas no chão de maneira tão proeminente quanto nos outros espaços fotografados. Por causa disso, e da perspectiva frontal, tive maior dificuldade de vislumbrar a distância a qual os artefatos estariam do piso. Nesse caso, a visualização do teto foi mais decisiva para a construção de uma percepção espacial.

De acordo com o alinhamento dos artefatos expostos, a sala foi dividida visualmente em duas partes. Identifiquei que o produto considerado 1º lugar da categoria **Iluminação** foi exposto mais próximo da entrada da sala, na região central. O 2º lugar foi posicionado no meio da sala, também na linha central, enquanto o 3º lugar da categoria foi posicionado ao fundo, no hemisfério esquerdo do espaço expositivo.

FIGURA 48 - SALA DAS CATEGORIAS TRABALHOS ESCRITOS E ILUMINAÇÃO



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018k).

Essa imagem permitiu-me a apreensão dos conteúdos dos retângulos coloridos presos aos painéis, identificados em fotografias anteriores. Devido à boa resolução da foto disponibilizada no *site*, ao abri-la em guia específica do navegador, ajustando o *zoom*, verifiquei que os retângulos eram suporte para informações textuais. Logo abaixo dos retângulos em cores primárias, a oitava imagem mostra também uma série de cubos e paralelepípedos cinzas. A diversidade dimensional está em acordo com o desalinho e ritmo aleatório configurado pelo posicionamento dos retângulos coloridos.

No extremo oposto do espaço fotografado, localizam-se os itens pertinentes à categoria **Trabalhos Escritos**, perceptível de modo evidente na nona imagem publicada (FIGURA 49). Por meio desta, foi possível constatar que uma estrutura igualmente branca serviu como varal e que as publicações foram penduradas a partir da lombada, com a abertura para baixo. Apesar do alinhamento ditado pelo suporte, os livros assumiram alturas distintas em acordo compositivo com a parede oposta, dominada pelos retângulos coloridos, cubos e paralelepípedos cinzas.

FIGURA 49 - SALA DAS CATEGORIAS TRABALHOS ESCRITOS E ILUMINAÇÃO (2)



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018k).

A nona e última imagem do roteiro visual proposto e divulgado pela postagem mostra como na sala dedicada a categoria Iluminação nenhum artefato ocupa o piso, assim como registrou-se na sala central, dedicada às categorias **Transportes, Eletrônicos e Mobiliário**.

A partir da observação das nove fotos disponíveis, remarquei que o conjunto avalizado pela instituição enfoca a expografia de maneira panorâmica. O caráter dinâmico, proporcionado pela falta de linearidade na disposição dos artefatos no espaço, é reverenciado em detrimento de imagens de detalhes dos produtos premiados. Reparei também na ausência de marcações de restrição no chão, de tablados cenográficos ou de vitrines.

3.3 INCURSÃO E A VERSÃO INSTITUCIONAL EM TENSIONAMENTO

No dia 15 de janeiro de 2019, entrei no espaço analisado previamente em companhia de Wilton Guerra, o museólogo da instituição, responsável pelo Centro de Documentação do Museu da Casa Brasileira. Foi ele quem me apresentou à equipe de orientadores de público na sala central, reservada aos móveis, eletroeletrônicos e meios de transporte. Nesse momento, expliquei o objetivo de minha pesquisa para os

profissionais que permanecem no espaço expositivo durante o horário de abertura ao público. Logo após a breve apresentação, fiquei na sala de exposição enquanto os profissionais que acabaram de me conhecer tomaram seus postos.

Sigo como visitante, buscando confrontar os resultados da descrição prévia com a experiência no espaço expositivo. Contemplo os detalhes de cada um dos produtos expostos, aspecto não reverenciado pelas fotografias da postagem sobre a inauguração da exposição. Como instruídos e dispostos a fazer, os orientadores mantinham seus olhares sobre mim. Na sala principal, um deles reage à minha aproximação da parede em que os papéis coloridos com as informações sobre os produtos estavam dispostos (FIGURA 50 e FIGURA 51). Indica que as mesmas, ali fixadas, estariam disponíveis igualmente em catálogo e que eu poderia retirá-lo na recepção. Além disso, gentilmente, aponta para a existência de pequenos papéis retangulares amarelos nas laterais das portas entre as salas com um código *QR* para a versão digital do catálogo impresso, publicada em plataforma específica (FIGURA 52).

FIGURA 50 - FICHAS (LEGENDAS) DOS PRODUTOS EM EXPOSIÇÃO



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 51 - DETALHE DAS FICHAS



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 52 - QR CODE PARA CATÁLOGO



FONTE: A autora (2019).

Durante os seis dias consecutivos de visita à exposição do 32º PD MCB vivencio o efeito cenográfico da suspensão dos artefatos diversas vezes. Os pontos de vista do fotógrafo Renato Parada, autor das imagens publicadas no *site*, são por mim respeitados, inicialmente. Busco reproduzir, presencialmente, a visualização proporcionada por cada fotografia descrita anteriormente. Em seguida, contudo, exploro pontos de vista distintos, escapando das portas de entrada e dos cantos extremos das salas de exposição. Altero a ordem de saída e entrada das mesmas, anotando e fotografando aspectos excedentes à análise prévia. Percorro o espaço expositivo em sentido horário, anti-horário e em velocidades distintas. Permaneço parada em pé ou sentada nos cubos cinzas de espuma por alguns minutos (FIGURA 53).

FIGURA 53 - CANTO DA SALA DEDICADA À CATEGORIA ILUMINAÇÃO



Fonte: A autora (2019).

Ao iniciar o processo, remarco que a qualidade das fotos feitas por mim é incomparável às aquelas oferecidas pelo profissional que atende ao *briefing* do MCB, inclusive por conta dos recursos limitados oferecidos por meu equipamento de natureza não profissional. Mas ao observar as fotos feitas na tela de meu *smartphone*, ao fim de cada visita realizada, pondero a imperícia como parte da investigação, examinando que ela materializa o confronto entre a versão imagética institucional da exposição e as possibilidades, dificuldades e surpresas que experimento enquanto visitante da exposição.

A despeito do que as fotografias publicadas no *site* evidenciam, alguns artefatos suspensos não permanecem estáticos. As portas para o jardim do Museu permanecem abertas durante o funcionamento do MCB e a circulação de ar permite que alguns deles girem em torno de seu eixo próprio. A cadeira AVA, por exemplo, 1º

lugar da categoria Mobiliário, exposta logo na entrada da sala central, gira intensamente, devido ao modo como os cabos a sustentam (FIGURA 54), evidenciando a leveza de sua matéria-prima.

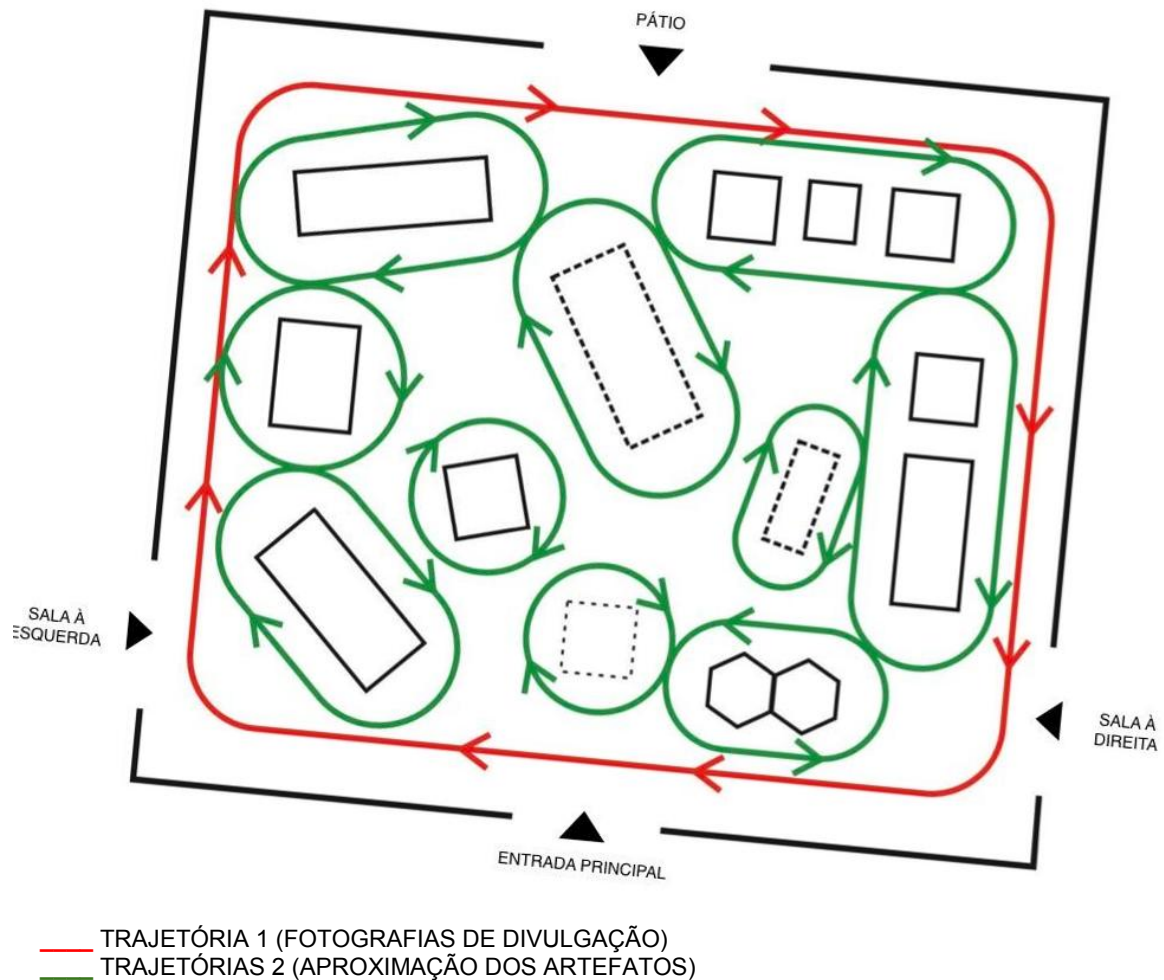
FIGURA 54 - CADEIRA AVA EM EXPOSIÇÃO



FONTE: A autora (2019).

Diante dos artefatos suspensos, estáticos, entretanto, é possível girar 360° para observar e apreender a totalidade. Atesto, a cada visita, a importância de trajetórias possíveis na sala de exposição (FIGURA 55). Experimento o efeito de soltura, evidenciado como diferencial expográfico pelas fotografias oficiais de divulgação, como recurso decorrente não somente do uso de cabos transparentes. A impressão de movimento e instabilidade na apresentação dos produtos suspensos deve-se igualmente à posição, altura e inclinação definidas.

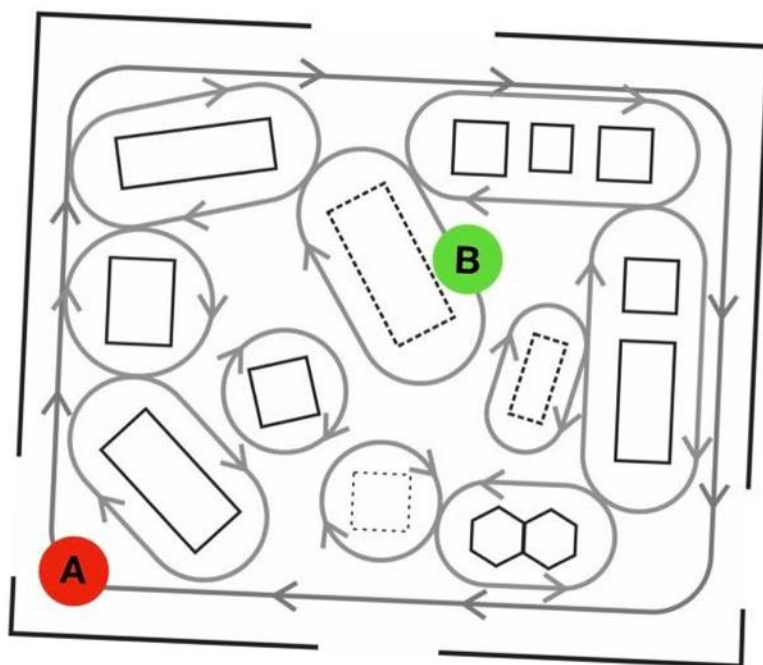
FIGURA 55 - TRAJETÓRIAS DE CIRCULAÇÃO NA SALA CENTRAL



FONTE: A autora (2019).

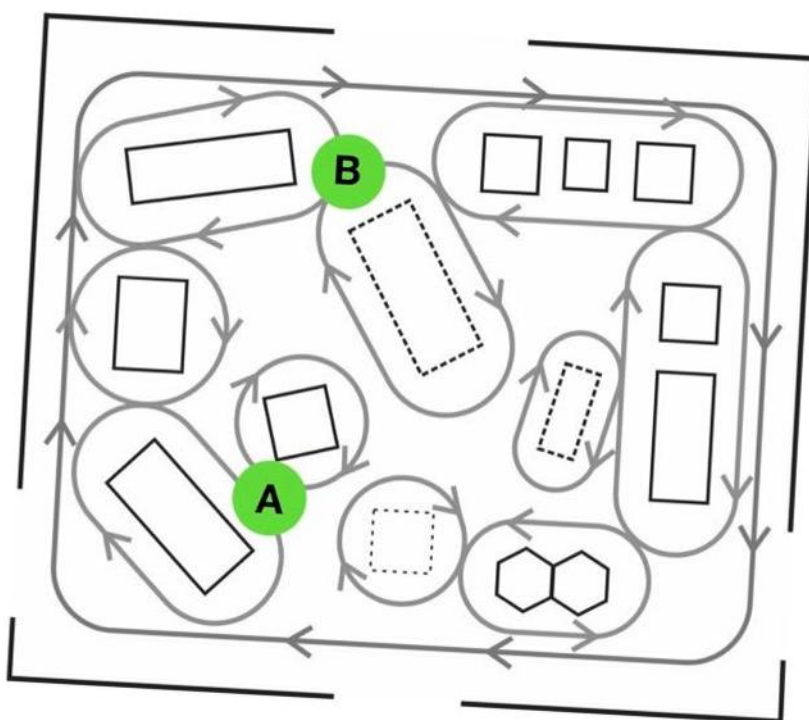
Ao me postar logo abaixo de alguns deles, o exercício de elevar a cabeça para observar, proporciona a visualização de perspectivas inusitadas, especialmente, em se tratando dos itens da categoria Mobiliário, como o mancebo Mandacaru e o protótipo Rafa (QUADRO 1 e QUADRO 2). Noto que a elevação do solo permite que a parte posterior dos artefatos seja vista, mas que, dependendo da altura em que o produto está suspenso e da posição adotada, detalhes construtivos, como encaixes e conectores tornam-se de difícil visualização, especialmente devido ao efeito contra-luz provocado pela coincidência com os *spots* de iluminação das salas.

QUADRO 1 - MANCEBO MANDACARU (posições aproximadas A e B)



FONTE: A autora (2019).

QUADRO 2 - PROTÓTIPO RAFA (posições aproximadas A e B)



FONTE: A autora (2019).

Além disso, reparo que na sala da categoria Trabalhos Escritos e Iluminação a suspensão dos produtos expostos segue um alinhamento rigoroso. Comparativamente, e *in loco*, noto que na sala em questão o caráter estático impõe-se ao dinâmico. As luminárias são dispostas em respeito geométrico à estrutura quadrilátera fixada no teto (as luminárias do MCB) (FIGURA 56), enquanto os representantes de Trabalhos escritos, estão pendurados em linha, em suporte único. Como já havia observado na análise prévia, o efeito de flutuação é distinto daquele proporcionado pela expografia das duas outras salas, dedicadas às outras categorias de Produtos. Esse aspecto me remete à apresentação de luminárias em lojas especializadas. Em contrapartida, estranho a suspensão das luminárias de piso expostas no Museu. Diferentemente do que ocorre nas outras duas salas, a escolha por apresentar alguns produtos sobre o solo ou sobre sutis tablados não foi aplicada (FIGURA 57).

FIGURA 56 - VISTA DA SALA DA CATEGORIA
ILUMINAÇÃO



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 57 - ELEVAÇÃO DE LUMINÁRIA
DE PISO



FONTE: A autora (2019).

3.4 A PARTIR DO PONTO DE VISTA DE VISITANTES

No domingo, 20 de janeiro de 2019, por volta das 13h00, três mulheres de aproximadamente 30 anos (com roupa de ginástica) entram pela porta de acesso ao pátio e ao Jardim, passam pela sala dos artefatos premiados na categoria Iluminação. Apesar da rapidez do trajeto, lançam olhares sobre as luminárias e uma delas diz: “Olha, que bonito!”, apontando para a Amarcord, o 1º lugar da categoria (FIGURA 58).

FIGURA 58 - LUMINÁRIA AMARCORD EM EXPOSIÇÃO



FONTE: A autora (2019).

Às 13h57 as luzes do MCB são apagadas para a resolução de problemas técnicos (FIGURA 59). Enquanto isso, outras duas mulheres, igualmente jovens, atravessam a sala contemplando as luminárias. Uma delas também aponta para a

luminária Amarcord suspensa (e apagada) por cabo transparente e diz: “Essa eu gostei!”, enquanto a sua acompanhante reforça: “Essa é de mesa!”.

Após aproximadamente dez minutos a energia elétrica é restabelecida e algumas luminárias passam a emitir luz automaticamente. Outras, ao contrário, são acionadas por orientador de público, enquanto eu era a única visitante presente na sala. Sentada no canto da mesma, sobre um dos cubos cinzas de espuma, vejo o interruptor de Amarcord, recentemente referenciada pelas fugazes visitantes, ser tocado pelo funcionário do MCB e percebo o efeito da cúpula transformando-se em superfície translúcida e brilhante.

FIGURA 59 - LUZES APAGADAS NA SALA DA CATEGORIA ILUMINAÇÃO



FONTE: A autora (2019).

Segundo o texto descritivo, disponível em retângulo colorido fixado sobre o painel branco que delimita o espaço expositivo (e igualmente publicado no catálogo da exposição do 32º PD MCB), esse efeito é o principal diferencial do artefato.

Amarcord cativou o júri rapidamente. O uso criativo da refração da luz resulta na visualização da cúpula como elemento difusor. A cúpula, quando a luminária está desligada, fica completamente transparente. Ligada, a iluminação por LED parece torná-la translúcida, semelhante a um abajur. O controle dimerizável suaviza a intensidade da luz flexibilizando a sua utilização. Com elegante aplicação de novas tecnologias, fontes de luz minúsculas e potentes, e uma certa magia que nos surpreende, esta luminária agrada de muitas formas. Mostra-nos uma iluminação digital precisa e sofisticada. Tem uma silhueta clássica primorosa, proporções precisas e produção tecnológica de altíssima qualidade, sem excessos ornamentais. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 44).

O modo como o artefato premiado é mostrado na exposição, contudo, não coincide totalmente à apresentação textual, pois o diferencial principal que cativa a comissão julgadora não está visível. Assim como os demais itens pertinentes à categoria Iluminação, Amarcord é exposta em suspensão, por um cabo plástico transparente, permanecendo ligada. A “magia”, portanto, ressaltada no texto descritivo, não pode ser percebida porque a luminária não está ao alcance das mãos dos visitantes e não pode ser acionada, desligada e religada. As possibilidades do controle dimerizável e a flexibilidade de utilização não são apreensíveis visualmente, por conseguinte.

No momento em que as observo, as visitantes não procuram o texto descritivo fixado na parede. Por meio de suas manifestações verbais, no entanto, penso na apreensão do potencial de agradar de muitas formas, dita pela versão textual do artefato. Infiro que a silhueta clássica e primorosa, as proporções precisas, vão de encontro ao adjetivo que profere a visitante no intuito de julgar Amarcord e destacá-la para a pessoa que a acompanha. A beleza da luminária é percebida e exaltada, enquanto a produção tecnológica de altíssima qualidade materializada textualmente não é referenciada por ela.

O regulamento do 32º PD MCB especificou de que maneira a aparência dos produtos concorrentes seria avaliada, assim como suas características de produção. Segundo o documento (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018h), publicado *site* da instituição, no dia 13 de junho de 2018, os inscritos nas categorias e modalidades relacionadas à categoria Produtos foram examinados em uma primeira fase, por meio de imagens e desenhos de projeto/desenho técnico. No regulamento, indica-se que o

material submetido seria contemplado a partir de critérios como concepção formal e inovação tecnológica. O primeiro item corresponde “a aspectos estético formais, ou seja, proporção, cor, texturas, acabamentos superficiais, relação com o ambiente de uso, bem como adequação do produto às percepções do seu público-alvo”. A inovação cumpre-se com a “incorporação ao produto de novas tecnologias e/ou novas soluções na utilização de materiais e processos produtivos”.

Os artefatos inscritos na categoria Iluminação foram avaliados por dois jurados. Um deles, Gustavo Gatti Casagrande, foi oficialmente apresentado pelo evento como consolidado profissional, graduado em Arquitetura pela FAAP. Na ocasião de divulgação das comissões julgadoras do 32º PD MCB (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018e), destacou-se ainda a intensa vivência do avaliador em todas as áreas relacionadas ao design de produto, produção, protocolo técnico, e projetos luminotécnicos. Publicou-se que “com mais de 20 anos de experiência, Gustavo Casagrande está a frente da Cativa Iluminação e entre seus principais clientes estão Bio Ritmo, Rede D’or, Google, We Work, Ibope, Prada, Chanel, Rolex, Valentino e Saint Laurent.”

A legitimação do segundo jurado, Olavo Aranha, foi estabelecida a partir de estrutura discursiva análoga. Em primeiro lugar, destacou-se a formação e atuação acadêmica, sendo na sequência, ressaltada a experiência profissional. Olavo Aranha foi apresentado como graduado em Desenho Industrial pela Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP (1987) e pelo Industrial Design pelo Central Saint Martins College of Art and Design (Reino Unido, 1993). Indicou-se o fato de lecionar nos cursos de Design e Arquitetura e Pós-graduação da FAU-Mackenzie, atuando em design automobilístico, gráfico, linha branca, linha marrom e luminotécnica (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018e).

As informações sobre os jurados não compuseram a expografia. Aos visitantes ofereceu-se os nomes dos membros da comissão julgadora como assinaturas de um texto adesivado sobre painel branco. O mesmo texto pode ser encontrado na íntegra no catálogo da edição do prêmio que, como já mencionado, esteve disponível na recepção do MCB durante a vigência da exposição e está ainda disponível digitalmente. Segundo o texto assinado por Gustavo Gatti e Olavo Aranha,

O júri debateu longamente sobre essa ordem: privilegiar o industrial, o belo, o mágico, o arrojado *versus* o elegante; e chegar à decisão que envolveu todo o grupo. É a síntese dessa seleção. Acreditamos que a produção atual

apresenta maturidade e originalidade. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 43).

Ainda no catálogo do 32º PD MCB há uma foto, na página 19, em que os dois jurados aparecem olhando e manipulando artefatos em avaliação. Ela refere-se à segunda fase do processo seletivo, já previsto no regulamento do evento. As peças selecionadas foram entregues pelos participantes, aos cuidados da Equipe do Prêmio Design, junto com respectivo material complementar, na sede do MCB (entre os dias 10 e 20 de setembro).

Com relação às especificações de envio da peça para avaliação, o regulamento indicava que a embalagem deveria conter a identificação do autor responsável pela inscrição, endereço e número de inscrição: “A peça, no entanto, deve trazer somente o número de inscrição, sendo vedada a identificação com os dados de autoria.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018h). Além disso, o regulamento exigia a entrega de 01 CD, DVD ou *pendrive* com as fotos das peças em alta resolução (300 dpi) com seus respectivos créditos, indicando o uso para a exposição e publicação dentro das finalidades da premiação. O regulamento determinou ainda que os gastos com transporte para o envio do produto classificado para a segunda fase eram de total responsabilidade do candidato, assim como a retirada (em caso de desclassificação ou após o encerramento da exposição. Ressaltou-se que “O Museu da Casa Brasileira manterá vigilância permanente sobre os projetos em seu poder, isentando-se de toda e qualquer responsabilidade por perdas e/ou danos que eventualmente venham a ocorrer.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018h).

Os três premiados na categoria Iluminação, segundo o texto assinado pelos jurados, “são complementares: o trabalho de um designer brasileiro atuando no exterior, um trabalho da melhor qualidade industrial e um que valoriza nossa memória artesanal, nossas madeiras e poesias.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 43). Além disso, as intenções dos jurados são remarcadas no último parágrafo do texto:

Desejamos que a premiação promova o bom design, a boa indústria. Esperamos que o Museu da Casa Brasileira promova a aproximação entre designers e a indústria, os que distribuem e os que consomem. Receber tal premiação é um estímulo, é reconhecimento, é competitividade. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 43).

A partir desses apontamentos, penso que a expografia inverte a ordem e hierarquia dos critérios de avaliação defendidos pelos jurados. Na exposição, a luminária Amarcord é facilmente vista, pois ocupa uma condição privilegiada de visualização, à frente das demais. Assim como o par de jurados, o par de visitantes observado por mim reconhece a qualidade formal do artefato premiado, qualificando-a como “bonita”. Contudo, no espaço expositivo, o privilégio do industrial, a prevalência do bom design em consonância com a “boa indústria” não se explicita visualmente.

3.5 DA FEIRA DE MILÃO PARA O PRÊMIO DESIGN MCB

O “designer brasileiro atuando no exterior” que assina a luminária Amarcord, laureada com o 1º lugar, junto com seu sócio italiano Nicollò Adolini, é Daniel Simonini. Em entrevista a mim concedida em 23 de setembro de 2019, o profissional contou que aos 18, 19 anos, escolheu continuar seus estudos em design na Itália, em Milão, onde trabalhou em alguns *studios* de design como Ferrucci Laviani, Piero Lissoni, Roberto Palomba e Rodolfo Dordoni. Segundo ele, a experiência permitiu o trânsito por vários aspectos da profissão, pois os escritórios favoreceram um aprofundamento na área de *exhibition design* (junto ao Salão Móvel de Milão), design de produto e design gráfico (SIMONINI, 2019).

Em depoimento, Daniel Simonini (2019) comentou que já havia participado do Prêmio Design MCB outras vezes, mas que venceu pela primeira vez na edição em questão. Declarou que ser vencedor no evento demarca o trabalho no tempo e no espaço. Afirmou ser “muito emocionante, porque é o reconhecimento de todo esforço e dedicação para conseguir realmente êxito, superando tudo aquilo já realizado até então.” Daniel classificou o evento como um “ícone de reconhecimento” da originalidade da luminária Amarcord, “não só pela sua forma, mas também pela essência, por qualidades que fogem das técnicas tradicionais.” (SIMONINI, 2019).

Nas palavras de Daniel Simonini (2019), a luminária Amarcord tem uma forma arquetípica: “você olha e sabe que é uma luminária”. Destacou, porém, que a essência formal está associada a todo o campo tecnológico por trás. Reforçou que o material do qual é feita é relativamente simples, uma espécie de acrílico, mas que “No ato de acendê-la é possível ver a transformação e a magia desse objeto. Um objeto

transparente que desafia as leis da física.” A seu ver, “essa transformação é a parte mais bonita e mais legal de se observar nesse objeto”.

Daniel Simonini (2019) destacou ainda que Amarcord é um produto que requer a interação com o público para que o seu diferencial seja compreendido: “esse efeito de transformação de uma superfície transparente que vira jateado, vira sólido (...) essa é a mágica!”. “Fizemos várias mostras, inclusive o Salão do Móvel em Milão, diversas vezes, dentro do Pavilhão mesmo, durante a feira, onde as pessoas podiam tocar, ligar e desligar, assim como outras feiras onde também tinha interação com o público.” (SIMONINI, 2019) O designer contou que “é com muita surpresa que as pessoas olham o objeto: ‘Nossa como isso é possível!’.” Para ele, “é esse brilho nos olhos das pessoas que nos faz entender a responsabilidade que temos, o diferencial como designers que podemos oferecer.” (SIMONINI, 2019).

Em referido depoimento, Daniel Simonini (2019) falou também sobre o processo de concepção da luminária Amarcord. De acordo com ele, o projeto começou com uma pesquisa de materiais, visando a identificação daqueles ainda inéditos. Para o designer, esta é a inovação do projeto, o uso de um material especial, um material frágil, difícil para trabalhar, de manipular, de moldar. Ele explica que o material é uma fusão de alumínio termo-formado para ter o formato de cúpula autoluminante, composta por pontos de LED em faixa, controlados por um *chip*, ambos feitos sob medida para o objeto.

Além disso, o designer ressaltou: “Pensamos em cada um dos detalhes da forma para que ficasse esteticamente agradável” (SIMONINI, 2019). Contou que o detalhe da união da base de alumínio com a haste foi projetado para que ficasse visível, visando que o encaixe entre as duas geometrias criasse um interesse para pessoas que olham a luminária de perto. “Escolhemos alguns parafusos à vista mesmo para trazer uma sensação mais industrial, uma sensação mais técnica, de modo que o objeto tivesse em uma base abundante, que completasse o espaço, que não ficasse tímido. Não era para ser um objeto *take away*.” Em suas palavras (SIMONINI, 2019), “A Amarcord é um objeto importante, que realmente preenche as superfícies.”

Segundo Daniel Simonini (2019), a luminária é considerada primorosa nas suas proporções. Isso porque, de acordo com ele, o projeto articula o princípio denominado como proporção de ouro. “Em geral, aplicamos esse princípio em nossos projetos”. O designer explicou que a proporção áurea implica em considerar cada um

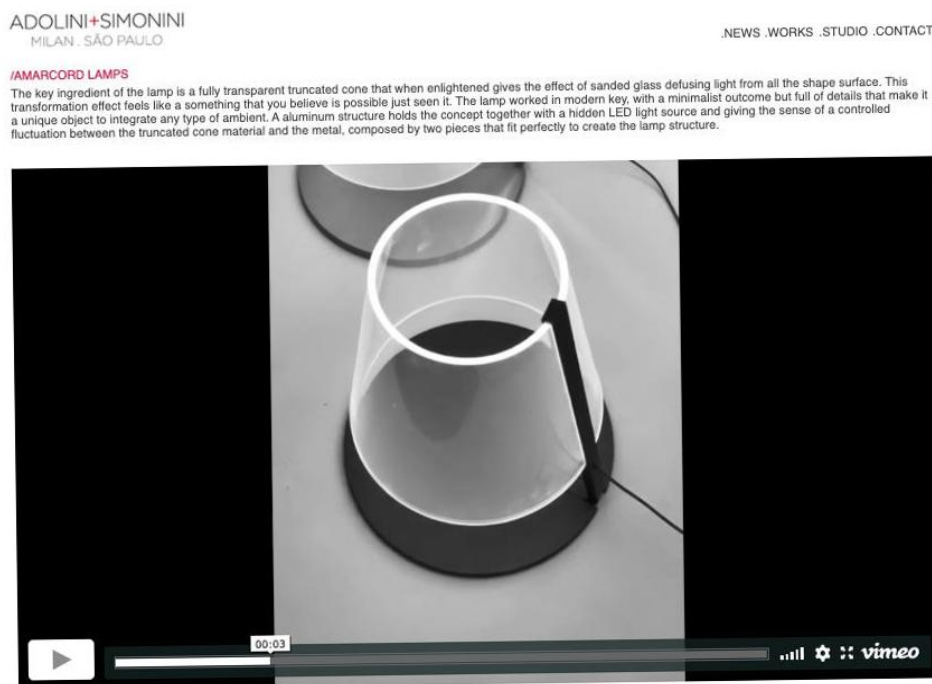
dos elementos que compõem o objeto como blocos, trabalhando as medidas deles para que se encaixem dentro da regra de forma muito flexível e maleável. “Não usamos isso, obviamente, como algo rígido, mas é um princípio que foi colocado nesse projeto”.

No *site* do escritório Adolini+Simonini (2020), a luminária é apresentada textualmente de maneira análoga ao depoimento a mim concedido por Daniel Simonini⁹. Assim como no depoimento, a mágica é remarcada a partir de uma explicação sobre os recursos tecnológicos envolvidos. Contudo, não há um correlato em termos de visualização. O processo de produção referenciado pelo designer depoente não é igualmente contemplado por meio de registros digitais como vídeos ou fotos. O efeito surpreendente de transformação da superfície, mencionado tanto no depoimento do designer quanto no texto oficial, é, no entanto, apresentado por meio de uma curta animação que mostra a luminária sendo apagada. A cúpula translúcida e brilhante torna-se transparente diante do espectador em 15 segundos (FIGURA 60). A luminária representada no *site* assemelha-se a um modelo digital 3D e o artefato é mostrado na animação, e demais imagens, sobre um fundo branco (FIGURA 61).

No texto de apresentação do produto, publicado no mesmo *site*, há referência às condições de uso, elemento que não foi tratado diretamente por Daniel Simonini em seu depoimento a mim concedido. Segundo o texto, o caráter minimalista do artefato favorece sua integração a qualquer tipo de ambiente.

⁹ O *site* inclui somente versão em língua inglesa: The key ingredient of the lamp is a fully transparent truncated cone that when enlightened gives the effect of sanded glass defusing light from all the shape surface. This transformation effect feels like a something that you believe is possible just seen it. The lamp worked in modern key, with a minimalist outcome but full of details that make it a unique object to integrate any type of ambient. A aluminum structure holds the concept together with a hidden LED light source and giving the sense of a controlled fluctuation between the truncated cone material and the metal, composed by two pieces that fit perfectly to create the lamp structure. (ADOLINI+SIMONINI, 2019)

FIGURA 60 - LUMINÁRIA AMARCORD NO SITE DO ESCRITÓRIO ADOLINI + SIMONINI



FONTE: ADOLINI + SIMONINI (2020).

FIGURA 61 - LUMINÁRIA AMARCORD NO *SITE* DO ESCRITÓRIO ADOLINI + SIMONINI (2)

FONTE: ADOLINI + SIMONINI (2020).

No catálogo do 32º PD MCB, a foto creditada a Marcos Cardelli (FIGURA 62), mostra a luminária Amarcord em uma situação de uso. A luminária aparece já acesa, sobre uma mesa com acabamento de madeira. O efeito de transformação, ressaltada como diferencial da luminária, no entanto, não se torna apreensível pela imagem, mas por meio da fotografia é possível notar que não há bocal e lâmpada. É possível apreender também que a luz, aparente pelo reflexo na superfície da mesa, é emitida pelo material que compõe a cúpula em forma de tronco de cone. Ao fundo da imagem, há um par de óculos e uma cadeira, viabilizando a construção de certa noção de escala.

FIGURA 62 - LUMINÁRIA AMARCORD NO CATÁLOGO DO 32º PD MCB



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018a).

Ainda no catálogo do 32º PD MCB, na página oposta àquela que abriga a imagem descrita acima (na página 44), os nomes dos autores do produto são referenciados, assim como há a indicação da produção da empresa italiana Martinelli Luce. É por meio do *stand* da empresa que a luminária foi apresentada no Salão do Móvel de Milão, evento mencionado em depoimento por Daniel Simonini e que envolve mostra específica para produtos destinados a iluminar. A Euroluce é o nome da Exposição Internacional de Iluminação, vinculada ao Salão desde 1976. Divulga-se que o evento tem como objetivo “apresentar as soluções mais inovadoras no campo da iluminação para interiores e exteriores.” (SALONE MILANO, 2020).

As edições da exibição compiladas são divulgadas por meio de vídeos que documentam o modo como os artefatos foram mostrados e experimentados pelos visitantes nas últimas edições da feira italiana. A luminária Amarcord aparece em vídeo publicado no canal oficial da Martinelli Luce, na plataforma YouTube, que retrata o *stand* da empresa na Euroluce de 2017.

O documento audiovisual (2020) mostra, em primeiro lugar, imagens da área externa de acesso ao Pavilhão. Nesse sentido, a contextualização espacial reforça a relação da Euroluce com o Salão do Móvel, sendo focado o totem específico de indicação da feira. As imagens subsequentes mostram indicativos tipográficos e visitantes adentrando o espaço, circulando pela parte interna do Pavilhão. Em seguida, um ponto de vista do *stand* da Martinelli Luce é destacado, construindo a referência dimensional total.

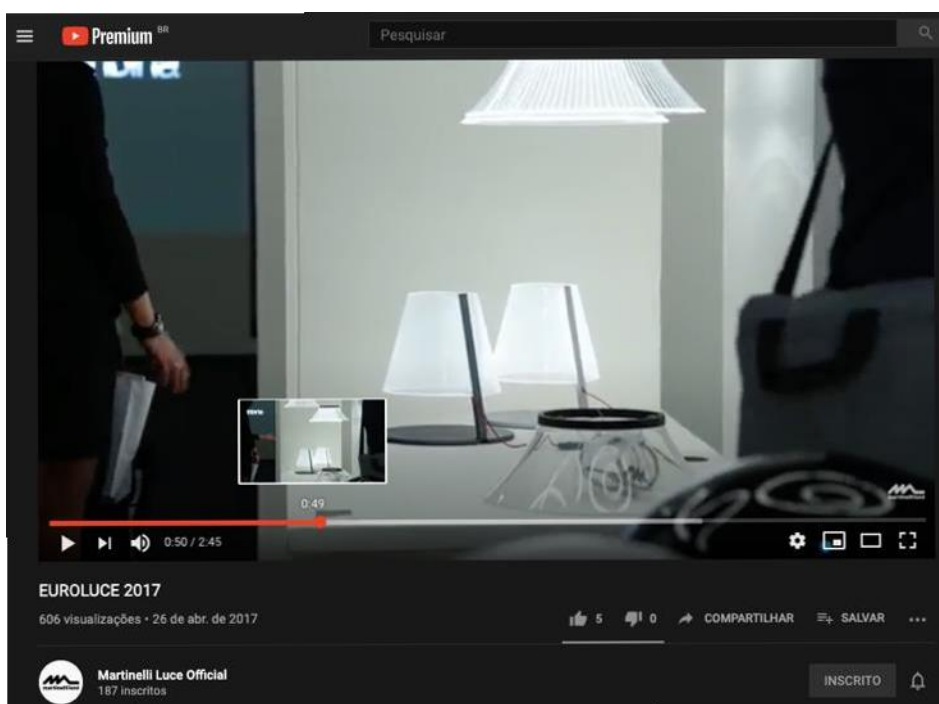
O *stand* apresenta duas faces, oferecendo dois eixos de acesso e trânsito de visitantes. A estrutura cúbica compreende divisórias e mesas brancas. Luminárias de teto aparecem instaladas de acordo, enquanto luminárias de mesa são expostas lado a lado nas mesas cenográficas. No vídeo disponível, alguns produtos são mostrados de maneira aproximada, de modo a destacar a superfície, cores e acabamentos, a forma, encaixes e detalhes construtivos, o tipo de luz emitida e os efeitos no ambiente. Esse tipo de abordagem visual dos produtos é mostrado em alternância com imagens de visitantes passando pelo *stand*, observando os produtos, fotografando-os. O vídeo enfatiza tanto a quantidade de pessoas quanto à interação delas com alguns dos produtos expostos. Visitantes são mostrados tocando-os, manipulando-os de forma a experimentar texturas e atestar possibilidades diversificadas de iluminação.

O registro e edição do vídeo disponível no canal da Martinelli Luce (2020) destaca a presença de informações textuais em *folders*, etiquetas de identificação (próximas aos artefatos), retratos e nomes de designers fixados na parede. Em pelo menos duas cenas, uma espécie de placa com o símbolo do Prêmio Compasso d'Oro é destacada. Pessoas são filmadas folheando as publicações em papel, conversando entre si, apontando para as luminárias expostas. Uma das últimas cenas do vídeo, mostra uma das visitantes segurando em seu colo uma luminária de mesa, atestando a possibilidade de aquisição dos produtos expostos na feira. Todas as imagens que constituem a narrativa videográfica sobre a participação da Martinelli Luce na Euroluce 2017 são acompanhadas de uma música. Desse modo, os sons do ambiente da feira,

as vozes das pessoas, os comentários sobre os artefatos, são informações descartadas.

Duas unidades da luminária Amarcord aparecem, pela primeira vez, aos quarenta e oito segundos do referido vídeo, expostas lado-a-lado sobre uma das mesas brancas situadas no *stand* (FIGURA 63).

FIGURA 63 - LUMINÁRIA AMARCORD EM VÍDEO NO CANAL DA MARTINELLI LUCE



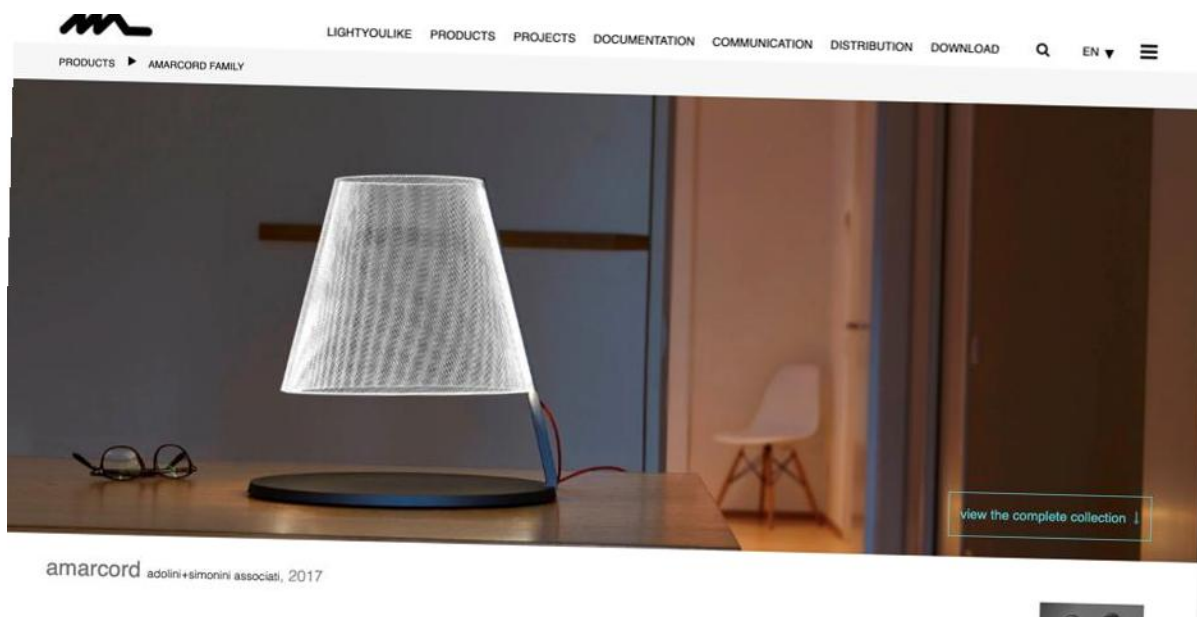
FONTE: MARTINELLI LUCE (2020).

Ambas aparecem acesas, os interruptores estão à mostra e ao alcance dos visitantes. Entretanto, a cena incluída no vídeo não contempla a interação possível e a surpresa do usuário, descrita pelo designer Daniel Simonini. No entanto, no vídeo de quase três minutos, a luminária Ciborg de Karim Rashid aparece sendo tocada por visitantes diferentes, em dois momentos distintos. Por meio da cena é possível compreender que o funcionamento da luminária Cyborg dispensa um dispositivo como um interruptor convencional. O seu acionamento e desligamento deve ser feito diretamente pelo toque na parte superior de seu corpo. A luminária Fluída, do Studio Natural, também aparece sendo manipulada por mais de um visitante. O produto oferece várias condições luminosas devido à possibilidade de posicionamento das

estruturas que ligam a faixa que sustenta pontos de LED. A diversidade de posições depende diretamente da manipulação do usuário.

A interação com o usuário da luminária Cyborg e Fluída é ressaltada em outros vídeos presentes no canal da Martinelli Luce. Vídeos breves (trinta e três segundos e um minuto e vinte e cinco segundos, respectivamente) exclusivos para cada um dos artefatos. Não há vídeo análogo sobre a Amarcord disponível no mesmo canal oficial da empresa. Contudo, no *site* da Martinelli Luce (2020) imagens e informações técnicas da Amarcord podem ser encontradas. A primeira imagem mostrada é semelhante àquela de divulgação publicada, tanto no catálogo do 32º PD MCB quanto no vídeo divulgado pelos sócios Nicollò Adolini e Daniel Simonini. Configura uma cena de uso, em que a luminária é mostrada sobre uma mesa com acabamento de madeira, próxima a um par de óculos. Contudo, ao contrário de sua congênera, a composição, no caso, envolve uma sequência de planos frontais em detrimento a uma perspectiva aproximada. A luminária é mostrada quase de perfil, enquanto a regularidade de iluminação contribui para que a amplidão do ambiente se torne importante. Ao fundo há uma porta aberta, e parte de outro cômodo é revelado. Neste outro espaço é possível identificar uma popular cadeira assinada por Charles & Ray Eames (FIGURA 64).

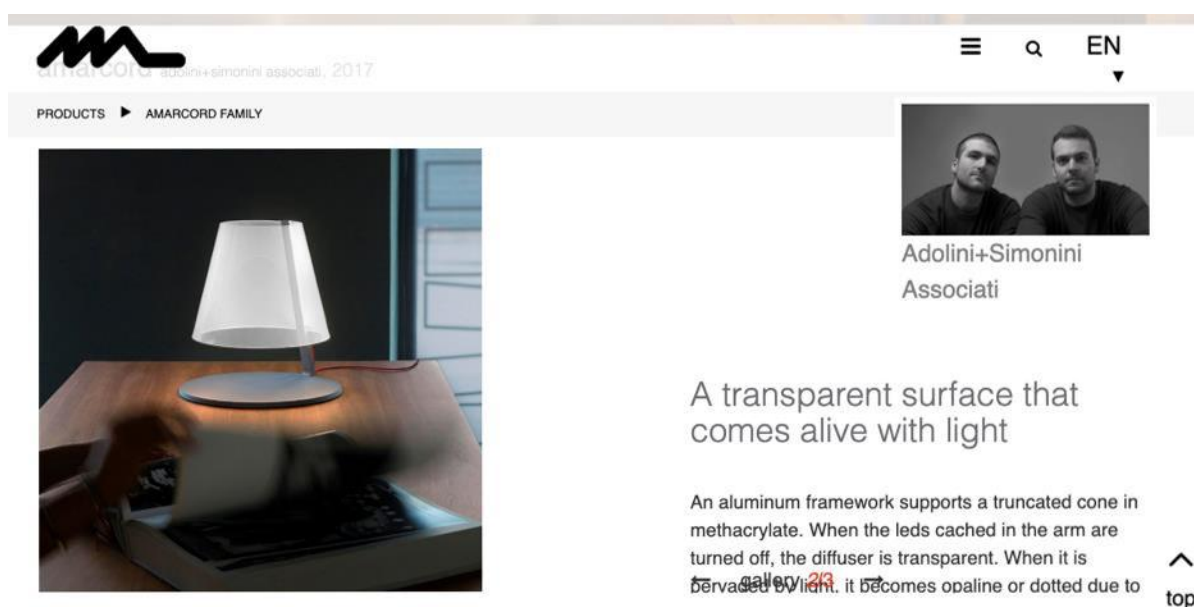
FIGURA 64 - LUMINÁRIA AMARCORD NO *SITE* DA MARTINELLI LUCE



FONTE: MARTINELLI LUCE (2020).

O *site* da empresa italiana disponibiliza uma galeria com três imagens adicionais. Na primeira delas Amarcord é novamente apresentada em relação a uma mesa e uma cadeira. Desta vez a referência é um artefato assinado pelo designer escandinavo Arne Jacobsen. A segunda imagem da galeria representa uma figura humana ao folhear um livro sobre a mesma mesa em que é mostrada a luminária (FIGURA 65). Contudo, a luz emitida pelo produto, representada com efusividade e perceptível pelo reflexo contrastante na superfície da mesa, não atinge as páginas do livro. O mesmo, portanto, é mostrado sendo manipulado em uma área de sombra.

FIGURA 65 - LUMINÁRIA AMARCORD NO *SITE* DA MARTINELLI LUCE (2)



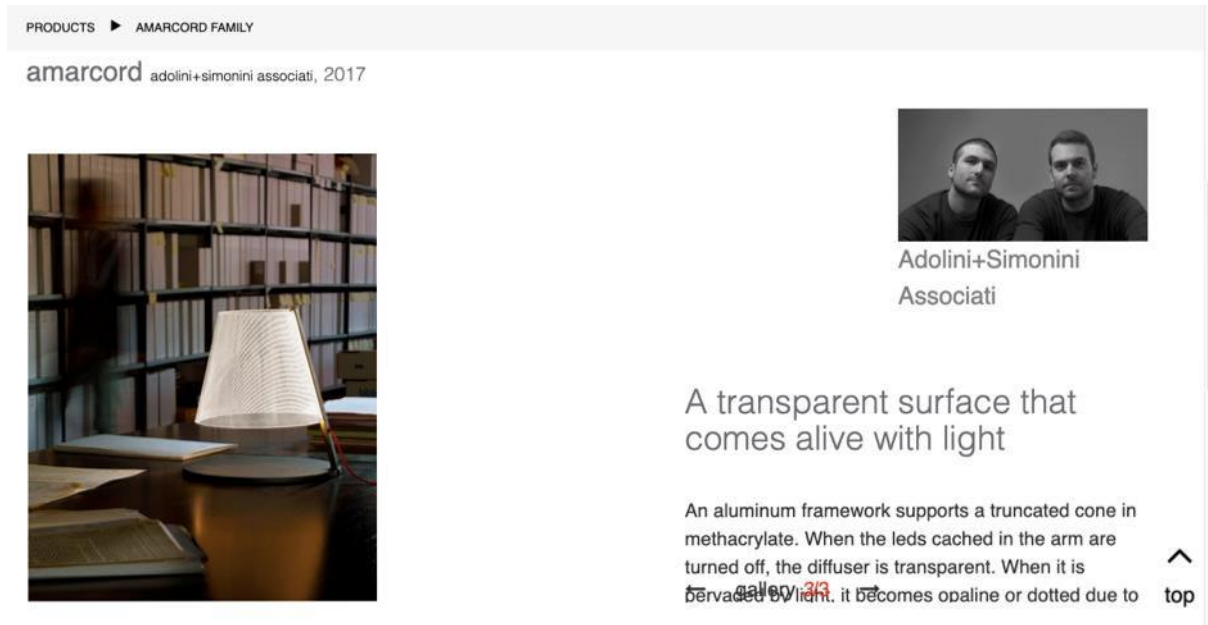
FONTE: MARTINELLI LUCE (2020).

Por fim, o cenário da terceira imagem da galeria, que acompanha a descrição publicada no *site*, inclui prateleiras que sustentam paralelepípedos brancos, semelhantes a caixas de arquivos (FIGURA 66). A menção a um escritório envolve igualmente a presença de uma mesa com pilhas de papel e pastas, além da luminária Amarcord. A figura humana apresentada na mesma imagem está em pé, próxima às prateleiras e em movimento, construído pelo efeito fotográfico de desfoque e imprecisão formal.

Ainda na mesma página eletrônica é possível acessar uma imagem em que a alteração de aparência da cúpula é contemplada. Enquanto no *site* da

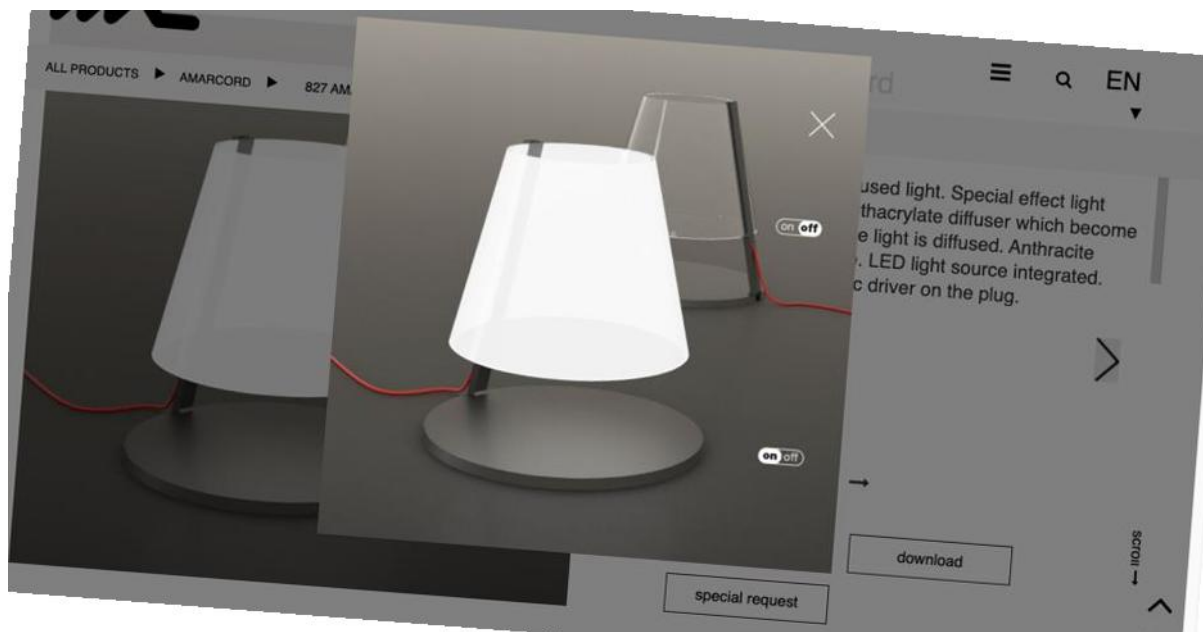
Adolini+Simonini há uma breve animação mostrando a transição, a Martinelli Luce indica o efeito em termos de *on/off* (FIGURA 67).

FIGURA 66 - LUMINÁRIA AMARCORD NO SITE DA MARTINELLI LUCE (3)



FONTE: MARTINELLI LUCE (2020).

FIGURA 67 - LUMINÁRIA AMARCORD NO SITE DA MARTINELLI LUCE (4)



FONTE: MARTINELLI LUCE (2020).

A empresa Martinelli Luce foi fundada em 1950, simultaneamente à maciça industrialização da região norte da Itália, depois da Segunda Guerra Mundial, de acordo com a análise histórica de Bernhard Bürdek (2010). Ainda segundo o teórico e historiador de design, professor alemão da Escola de Design de Offenbach am Main, é nesse período que se estabelece o design italiano como um movimento mundial, resultado do esforço local “em transformar conceitos do artesanato em interpretações contemporâneas da cultura da Indústria.” (BÜRDEK, 2010, p. 125).

Bernhard Bürdek (2010, p. 125-127) remarca que a partir da metade dos anos 1960, arquitetos e designers italianos iniciam experiências com novos materiais, como o plástico, destituídos da herança dominante do funcionalismo alemão. Por isso, de forma quase lúdica, a metodologia do projeto é regida menos pelo ponto de vista racional do que pela aceitação dos produtos nos mercados internacionais. Nesse sentido, “(...) uma quantidade de exposições, catálogos, publicações, revistas e filmes ajudaram a comunicar a arte de viver e o design italiano”, enquanto que “Nenhum país, em termos de design, teve tanta publicação a seu respeito como a Itália.” (BÜRDEK, 2010, p. 120).

Em seu livro **História do Design**, Renato de Fusco (1985; 2019), arquiteto e historiador nascido em Nápoles, professor emérito de História da Arquitetura na Universidade Frederico II, dedica capítulo ao design Italiano. Afirmar que o design na Itália sustenta um discurso específico no âmbito do mobiliário e demais artefatos relacionados ao design de interiores. Segundo ele, a relação entre projeto e produção é mais estreita do que em outros setores industriais. Isso porque, nessa esfera, a tradição artesanal, os processos de elaboração artesanais, convive com a presença de maquinário moderno. Renato De Fusco indica ainda que uma característica do design italiano é o projeto integral, pois “pode-se dizer que cada modelo exprime a um só tempo a forma e a estrutura construtiva.” (DE FUSCO, 2019, p. 289). Explica que a forma explícita de artefatos como móveis e luminárias, em que não há muitos invólucros e contentores, define a dependência entre o valor estético formal e o emprego mais correto (e mais bem projetado) de determinada técnica e material. De acordo com ele, “No campo dos aparelhos para iluminação, pode-se dizer que o binômio forma-técnica seja, além do mais, uma norma.” (DE FUSCO, 2019, p. 290).

Em sua abordagem sobre o design italiano, o historiador destaca como marcante a relação com movimentos artísticos. Afirmar que o “‘projeto’ do móvel e da decoração girou, por assim dizer, sobre si mesmo, ou habitualmente tomou como

referência as solicitações das vanguardas das artes visuais.” (DE FUSCO, 2019, p. 284). Consequentemente, esse vínculo favorece que o design não seja entendido como profissão comum, como uma atividade necessariamente ligada à estrutura econômica e às leis do mercado, mas como uma operação artístico-cultural. Segundo ele, o quadro pode ser definido como “hipertrofia técnica”, em que há a extrema personalização dos projetos, o forte individualismo de tantos produtos,

(...) a marca do autor sobre qualquer objeto de uso, como se fosse uma pintura, uma obra de arte em geral. Tanto é que muitas histórias do design na Itália, catálogos e publicações de vários tipos, são escritas como sumários de perfis monográficos de artistas designers. (DE FUSCO, 2019, p. 284).

Renato De Fusco (2019, p. 298) remarca que, na Itália, as associações, as bienais, os congressos e demais mostras sustentam uma política cultural que reforça o projeto e a produção como principais fundamentos do design. Segundo ele, devido a isso, não contribuem para a componente “venda”, “já que suas ações e seus discursos permaneceram sempre numa esfera de elite e como tal, incompreensíveis para o público.”

Segundo Adélia Borges (1996), o design italiano é referência contundente no histórico de premiações da categoria Iluminação do Prêmio Design MCB. Sobre a segunda edição do evento, realizada em 1987, a conselheira, curadora e ex-diretora do MCB afirma que o primeiro e segundo lugares foram conquistados por produtos da Lumini e da Dominici, representando “a elegância à moda italiana” (BORGES, 1996, p. 28-29). Mais tarde, em texto sobre o Prêmio Design MCB, publicado no volume sobre o Museu da Casa Brasileira, publicado pelo Banco Safra em 2002, Maria Helena Estrada reafirma o comentário de sua colega curadora e crítica de design. Ressalta que desde a primeira edição do evento, em 1986, “Começam a chamar a atenção os exercícios de linguagens influenciados pelo design italiano.” (ESTRADA, 2002, p. 26). Para a editora da Revista Arc Design, desde o início, o Prêmio Design MCB traz “um novo alento e estímulo aos profissionais da área” na medida em que atua “como fio condutor da narrativa sobre avanços e retrocessos dessa trajetória que continua tendo como heróis – em toda a extensão da palavra – os designers.” (ESTRADA, 2002, p. 26). Segundo sua avaliação, os designers contemplados pelo Prêmio durante as décadas de 1980 e 1990 “buscavam na Itália a base formal de seus projetos”, configurando a predominância de um design experimental, “da peça única ou em

pequenas séries, que podia prescindir de um aporte industrial.” (ESTRADA, 2002, p. 27). Contudo, ainda de acordo com sua explanação, no final do século XX, as grandes empresas italianas vinculam-se à novas tecnologias, e a sofisticação decorrente inviabiliza que o design brasileiro siga os passos do design na Itália (ESTRADA, 2002, p. 27).

A empresa Lumini, entretanto, situada por Adélia Borges como uma representante da elegância à moda italiana, no evento de 1987, continua sendo laureada nas edições do início do século XXI. Desde 2003, os produtos assinados por Fernando Prado e produzidos pela Lumini são recorrentes, definidos como 1º lugar na categoria Iluminação do Prêmio Design MCB. No texto de apresentação institucional disponível no *site* atual da empresa, não há vínculo explícito com o design italiano referenciado. Diz-se que ela é “uma empresa brasileira, nascida e criada na linguagem de arquitetos e lighting designers” (LUMINI, 2020). Reforça-se, em compensação, a marca do autor, fator decisivo para o design italiano, de acordo com o historiador Renato de Fusco. No site há ainda um *link* específico para mostrar a imagem fotográfica do rosto junto ao nome e nacionalidade de cada arquiteto e lighting designer colaborador. Consta que, assim como outros profissionais locais, e sob a direção artística do brasileiro Fernando Prado, profissionais oriundos da Alemanha, Espanha, França e Itália, assinam a autoria de produtos. Lá encontra-se referência a Rodolfo Dordoni, designer proprietário de *studio* no qual o brasileiro Daniel Simonini e o italiano Nicollò Adolini, autores da luminária Amarcord, produzida pela Martinelli Luce, 1º lugar na categoria Iluminação do 32º PD Design MCB, trabalharam e se conheceram.

A convergência entre empresas e designers, aqui evidente, aponta para a recorrência da autoria que, segundo historiadores do design como Adrian Forty (2007) e Isabel Campi (2007), é o fator central para a relação problemática de aproximação entre arte e design. A expografia do 32º PD MCB, em contrapartida e de maneira estrita, não exalta com a mesma veemência do que algumas empresas a imagem do designer. Nos *sítes* daquelas aqui exploradas, por conta de estarem relacionadas à luminária Amarcord, como Martinelli Luce e Lumini, indica-se, além do nome do designer, a imagem fotográfica do rosto deles. Na exposição do 32º PD MCB não há imagens dos autores, propriamente. Os retângulos coloridos fixados nos painéis brancos, com os nomes dos autores grafados, estão apartados dos produtos expostos. O resultado desfavorável dessa definição, mencionado e reconhecido pelo

diretor técnico Giancarlo Latorraca, tendo em vista a acessibilidade à informação sobre os produtos, por outro lado, descola a luminária Amarcord da identificação direta com os autores Daniel Simonini e Nicollò Adolini. Ao contrário do que acontece com o produto na Euroluce 2017, no Salão do Móvel de Milão, Amarcord dá-se à mostra de modo independente desse respaldo por meio de confirmação textual.

Ao mostrar a luminária Amarcord de maneira descontextualizada, desconectada da legenda, as qualidades de concepção e produção, aspectos que justificam a escolha do júri e a presença do produto no espaço expositivo, não foi contempladas pela expografia. Nesse sentido, o evento promovido pelo MCB, a partir do referencial teórico de Isabel Campi (2007) e Ethel Leon (2013), promove a valorização artística do design porque não investe na apresentação da excelência técnica e do impacto social do produto. Em comparação com recursos de apresentação articulados por empresas, vídeos, animações, imagens fotográficas, – ao suspender a luminária, a exposição do 32º PD MCB não contempla o seu uso e diferencial técnico. É possível constatar, então, que a premissa de seguir a identidade visual do evento, de acordo com a peça vencedora do Concurso Cartaz, explicitada pela gerente de mostras Ana Heloisa Santiago (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2020), não foi compatível com a regra de permitir que os produtos em exposição sejam usados e criticados, como defende o diretor técnico do MCB.

A ênfase em dados sobre o uso e diferenciais técnicos, identificados nos *sites* de empresas justificam-se como estratégias de venda. Como o vídeo sobre o *stand* da Martinelli Luce na Euroluce permite constatar, é possível adquirir produtos na feira. Da mesma forma, no *site* da Martinelli Luce, a intenção é divulgar as qualidades do produto, ao lado dos nomes e fotos dos designers, usando o espaço digital para comercializá-los. O visitante e/ou internauta é estimulado a ver com o objetivo de uma compra imediata.

Ao compor a expografia do 32º PD MCB, a luminária Amarcord não estava à venda, e o seu preço, efetivamente, não foi indicado como característica relevante para a sua condição de 1º lugar. A ênfase na contemplação visual, a partir desse ponto de vista, torna-se estratégica porque materializa uma dissociação entre valor econômico e valor de projeto. Ao suspender a luminária de mesa, impedir o toque e a consequente avaliação crítica sobre seu funcionamento e uso, a exposição delineia o engajamento do visitante, evitando que haja confusão sobre a possibilidade de adquirir e levar o produto para casa. Ao suspender a luminária, suspende-se também

a possibilidade de um consumo efetivo. A expografia aqui em questão, portanto, ativa a ambivalência entre o design industrial e a autoria, pontuada pelo historiador Jonathan Woodham (1997).

A intenção de afirmar o design como algo que não se reduz ao preço final em uma etiqueta justifica a obliteração de informações sobre o produto, enquanto fomenta uma aproximação com a arte, e/ou uma certa estetização que, nos termos do museólogo Ulpiano de Bezerra Meneses (2013), não favorece a exposição de sentidos e valores socialmente constituídos.

É possível ainda pensar na avaliação de Ethel Leon (2013), acerca de como o Museu da Casa Brasileira trata o design industrial, remarcando o fato de a instituição contribuir para que ele ganhe o *status* distorcido de objeto artístico. A atitude corporal e falas das visitantes observadas por mim no espaço expositivo, contudo, tensionam o cerne desse julgamento, na medida em que não confirmam a exclusividade da apreensão. As visitantes passaram pela sala de maneira rápida e descompromissada, a caminho do jardim do Museu, sem parecer divinizar os artefatos expostos na sala dedicada à categoria Iluminação. Nesse contexto, a beleza de Amarcord foi declarada ("Olha, que bonito!!") e o artefato foi julgado e aprovado ("Essa eu gostei!"). Mesmo a luminária estando suspensa e apagada (durante ao evento de manutenção da iluminação do MCB) o tipo de uso do produto foi identificado ("Essa é de mesa."). A restrição quanto à contemplação visual e, mais especificamente, quanto à vinculação natural e/ou lógica com a obtenção do *status* artístico, que Ethel Leon sustenta, mostra-se, portanto, imprecisa.

4 “ESSA É IGUAL A QUE TENHO EM CASA” - ELETRODOMÉSTICOS, DOMESTICIDADE E ABORDAGEM INTEROCULAR

No regulamento do 32º Prêmio Design MCB (PD MCB), publicado em julho de 2018, a categoria Eletrônicos é definida como aquela que abrange equipamentos “para (mas não apenas) a casa, indústria, consultório, hospital, laboratório, escritório, serviços, para o uso público ou privado.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018h). Entre os doze produtos laureados pela comissão julgadora, contudo, metade destina-se frequentemente ao ambiente doméstico: máquina de lavar roupas, geladeira, fogão, forno de microondas, refrigerador para cervejas e purificador de água.

A noção de espaço doméstico faz parte da vocação institucional do Museu da Casa Brasileira (MCB), afirmada recorrentemente em materiais promocionais oficiais. Na apresentação recente do MCB, disponível no *site*, afirma-se que a instituição da Secretaria da Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo,

(...) dedica-se às questões da morada brasileira pelo viés da arquitetura e do design. Ao longo de cinco décadas de existência, tornou-se referência nacional e internacional nessas áreas por promover programas como o Prêmio Design MCB, concurso criado em 1986 com o objetivo de incentivar a produção brasileira no segmento, e o projeto Casas do Brasil, de resgate e preservação da memória sobre a diversidade de morar do brasileiro. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018).

Narrativas históricas do design são igualmente marcadas pelo privilégio de artefatos para a casa. Abordagens canônicas compartilham a estratégia de encadear cronologicamente produtos domésticos como exemplares emblemáticos da evolução do design. A relação entre arquitetura e design norteia esse tipo de discurso teleológico, sendo o conceito de “obra de arte total” um elemento estruturante, mais ou menos explorado. Tal conceito data do século XIX e refere-se ao meticuloso esforço de submeter cada elemento envolvido no projeto arquitetônico sob o mesmo esquema artístico, normalmente instituído por um único criador que projeta todos os detalhes, de serviços de talheres até puxadores de portas. Essa ideia de unificação do design, adotado de forma mais conhecida por arquitetos do Arts and Crafts Movement, coloca em prática o conceito como meio de garantir a completa harmonia entre o edifício, o ambiente envolvente e a funcionalidade concernente (FIELL, 2001).

No mesmo sentido, ao contemplar o conceito de “obra de arte total”, historiadores e teóricos do design reforçam a premissa de que, essencialmente, a

realização arquitetônica deve modelar um espaço de habitação em consonância absoluta com um modo de vida. Os artefatos atrelados ao espaço interno devem ser previamente definidos pelo arquiteto como garantia de coerência e eficiência.

Para o historiador Victor Margolin (2014), a manutenção de aspectos moralizantes e focados na qualidade estética de artefatos dependentes da arquitetura é a tendência hegemônica no âmbito da História do Design. Considerando as obras de Nikolaus Pevsner, como **Pioneiros do Design Moderno: de William Morris a Walter Gropius**, Victor Margolin aponta que assim como muitos de seus predecessores alemães, Pevsner infunde um elevado sentido de moralidade em sua narrativa. O clássico autor, segundo ele, dedica-se ao estabelecimento de sólidas bases para a discriminação estética, tendo como parâmetro o grau de modernidade de certos objetos. Dessa maneira, “Pevsner instalou uma dicotomia que está entre a virtude, representada pela obra de grupos e dos demais pioneiros que admirava, e o vício, que via materializado no estilo atravancado em hiperornamentado dos artigos ingleses da grande exposição de 1851.” (MARGOLIN, 2014, p. 275).

Segundo Victor Margolin (2014), o método articulado por historiadores que seguem os passos de Nikolaus Pevsner é tradicional na filosofia alemã e consiste na definição de uma categoria kantiana para o sublime, no caso, identificado com o estilo do movimento moderno. A narrativa é o relato de como a categoria sublime foi realizada, sendo o fim da mesma dedicado a um triunfo excludente. “Os exemplos que Pevsner inclui em sua narrativa são unificados apenas pelo seu próprio juízo *a priori* de que representam estágios de uma busca da verdade.” (MARGOLIN, 2014, p. 276). De acordo com Victor Margolin, até a década de 1960, ainda se acredita na superioridade da produção identificada pelo historiador alemão enquanto aquela que materializa os verdadeiros princípios do design.

Outra consequência problemática do tipo de narrativa inaugurada por Nikolaus Pevsner, segundo o historiador (MARGOLIN, 2014, p. 276), corresponde à exclusão de uma gama de objetos cotidianos. Para Pevsner, “estudo do design era um ato de discriminação moral pela qual os objetos comuns eram separados daqueles que corporificavam uma qualidade extraordinária.” De acordo com essa visão restritiva, os objetos dignos de pesquisa histórica estão vinculados à arquitetura, em maior ou menor medida.

Em contraposição, Victor Margolin (2014, p. 280) ressalta que “o design não significa uma classe de objetos que podem ser alfinetados como borboletas”. O

pesquisador relaciona a verve classificadora de alguns historiadores à mentalidade do século XIX, instituída pela lógica dos grandes museus, construídos para abrigar coleções de objetos distintos, como flora e fauna, arte erudita, artes decorativas e tecnologia. Reconhece, todavia, que tanto nas universidades quanto no mundo dos museus, “poderosas forças intelectuais estão rompendo as fronteiras que outrora pareciam imutavelmente separar os campos do conhecimento”, especialmente a partir da perspectiva da antropologia (MARGOLIN, 2014, p. 280).

Sob perspectiva mais ampla, o historiador Adrian Forty (2007) reflete sobre a classe de objetos vinculados ao espaço definido pela arquitetura a partir do conceito de lar, pois a seu ver, além de prover abrigo, o lar é um ícone. Explica que “as ideias sobre o lar variam entre culturas e entre períodos, mas em qualquer tempo e em qualquer lugar haverá provavelmente um consenso sobre como deve ser um lar, o que é certo e apropriado para ele e o que está fora do lugar.” (FORTY, 2007, p. 131). Por isso, o design de artigos para uso doméstico está atrelado à noção do que é apropriado e, portanto, bom e belo. Ao mesmo tempo em que se conforma ao consenso do gosto, o design diz às pessoas o que elas devem pensar sobre a casa e como devem comportar-se dentro dela (FORTY, 2007, p. 132).

De acordo com o historiador Adrian Forty, a noção de lar articulada em sua obra **Objetos de desejo** (2007), é resultante da revolução industrial. Antes dela, a produção e comércio realizava-se nas residências dos artesãos, comerciantes ou profissionais envolvidos. A casa incorporava o trabalho às atividades habituais de morar, comer, dormir etc. Adrian Forty (2007, p. 138) conta que, porém, à medida que o trabalho produtivo é transferido para as fábricas, escritórios ou lojas, o lar torna-se um lugar exclusivo para comer, dormir, criar filhos e desfrutar o ócio. A casa adquire um caráter novo e diferenciado, vivamente representado em sua decoração e no design de seus objetos. Além da questão estritamente produtiva, a separação entre o lar e o trabalho é meio de salvaguardar as virtudes morais inexistentes no mundo comercial. O lar, portanto, define-se como repositório das virtudes perdidas ou negadas no mundo exterior, sendo totalmente isento de qualquer associação com o trabalho por meio do estilo da mobília, da eleição de padrões e configuração harmônica das cores. “Para as classes médias do século XIX, o lar significava sentimento, sinceridade, honestidade, verdade e amor.” (FORTY, 2007, p. 139-140).

Em consonância com parâmetros de design, a estratégia adotada para a manutenção da virtuosidade do lar corresponde à criação de códigos especiais para

o comportamento em casa. De acordo com Adrian Forty (2007), as mulheres tornam-se as principais responsáveis pela manutenção do lar devido à inocência pretensamente natural e essencialmente deslocada do mundo trapaceiro dos negócios. As supostas virtude e pureza justificam a inclinação para ordenar a cozinha e criar os filhos, enquanto a intrínseca sensibilidade para a beleza define a escolha do mobiliário e decoração doméstica como atividade constitutiva de uma mulher de classe média. Adrian Forty (FORTY, 2007, p. 146) remarca que “Tão próxima se tornará a identificação entre mulher e casa que aquela que não conseguisse expressar sua personalidade dessa maneira corria o risco de ser vista como pouco feminina.”

Já com o século XX, o lar tem seu papel alterado, passando de fonte do bem-estar moral para o de fonte do bem-estar físico. Segundo a narrativa histórica de Adrian Forty (FORTY, 2007, p. 149), a casa, representada em termos visíveis, transforma-se de lugar de beleza em lugar de eficiência. A casa do século passado segue a do século XIX, em certos aspectos, tais como a separação física e emocional do local de trabalho. Mas as diferenças de aparência e organização revelam algumas mudanças relevantes nos valores subjacentes. Ainda de acordo com o historiador, a relativa importância atribuída às diversas dependências não era a mesma. A cozinha, por exemplo, passa a receber mais atenção do que a sala de visitas. Essas mudanças são sintomas de novas realidades sociais, não somente do crescimento da classe média sem criados, mas também de novas ideias sobre o que constitui um lar. A visão do século XIX de que o lar é baluarte da beleza e da virtude espiritual é substituída pela ideia de que a principal função da casa é ser uma fonte de bem-estar físico e de saúde (FORTY, 2007, p. 156).

De acordo com Adrian Forty (2007, p. 156-157), embora seja errado sugerir que a limpeza e o cuidado das crianças não importavam no século XIX, essas características foram subsidiárias das funções morais da moradia na responsabilidade de esposas e mães. Na literatura do século XX sobre o lar, as preocupações com a maternidade, os filhos e a higiene substituíram as instruções sobre costura e as virtudes cristãs. A inversão dos papéis entre a sala de visitas e a cozinha como centro da casa evidenciam isso. O historiador destaca ainda que a mudança se dá em ambos os lados do Atlântico, nas duas primeiras décadas do século XX.

A ideia de um lar eficiente e harmonioso é reforçada pelos fabricantes de utensílios domésticos, a partir, especialmente, do período entre guerras. Momento em que se aposta que a propriedade de uma casa é considerada premissa para uma

verdadeira vida familiar, na medida em que todos os problemas da vida doméstica podem ser resolvidos com a aplicação da ciência. Segundo Forty (2007, p.158), a partir da década de 1930, esses fatores têm consideráveis efeitos sobre o caráter e a aparência do ambiente doméstico.

O design, nas primeiras décadas do século XX, participa do contexto em que a busca da higiene significa obtenção de maior eficiência nacional, em acordo com a eficácia do trabalho doméstico. No período, conforme Adrian Forty (2007), aposta-se que tornar as tarefas menos trabalhosas e mais bem realizadas, resultaria em menor desperdício de esforço físico. Nesse sentido, indústrias criaram uma demanda por aparelhos domésticos em consonância com a pressão exercida sobre as pessoas para obter maior eficiência em seus lares. “Os anúncios desses aparelhos deixam claro que os fabricantes se aproveitaram da intensificação do sentimento de responsabilidade doméstica.” (FORTY, 2007, p. 161). O mercado, portanto, constrangia as donas de casa e, em certa medida, a ilusão de liberdade no lar é acompanhada pelos padrões e hábitos, pelas determinações, obrigações e crenças impostas. Por esse motivo, Adrian Forty (2007, p. 162-163) defende que o design doméstico é tão extraordinariamente revelador das condições da vida moderna.

Esse aspecto é o cerne da noção de domesticidade, instaurada pela identificação dos homens com o mundo público e das mulheres com o universo privado. A pesquisadora e professora do Departamento de Desenho Industrial e do Programa de Pós-graduação em Tecnologia da UTFPR, Marinês Ribeiro dos Santos (2015, p. 19), remarca que a domesticidade pode ser entendida em termos de sistemas de normatizações, padrões de comportamento e arranjos espaciais, cujas repercussões sociais implicam constelações de poder. Nesse sentido, relações entre design e domesticidade envolvem questões de gênero e, para se examinar as condições da vida moderna, contemplar as disparidades entre o masculino e o feminino é fundamental.

Debruçando-se sobre o início do século XX, o historiador inglês John Heskett (2006) remarca que um fogão a gás ou elétrico e outros implementos, incluindo equipamentos de aquecimento, como chaleiras, filtros de café, torradeiras e frigideiras, tornavam o ato de cozinhar mais fácil, rápido e limpo. Entretanto, o impacto maior acerca da natureza do trabalho doméstico deve-se a uma segunda categoria de utensílios elétricos em que a energia para realizar determinada tarefa ou função era fornecida por motores. Segundo John Heskett (2006, p. 157), a limpeza à mão era

trabalhosa e “a máquina de lavar certamente merece um supremo lugar de honra em qualquer panteão de design”. O historiador ressalta que, antes de seu advento, aqueles que podiam enviavam roupas para lavanderias ou mulheres que necessitavam ganhar um dinheiro extra, pois lavar roupa era um trabalho fisicamente exaustivo. Na década de 1930, os Estados Unidos assumem a liderança na produção em massa de lavadoras elétricas, oferecendo, inicialmente, mecanismos montados numa estrutura aberta de aço. Posteriormente, os modelos disponíveis foram encerrados em chapas de aço esmaltadas para assumir o formato de caixa dos fogões e refrigeradores (HESKETT, 2006, p. 157). John Heskett (2006, p. 160) destaca ainda que a produção em massa de produtos domésticos promove profundas transformações na vida doméstica de milhões de pessoas. A seu ver, isso viabilizou uma imagem de alto padrão material ao qual sociedades de outros países aspiravam.

Os eletrodomésticos, entretanto, ocupam uma condição secundária na historiografia sobre as sociedades ocidentais. Em alguns casos, os produtos desenvolvidos nos Estados Unidos, no período entre guerras, são tratados, de maneira pejorativa, como mero *styling*. Na mesma linha da historiografia do design industrial de maior circulação, avaliada por Isabel Campi (2007) e Victor Margolin (2014), o MCB define seu escopo privilegiando itens de mobiliário. Apesar desse viés, em termos de constituição museológica, desde a sua fundação, tal ênfase e articulação dá-se de modo intrincado e incerto.

De acordo com pesquisa documental em atas de reuniões do conselho institucional do MCB, realizada pela estudiosa Ethel Leon (2013), doutora pela FAU/USP, as decisões sobre a constituição de acervo e proposta museológica não foram lineares. A pesquisadora afirma que “Desde o começo não há definição sobre o caráter do Museu. Museu casa?” (LEON, 2013, p. 145).

4.1 DESIGN PARA A CASA

No catálogo da primeira exposição do acervo do MCB, realizada em 1978, mencionam-se os decretos que definiram os intentos da instituição no momento de sua implantação. A publicação afirma que, em 12 de novembro de 1970, o Museu do Mobiliário Artístico Brasileiro compromete-se a

(...) recolher, por compra, doação ou empréstimo, classificar, catalogar e expor convenientemente, objetos de valor sociológico, histórico ou artístico, (...) em especial móveis, alfaia, trajes, jóias, elementos iconográficos, demológicos e etnológicos, de torêutica, de artesanato, documentos, livros e papéis de qualquer natureza que possam interessar ao estudo dos costumes do Brasil (...) visando principalmente a reconstituição dos interiores das casas brasileiras, nomeadamente a das paulistas, das origens até o presente. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 1978, p. 5).

Na mesma fonte, afirma-se que o Conselho Diretor do Museu altera o nome da instituição para Museu da Casa Brasileira, em coincidência com a transposição definitiva para o Solar Fábio-Prado, em 1972 (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 1978, p. 5). Em texto publicado no catálogo em questão, destaca-se que o novo espaço físico, contudo, não interfere diretamente no caráter do Museu. Afirma-se que o MCB

(...) não tem compromissos com a arquitetura do prédio em que está instalado, nem com o esquema de especialidade com que esse edifício se configurou enquanto residência aristocrática paulista dos anos 40. (...) o edifício generosamente doado por Dona Renata Crespi da Silva Prado constitui agora imponente moldura arquitetônica para abrigar aqueles móveis, utensílios e equipamentos que, ao longo dos séculos, compuseram um ambiente residencial brasileiro, revestindo-se por isso de atributos históricos, sociológicos ou artísticos. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 1978, p. 5).

De acordo com a abordagem de Ethel Leon (2013), contraditoriamente, em reunião consultiva no início da década de 1970, defende-se que a proporção e beleza do Solar exigiria que apenas se colocasse ali mobiliário nobre (LEON, 2013, p. 145).¹⁰ Concebido como residência do ex-prefeito de São Paulo, Fábio da Silva Prado, o Solar neoclássico, ao qual o MCB ocupa efetivamente, data da década de 1940. O historiador e museólogo da instituição, Wilton Guerra (2002), afirma que, na época, todo o traçado do projeto, legado ao arquiteto Wladimir A. de Souza, é acompanhado de perto pela esposa do ex-prefeito, Renata Crespi da Silva Prado. Remarca que a cliente indica o Palácio Imperial de Petrópolis como referência, sendo que a produção do profissional contratado era reconhecida como devedora das realizações do arquiteto italiano Andrea Palladio. Wilton Guerra (2002, p. 15) lembra, contudo, que o estilo neoclássico “ia na direção contrária ao panorama arquitetônico da década, que

¹⁰ Segundo a pesquisadora, no período seminal da instituição, há dificuldades do Conselho em lidar com aquisições de peças pernambucas, sendo a preferência de itens do Palácio do Jordão e do Museu da Arte Sacra.

se caracterizava por projetos de linhas arrojadas.” Defende que a escolha estilística se justifica na medida em que define o critério monumental necessário para exaltar o caráter simbólico de riqueza e poder. O edifício é testemunha da expansão urbana gerada pela saída das elites paulistanas dos bairros antigos, na primeira metade do século XX em São Paulo. Localizado “em região privilegiada, pelo seu traçado planejado, adequado aos preceitos sanitários, plásticos e comportamentais gerados pelo cotidiano burguês, diferente da periferia que começava a crescer de forma desordenada.” (GUERRA, 2002, p. 15).

Ainda segundo o museólogo do MCB (2002), o estilo neoclássico adotado não impediu que o interior do Solar se alinhasse com os recursos mais modernos do período, por exemplo, como uma garagem com vaga para três automóveis. Na decoração, os materiais importados predominaram, enquanto os espelhos, fechaduras e ferrolhos foram produzidos pela única empresa brasileira especializada no estilo neoclássico. Por mais de quinze anos, o casal transformou o Solar em um centro social onde grandes recepções oficiais aconteceram e hospedaram-se autoridades do cenário político nacional e internacional. A morte de Fábio da Silva Prado, em 1963, interrompeu o uso social do Solar e, cinco anos depois, sua esposa deixou o edifício, transferindo a propriedade para a Fundação Padre Anchieta.

Wilton Guerra (2002) destaca que trinta anos depois, já no século XXI, o Solar Fábio Prado não corresponde ao seu projeto original, principalmente no que diz respeito aos revestimentos e às dependências íntimas de serviço. “Ao longo dos anos, foram promovidas muitas alterações, a fim de adaptar a residência à instalação do Museu e do acervo.” (GUERRA, 2002, p. 17).

As alterações e instalações foram realizadas em meio a dificuldades financeiras e disparidades de interesses, de acordo com as diferentes gestões diretivas. Ethel Leon (2013, p. 147) destaca que “Desde as primeiras discussões e aquisições, já é possível perceber que existiam distintas concepções em disputa para o Museu”. O primeiro diretor, Ernani Silva Bruno, defendia um museu com vocação de etnografia empírica que tematize a casa brasileira, seus objetos, sua culinária, seus materiais de construção. Enquanto o conselheiro Paulo Duarte não concordava com a constituição dos interiores das casas brasileiras como definição do principal objetivo. Para ele, conforme pesquisa de Ethel Leon (2013, p. 147), o enfoque em móveis e utensílios não daria conta de expressar a casa enquanto cultura e civilização. Entretanto, durante os primeiros anos, há registros de doações, propostas de doações

e aquisições do MCB que correspondem a pratos, telhas, ferro de passar roupa, piano e móveis.

Segundo Ethel Leon (2013, p. 149), na década de 1970, o MCB torna-se “uma espécie de centro de estudos ou instituição de pesquisas para orientar os museus de casas existentes ou a serem fundados em São Paulo.” Esse papel, contudo, não impediu que o impasse sobre a natureza da instituição permanecesse por várias gestões. Com a saída de Ernani Silva Bruno, em 1979, as discussões do Conselho pendem para a constituição de um museu-casa. A partir de ata consultada, Ethel Leon (2013) identifica que essa tendência se relacionou com a defesa da preservação das características do Solar, como exemplar único do período da industrialização paulista.

Já no início da década de 1980, as doações de roupas, móveis, telefone, rádio, moedor de café, somaram-se a doações de parte do acervo de Renata Crespi Prado. Ethel Leon (2013, p. 149) afirma ser “claro que a aquisição de peças e doações não havia seguido caminho capaz de formar uma coleção coesa, dadas as indefinições do museu (...)”. No final da gestão de Myriam Ellis, substituta de Ernani Silva Bruno, em 1983, delineou-se atitude crítica do conselho para que a programação cultural do MCB fosse condizente com a designação de museu-casa. A diretora em exercício, contudo, ressaltou que a falta de verbas para realizar seminários e exposições atreladas à expressão da casa brasileira, exigia a dinamização do museu e a articulação com áreas diversas. Nesse sentido, considerou-se a “ordenação não de museu casa (o Solar Prado), mas de um museu histórico com foco na organização da moradia em diferentes períodos históricos.” (LEON, 2013, p. 150).

No esteio dessa abertura, diversificação e potencial reposicionamento, o Conselho discuteu uma exposição de Desenho Industrial, a ser promovida pelo NDI/FIESP, em convênio com a Secretaria do Estado da Cultura. Consoante Ethel Leon (2013), “A mostra deveria permanecer no museu durante todo o ano de 1984 com o objetivo de projeção do perfil da situação do Desenho Industrial no Brasil e particularmente em São Paulo.” (LEON, 2013, p. 151).

O vínculo com o design torna-se efetivo a partir da gestão seguinte, capitaneada pelo publicitário Roberto Duailibi. Ethel Leon (2013) entende que o novo diretor ativou práticas dos museus norte-americanos e britânicos, de acordo com a linha neoliberal, calcada nas vantagens de uma intervenção corporativa. O publicitário, proprietário da agência DPZ, vizinha do MCB, recomendou que eventos a serem realizados na instituição fossem monetizados aos visitantes, enquanto as exposições

se tornassem mais atraentes. Ethel Leon (2013) destaca ainda que o diretor se preocupou com a contratação de uma assessoria de imprensa para divulgar as iniciativas do MCB.

Roberto Duailibi é reconhecido como um dos idealizadores do Prêmio Design. Em entrevista sobre o evento, por ensejo da 30ª edição, afirmou que ele foi concebido em 1985 “como a renovação do Museu”. Contou (DUALIBI, 2011; 2020) que por estar muito envolvido com a luta pela visibilidade do designer, junto a Joice Joppert Leal, tem a ideia de criar um prêmio: “já que o Museu era da Casa Brasileira [e] o design era uma coisa para a casa também”.

Ao construir uma narrativa sobre esse período, dez anos depois da primeira edição do Prêmio Design MCB, a curadora, ex-conselheira e ex-diretora Adélia Borges (1996) destaca que na década de 1980, a Secretaria do Estado de Cultura definiu uma tipologia para os museus paulistas, dentro do qual o MCB foi classificado como museu de design. Sob essa definição, o publicitário Roberto Duailibi foi encarregado de instaurar o perfil e, em depoimento para Adélia Borges (1996), Duailibi afirmou que, ao assumir o MCB, o design brasileiro não tinha nenhum grande incentivo, sendo o motivo pelo qual propôs a criação do prêmio. Lembrou:

Montamos um conselho diretor com 100 pessoas da maior qualidade, era uma época muito bonita, de grande entusiasmo. Os conselheiros José Mindlin e Mário Pimenta Camargo envolveram-se muito com a própria conceituação do museu e do prêmio, ajudando a implantar o conceito de casa brasileira. (DUALIBI apud BORGES, 1996, p. 14).

Ainda conforme Adélia Borges (1996, p. 15), o regulamento da primeira edição do Prêmio Design MCB, em 1986, explicitou o objetivo de “contribuir para o reconhecimento e incentivo do design nacional no setor de móveis e equipamentos domésticos e objetos do lar”.

Em direção oposta, a gestão subsequente, dirigida por Maria de Lourdes Mônaco Janotti, afastou-se da orientação tipológica de museu de design, sob a investigação de Ethel Leon (2013). Apesar de manter o Prêmio Design MCB, a diretora não se orientou por visão profissional dos designers, e apontou “para o caminho da pesquisa em torno das questões da casa, mas de alcance antropológico/histórico e sociológico com ênfase no conceito de cultura material” (LEON, 2013, 153). Nesse momento, o historiador e professor da USP, Ulpiano Bezerra de Menezes, é novo membro do conselho, participando das discussões sobre os objetivos do museu. Ethel

Leon (2013, p. 153) conta que o conselheiro se posicionou contra a realização de uma mostra do designer norte-americano Saul Bass, feita pelo jornal de publicidade e *marketing* Meio & Mensagem. A posição do professor acompanhou a declaração de que “esse tipo de exposição não faria sentido”.

Entre 1989 e 1991, na gestão de João Marino, negou-se a oferta de doação de geladeira americana, enquanto um tear manual mineiro foi aceito. Segundo a pesquisa de Ethel Leon (2013), nesse período, os pedidos de exposição da Rhodia e do Prêmio Dahruj de design têxtil foram recusados. Em contrapartida, aprovaram-se exposições de artes decorativas em prata e pedras brasileiras, assim como exposição de ikebana e de pintura primitiva. Na avaliação da pesquisadora (LEON, Ethel, p. 154), “parece que o Museu retomou o caminho das artes decorativas, do antiquariato, em detrimento dos aspectos contemporâneos da cultura material.”

No período entre 1992 e 1995, sob direção de Carlos Bratke, retomou-se a proposta de “modernizar o museu”. Ethel Leon (2013) reforça que se tornou assunto privilegiado a divulgação e acentuação da iniciativa privada. O crítico de arte Jacob Klintowitz foi o responsável pelo plano de trabalho da Sociedade de Amigos, com o intuito de captar apoiadores financeiros. É nesse período e sob essa proposta que o MCB lançou o Prêmio Opera Prima, o Prêmio Jovem Arquiteto do IAB e o Prêmio Design MCB.

Ethel Leon (2013) afirma que, ainda nesse ínterim, um refrigerador Gibson foi finalmente aceito em doação. O MCB cedeu espaço ao Prêmio Design Vogue, sendo igualmente aprovado o Prêmio Internacional da Moda Smirnoff. Nesse momento, segundo a pesquisadora, Ricardo Ohtake, secretário de Cultura do Estado no governo de Luiz Antônio Fleury Filho, sugeriu a realização de duas exposições anuais de arquitetura no MCB, uma dedicada a projetos nacionais e outra a projetos internacionais. Ethel Leon (2013, p. 155) encontra nas atas das reuniões consultivas registro de sugestão acerca da constituição de um acervo do “móvel desse século”, com exemplares de Sérgio Rodrigues e Joaquim Tenreiro, proposta pelo editor da revista Projeto, Vicente Wissenbach. Tal intento, sob responsabilidade da pesquisadora Maria Cecília Loschiavo dos Santos, com a colaboração do comerciante de móveis Marcel Marmor e o designer Freddy van Camp.

Em 1995, quando Marlene Acayaba assumiu a direção do MCB, as orientações dadas nas gestões de Roberto Duailibi e Carlos Bratke, quanto ao enfoque na arquitetura e design, foram mantidas. Ethel Leon (2013) destaca,

entretanto, que ao lado dessa vertente, a nova gestão optou por enfatizar a presença da coleção da Fundação Crespi-Prado. O pavimento superior foi restaurado e apresentou o que a elite paulistana, da primeira metade do século XX, adquiria em antiquários europeus e brasileiros para colocar em suas casas. A proposta, segundo a diretora (ACAYABA, 2002, p. 6), procurou “converter o espaço físico em um exemplo significativo de uma casa-museu. Ou seja, transformá-lo num lugar aberto ao público que pudesse conservar a magia do espaço privado de outra hora.” Em suas palavras,

O edifício em torno do pátio central, os jardins, as madeiras nobres dos pisos e das portas, os mármorees da galeria com seu caráter monumental, foram restaurados a fim de nos transportar para uma experiência retrospectiva de como viviam as pessoas nesse pequeno mundo. E, sendo esse seu atrativo principal, a casa-museu tornou-se um lugar encantado, que apresenta uma coleção particular e uma museografia histórica, um traço da vida e do gosto privado. (ACAYABA, 2002, p. 6).

Marlene Acayaba reforçou, igualmente, como primeiro passo de sua gestão, o esforço em expor no MCB o valioso acervo da família Prado:

Depois de 15 anos guardados num depósito, retornaram ao local móveis, pratarias, porcelanas, tapetes e objetos de arte que decoraram ricamente os ambientes do Solar durante os anos em que ali viveu o casal. Este acervo ocupa hoje, em caráter permanente, o andar superior do prédio, onde foram reproduzidos o quarto do casal, a sala de jantar, a sala de estar e a biblioteca. (ACAYABA, 2002, p. 5).

Concomitantemente, reservou-se o andar térreo para uma exposição permanente de móveis e objetos brasileiros ordenados em ordem cronológica, do século XVII até o século XX. Marlene Acayaba (2002) contou que essa destinação corresponde a um segundo passo de sua gestão como diretora: a seleção criteriosa de móveis mais interessantes, aqueles com valores estéticos, históricos ou representativos dos costumes brasileiros. A diretora declarou que “Esse levantamento deu origem a uma exposição permanente organizada em uma das salas do andar térreo sobre O móvel da casa brasileira.” (ACAYABA, 2002, p. 6).

Adélia Borges, substituta de Marlene Acayaba, ressalta que as intervenções realizadas em sua gestão, contudo, limitaram-se à restrição de recursos que inviabiliza a expansão física do museu, condição necessária para expansão do acervo. Segundo ela, a sede do MCB aparenta fartura de espaço, mas a área construída é pequena, em face das necessidades de um museu. A prioridade, sob sua direção, foram os

espaços de realização de exposições perfazendo 1087 m². De acordo com Adélia Borges (2007), durante sua gestão, o acervo ocupou 350 m² desse total, considerando-se a sala expositiva principal e o *hall* do Museu. O andar superior seguiu ocupado pela exposição permanente da coleção Crespi-Prado como exemplo da “ocupação do edifício no período em que a residência do casal Renato e Fábio, permitindo assim vislumbrar como a elite paulistana vivia em meados do século 20” (BORGES, 2007, p. 8).

Sobre a reconstituição de ambientes e contextualização de objetos em exposição museológica, o historiador e professor Ulpiano Bezerra de Meneses (2013) destaca possíveis confusões. Alerta que, no primeiro caso, pode haver um congelamento arbitrário em detrimento das várias trajetórias e histórias em jogo. A seu ver, o esforço de reconstituição ignora o processo de transformação do objeto em documento, eixo da musealização. O ideal seria dar conta da dimensão biográfica de cada item exposto, mobilizando objetos para a produção de diversos extratos de sentido, historicamente levantados. A contextualização que excede a reconstituição introduz referências a outros espaços, tempos e significados numa contemporaneidade que é a do museu, da exposição e de seu usuário (MENESES, 2013, p. 41-42). Em suas palavras,

(...) a reprodução de contextos que são pura aparência inverte o papel da exposição na produção do conhecimento: ao invés de partir das relações aparentes para romper a unidade superficial daquilo que é apenas empiricamente verificável, sensorialmente apreensível, a fim de encontrar linhas de unidade mais profunda e substancial (embora não sensorialmente perceptíveis, mas visualizáveis na exposição), ao invés deste esforço crítico e criativo, a exposição termina aí, e forçando aquilo que a ação imediata dos sentidos já havia fornecido, mascarando as articulações invisíveis, porém determinantes. (MENESES, 2013, p. 42).

Contra as ilusões e burlas da contextualização e cenarização, o estudioso defende a exposição museológica mobilizadora de objetos de várias naturezas em torno de um problema-chave. Dessa maneira, no lugar de compor cenários de pura aparência, a exposição funciona como catalisadora de questões invisíveis, dotadas de força geradora, relações latentes e fundantes. Esse tipo de solução, segundo o historiador, “recusa a acreditar que expor seja exhibir objetos, na sua aparência individual ou nas relações aparentes.” (MENESES, 2013, p. 43).

A tipologia expográfica que, historicamente, institui como prática a exibição de objetos individualmente advém das artes visuais. “No interior do cubo branco”, de

acordo com Brian O'Doherty (2002), o mundo exterior não deve entrar. Com as janelas lacradas e as paredes pintadas de branco, o teto torna-se a fonte de luz. “Nesse ambiente,” ressalta ele, “um cinzeiro de pé torna-se quase um objeto sagrado, da mesma maneira que uma mangueira de incêndio num museu moderno não se parece com uma mangueira, mas com uma charada artística.” (O'DOHERTY, 2002, p. 4).

Em consonância com O'Doherty, o historiador da arte Douglas Crimp (2005) afirma que a maioria das instituições museológicas lança mão desse modelo devido ao objetivo reacionário de separar arte e vida. Em seu ensaio **Sob as ruínas do museu**, alinhado às abordagens de Michel Foucault, afirma que assim como o hospício ou a prisão, o museu é um espaço de exclusão e interdição. Segundo ele, grandes museus de arte moderna, como o Moma de Nova Iorque, constituem uma ideia do que deve ser considerado arte, ignorando as iniciativas artísticas de cunho político, dominantes no final da década de 1960 e 1970. Relaciona tal fenômeno ao neoconservadorismo, ou seja, ao vínculo explícito aos interesses de empresas privadas, hegemônico a partir da década de 1980.

Acompanhando o desenvolvimento dos museus na década de 1990 e início do século XXI, o crítico e historiador da arte Hal Foster (2015) ressignifica tal vínculo com o mercado. Pensando também sobre o Moma afirma que, superficialmente, a arquitetura parece “retirar-se atrás da arte, como se esta, segundo a crença modernista, fosse realmente autônoma.” Contudo, há a constituição de uma relação complexa, sendo arquitetura e arte partes de uma mesma operação de sublimação, “que é a um só tempo estética, arquitetônica e financeira.” (FOSTER, 2015, p. 149).

Segundo Lisbeth Rebollo Gonçalves (2004), alguns museus assumiram uma postura oposta à remarcada por Crimp e Foster. A estudiosa indica que nos últimos trinta anos do século XX, a forma de conceber e promover a exposição de arte muda devido ao surgimento de novos espaços culturais com as características da arte do nosso tempo.

Estratégias diferenciadas aparecem na disposição das obras de arte para a sua apresentação pública. Novos materiais são usados na museografia, assim como outras modalidades de uso do espaço são introduzidas. Como se viu a parede e também os painéis não são apenas brancos; usam-se outras cores, criam-se novos cenários para expor arte. (GONÇALVES, 2004, p. 43).

O uso das cores, entre outros recursos, contribui para a construção do que a autora indica como “exposições teatralizadas”. Nesse caso, haveria uma semelhança

morfológica com a linguagem das instalações, que se difundiram fortemente a partir da década de 1980. A intertextualidade da linguagem, materiais e recursos técnicos e/ou tecnológicos são explorados visando produzir “a vivência estética, a participação, a interação do visitante com o projeto proposto pelo artista.” (GONÇALVES, 2004, p. 45). Ainda de acordo com Lisbeth Rebollo Gonçalves, a experiência do receptor é potencializada, sendo enfatizado um espaço para as suscetibilidades psicossociais dos visitantes.

O pesquisador Ulpiano Bezerra de Meneses (2013) não nega tal potencialidade, mas chama a atenção para a “nova moda que começa a tomar corpo entre nós e que deriva, também, de um tratamento metafórico dos objetos museológicos.” A partir desse prisma, o estudioso constrói um questionamento sobre certa teatralização, sobre o fato de a exposição como “instalação artística” ser tomada como tábua de salvação. A seu ver, a instalação pode ser parte de uma exposição e não uma “forma ideal”, predominante, ou até mesmo única, pois a instalação é obra ambiental e “esvazia toda a especificidade do documento histórico”. Em suma, Ulpiano Bezerra de Meneses julga que

A pretensão, porém, de que as instalações substituem as exposições analíticas, mais uma vez revela a incapacidade de enfrentamento do objeto, da coisa material, preferindo-se a apropriação indolentemente ingênua de uma linguagem moldada em outro contexto e com outra economia. (MENESES, 2013, p. 39-40).

Atualmente, a noção de casa e ambiente doméstico, assim como a proposta de reconstruir o passado por meio da exposição, reiterada em declarações de diferentes diretorias do MCB, está em redimensionamento. A exposição da Coleção Crespi-Prado ocupa ainda o primeiro andar do Solar neoclássico, mas está vinculada a questões amplas, em consonância com o entendimento de Ulpiano de Bezerra Meneses acerca de uma exposição museológica profícua.

Sobre a exposição **A Casa e a Cidade - Coleção Crespi-Prado** publica-se no site da instituição, assim como em textos assinados por Marlene Acayaba (2002) e Adélia Borges (2007), o sentido de preservação do uso residencial original do imóvel, construído entre 1942 e 1945. O texto institucional publicado no site, indica também uma proposta de revisão da mostra, relacionando a apresentação da moradia burguesa com o território urbano no qual está situada.

O MCB divulga que a exposição da coleção, atualmente, serve como testemunho de grandes transformações urbanas na primeira metade do século XX, partindo da premissa que o cotidiano do casal representaria atuação expressiva na história da cidade (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2019). Segundo texto publicado no *site*, os moradores originais da casa, Renata Crespi e Fábio Prado, protagonizaram transformações históricas, culturais e urbanísticas na cidade de São Paulo. O Solar foi, desde o início, utilizado como um local de encontros, reuniões e eventos de caráter político e cultural. Enfatizando isso, a expografia conta com textos sobre as ações urbanísticas e culturais do ex-prefeito Fábio Prado, sua vida pública e a cidade do período, produzidos pelos arquitetos e urbanistas Carlos Lemos e Maria Ruth Amaral. A exposição é descrita como uma ocupação interior “retratada por fotografias, móveis e objetos que revelam hábitos do casal, como o de oferecer célebres jantares e colecionar objetos de arte como porcelanas e pratarias de diferentes regiões do mundo, ao lado de obras de Di Cavalcanti, Portinari e Brecheret.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2019).

Ainda no texto institucional, a atual diretora Miriam Lerner explica que a coleção da família dos moradores originais do imóvel tem sido preservada pela Fundação Crespi-Prado, criada por Renata Crespi em 1975. Ressalta que a primeira apresentação de parte desses objetos no MCB acontece em 1996, enquanto que “a nova exposição, inaugurada em 2012, contextualiza a coleção com uma curadoria que tem o viés das abordagens características das áreas de vocação do Museu” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2019). Nas palavras do atual diretor técnico Gian Latorraca, a mostra “visa contribuir para o conhecimento de uma face importante da história de São Paulo, e facilitar a compreensão das relações entre o imóvel, seu uso, os hábitos de seus moradores e a paisagem, revistas a partir da casa e do período de sua vida como tal, a casa do MCB” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2019).

No artigo **Anotações para um museu de arquitetura e design brasileiro**, Giancarlo Latorraca (2011, p. 86) ressalta que a apresentação do acervo favorece uma dinâmica de interpretações, somada a recursos de áudio, imagem e movimento que promovem visualizações entre memórias espaço-temporais. Avalia que a organização cronológica não impede as diversas análises e apresentações transversais que visam uma compreensão dos objetos como entidades vivas, integradas ao tempo histórico e inseridas no tempo presente (LATORRACA, 2011, p. 86). No referido artigo, destaca também que o objetivo do MCB é “permitir ao público

ampla conscientização sobre os saberes e fazeres presentes no ato de morar, ampliando sua visão sobre a construção do ambiente através de experimentações e vivências”. Desse modo, reconhece que o desafio é extrapolar a inserção de conteúdos e objetos consagrados por meio de uma relação com o universo comum. Tal desafio, a seu ver, relaciona-se com a reformulação ou reconstituição livre do que se ouve ou vê no museu por parte do espectador, a partir de seus interesses narrativos pessoais. Pontua, por fim, que “O serviço educativo deve considerar com relevância essas narrativas.” (LATORRACA, 2011, p. 86).

Com exceção do momento de abertura da exposição do 32º PD MCB, em 10 de novembro de 2018, ações educativas não foram divulgadas ou identificadas. Durante o período de minha pesquisa de campo, não constato resquício de mediação junto aos visitantes. Os espaços expositivos do MCB são atendidos por profissionais denominados como orientadores de público. O tipo de intervenção dos orientadores que testemunho, em janeiro de 2019, relaciona-se principalmente à preservação dos produtos, garantindo que os mesmos não sejam manipulados.

No artigo **Museus em transição**, a museóloga e educadora de museu, Marília Xavier Cury (2011, p. 21), defende que quando o espaço museológico é tratado de modo tradicional, “o objetivo de uma visita ao museu é a obtenção de conhecimento, e o essencial de uma exposição e/ou de uma ação educacional em um museu é o conteúdo”. A estudiosa indica que, em contrapartida, “o essencial de uma ação museológica é o diálogo que se produz entre a experiência da visita ao museu e o cotidiano das pessoas.” (CURY, 2011, p. 21) Ao oferecer condições nas quais o significado é produzido, o museu estimula a produção de outros significados, valorizando a subjetividade e as relações intersubjetivas. Durante a visita o espectador “é agente de sua própria experiência e participa sensorial, emocional e fisicamente, pois utiliza o seu corpo como elemento para a apropriação do museu.” (CURY, 2011, p. 21).

Considera, portanto, que uma estratégia da qual os museus não podem prescindir é a pesquisa de recepção de público. O intento desse tipo de pesquisa é o enfrentamento com o visitante de modo a conhecer as formas como o museu é apropriado por ele. A seu ver, muito além das teorias de aprendizagem convencionais, tão discutidas no meio museológico atual, muitas vezes restritas ao que o visitante aprendeu em termos de conteúdo,

O museu deve começar a se perguntar e a buscar as respostas: O que fazem as pessoas com aquilo que elas aprendem no museu? Em que elas acreditam e por quê? Como se dá a apropriação, ou seja, quais são as suas (re) formulações discursivas? Qual é a participação do museu no sistema de práticas culturais? (CURY, 2011, p. 23-24).

Partindo dessa afirmativa, a autora defende que o estudo de recepção seja realizado previamente à produção da exposição, podendo trazer elementos importantes ao processo. Ela exemplifica e explica como o que o visitante informa aos organizadores de exposições em museus, por meio de pesquisas quantitativas, pode ser decisivo para confrontar decisões expográficas tomadas como efetivas e inteligíveis. Ao se aplicar estudos de recepção, pode ser que se conclua que os visitantes contemplam e julgam de maneira mais ampla do que se supõe.

4.2 ELETRODOMÉSTICOS EM EXPOSIÇÃO

Ao contrário dos produtos da categoria Iluminação, suspensos por cabos transparentes, a maioria dos eletrodomésticos premiados no 32º PD MCB foram expostos, entre novembro de 2018 e janeiro de 2019, sobre o piso de madeira do Museu. O peso dos equipamentos justifica a definição expográfica, enquanto os suportes dos artefatos da categoria dispostos no solo não se configuraram como tablados. Pintadas de preto, as estruturas limitavam-se à área efetiva ocupada pelo produto. Ao entrar em contato com a sala dedicada aos Eletrônicos, pela primeira vez, por meio das fotografias publicadas no *site* do MCB, tive dificuldade em discerni-las. De maneira análoga à transparência dos cabos, a sutileza dos suportes proporcionou um efeito discreto de elevação, contribuindo para a impressão de que os eletrodomésticos estariam efetivamente no chão do edifício, de maneira semelhante à qual são comumente instalados nas casas dos visitantes (FIGURA 68, FIGURA 69, FIGURA 70, FIGURA 71).

FIGURA 68 - MÁQUINA DE LAVAR ROUPAS EM EXPOSIÇÃO NO 32º PD MCB



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 69 - ELEVAÇÃO DA MÁQUINA DE LAVAR ROUPAS EM EXPOSIÇÃO



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 70 - ELETRODOMÉSTICOS ALINHADOS NO FUNDO DA SALA



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 71 - GELADEIRA SOBRE SUPORTE SUTIL NO PISO DA SALA



FONTE: A autora (2019).

A sala central do andar térreo do MCB abrigou os premiados da categoria Eletroeletrônicos, junto àqueles que representavam a categoria Mobiliário e Transportes. A máquina de lavar roupas 15 kg Double Wash, 1º lugar na categoria concernente, foi apresentada próxima à entrada da sala principal da exposição, motivando a aproximação e interação de visitantes (FIGURA 72). Era possível caminhar rente e ao redor dela e visualizar totalmente a sua parte posterior, pois foi posicionada afastada e em desalinho com as paredes (FIGURA 73). Não havia barreiras para a aproximação e para o toque, vetado, entretanto, por uma etiqueta amarela, posicionada sobre a parte superior da tampa da máquina.

FIGURA 72 - SALA CENTRAL DA EXPOSIÇÃO DO 32º PD MCB



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 73 - PARTE POSTERIOR DA MÁQUINA DE LAVAR



FONTE: A autora (2019).

No dia 16 de janeiro de 2019, por volta das 14h00, observei um jovem casal diante do primeiro lugar da categoria Eletroeletrônicos. Tocando na máquina de lavar, a mulher disse para o acompanhante: “Essa é igual a que eu tenho em casa!”.

Em 20 de janeiro de 2019, entre 13h40 e 15h00, presenciei a reação de outra mulher à máquina em exposição, segurando um bebê em seu colo e acompanhada de um homem, ela explicou: “Essa é a nova Brastemp. Lava separado a calcinha do bebê.”

No texto descritivo da máquina de lavar 15 kg Double Wash, fixado na parede e publicado no catálogo da exposição, o artefato foi apresentado como um

Projeto nacional que atende a necessidades bastante específicas (e atuais) do mercado brasileiro: alta capacidade, lavagem com separação de diferentes classes de roupas e consequente economia de água e energia. O projeto integra uma coerente identidade visual de marca com a implementação de inovação com benefícios reais ao usuário – mostra um cuidado com a cultura visual das pessoas e suas lavanderias, bem como a preocupação em entender seus problemas do dia a dia, associando pesquisa, design e engenharia criativa para boas soluções. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 32).

Os dois comentários das visitantes por mim observadas endossam a aceitação do mercado indicada pelo texto. As duas visitantes não falaram, diretamente, sobre questões relacionadas à economia de água e energia, mas apontaram para o reconhecimento dos benefícios reais ao usuário. As associações entre pesquisa, design e engenharia citadas no texto, contudo, não foram por elas mencionadas e tampouco explicitadas pela expografia. No *site* da marca Brastemp, em contrapartida, as qualidades técnicas, relacionadas ao design da máquina de lavar exposta são apresentadas de modo detalhado.

A marca Brastemp, assim como a Consul, é de propriedade da Whirlpool Corporation do Brasil. A corporação afirma ser líder no mercado de eletrodomésticos. Orientada por sua Visão, Missão e Valores, reforça ter o compromisso de melhorar a vida de seus consumidores e trabalhadores de forma ética e responsável (WHIRLPOOL, 2019). No site específico da empresa há um *link* para prêmios recebidos, organizados cronologicamente. São remarcados aqueles relacionados à qualidade empresarial, ao respeito às regras de produção industrial, às oportunidades de carreira profissional, e ao vínculo com o consumidor. Com relação ao ano de 2018, na sessão específica do *site*, são indicadas como conquistas da empresa o ingresso ao Guia Exame de Sustentabilidade, a colocação no *ranking* de Melhores Empresas para Começar a Carreira (MECP), e no *ranking* de marcas mais lembradas pelo consumidor Top of Mind. Na área dedicada aos Prêmios disponibilizada oficialmente,

contudo, não há menção ao Prêmio Design MCB ou qualquer outro relacionado à área do design.

A empresa participou da exposição do 32º Prêmio Design MCB¹¹ por meio de outros três artefatos, além da máquina de lavar roupas. Enquanto Double Wash 15 kg foi a vencedora da categoria Eletroeletrônicos, os demais produtos foram indicados como Selecionados: o Refrigerador Inverse 3 e o Fogão 5 bocas de embutir, ambos da marca Brastemp, e a Smartbeer_, da marca Consul. Eles foram expostos apartados da máquina de lavar roupas da Brastemp, dispostos no fundo da sala, em hemisfério contrário, o refrigerador, o fogão e a cervejeira formaram uma espécie de núcleo dentro da exposição. Alinhados geometricamente ao protótipo de Forno de Microondas M30, ao Purificador Bubble Expert e aos itens da categoria Mobiliário Prateleira Wing e Estante Mocó, os artefatos remetiam ao ambiente doméstico, assemelhando-se a configuração de uma cozinha. O forno de microondas, a Prateleira Wing e o Purificar Bubble estabeleceram uma relação perpendicular com o solo. A altura de exposição dos dois primeiros é compatível com a posição que tais artefatos assumem na cozinha: o uso de microondas sobre o refrigerador ou em nichos específicos em armários planejados de tamanhos variados. Contribuiu para a familiaridade usual o fato de que, na exposição, abaixo do micro-ondas, foi alinhado geometricamente o fogão de cinco bocas. Com relação à prateleira, a relação com a experiência de uso mostrou-se igualmente evidente. Ela foi apresentada disposta alinhada e, conseqüentemente, na mesma altura do forno de micro-ondas (FIGURA 74).

A perpendicularidade da suspensão remarcou a relação dos produtos com uma parede inexistente, porém imaginável, porque indispensável para a instalação efetiva. Assim como o forno, a prateleira foi alinhada com o refrigerador de cervejas da marca Consul, disposto no solo (FIGURA 75). A semelhança das dimensões da base de ambos favoreceu a sensação de alinhamento, reforçando a estratégia expográfica de coesão entre os produtos. Por outro lado, assim como máquina de

¹¹ Em 2015, a Whirlpool participou com dois produtos na edição do 29º Prêmio Design MCB, sendo o produto Brastemp B.Blended classificado como primeiro lugar na categoria Eletroeletrônicos. Contudo, nas edições realizadas entre 2016 e 2017, a 30ª e 31ª respectivamente, o feito não se repetiu e não consta premiação vinculada à empresa. Nesse período o júri da categoria foi composto por designers diferentes. Luís Alexandre Ogasawara, entretanto, que ao lado de Gustavo Chelles, participa da seleção de Eletrônicos do 32º Prêmio Design, compõe o júri do 31º Prêmio Design e 30º Prêmio Design.

lavar roupas, os produtos alinhados como em uma cozinha não podiam ser manipulados pelos visitantes (FIGURA 76 e FIGURA 77). A porta do Refrigerador Inverse 3 foi mantida fechada, enquanto o interior do fogão de embutir poderia ser visto somente através de sua porta de vidro.

FIGURA 74 - FORNO DE MICROONDAS SOBRE O FOGÃO



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 75 - PRATELEIRA SOBRE CERVEJEIRA



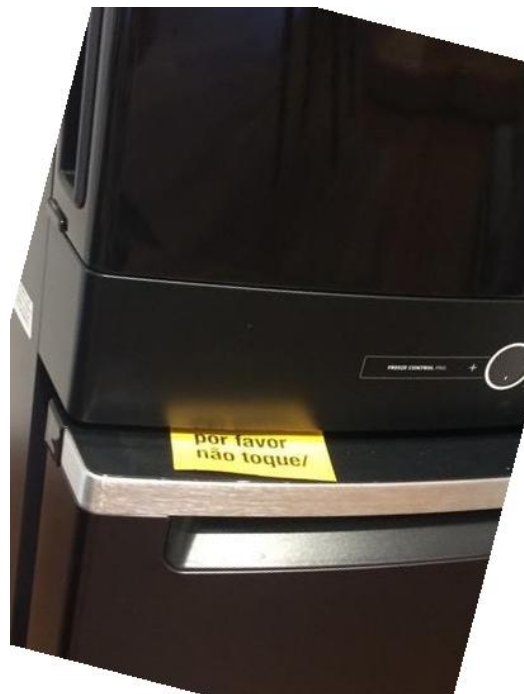
FONTE: A autora (2019).

FIGURA 76 - ETIQUETA DE INTERDIÇÃO AO TOQUE SOBRE O FOGÃO



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 77 - ETIQUETA DE INTERDIÇÃO AO TOQUE NA PORTA DA GELADEIRA



FONTE: A autora (2019).

No espaço expositivo, em 20 de janeiro de 2019, notei a presença de um jovem casal dedicado aos produtos em exposição. Apontavam para vários deles, conversando entre si com afinco. Como estavam bastante próximos e falando em um tom mais baixo, não consegui ouvir os comentários emitidos. Identifiquei, entretanto, que o homem falava português com um sotaque específico. Ele fazia gestos como quem explica a estrutura e/ou funcionamento dos produtos que indicava com as mãos. Sempre lado a lado, contemplaram os artefatos suspensos, circundando alguns deles. Dedicaram tempo aos eletrodomésticos alinhados ao fundo da sala, ao fogão e à geladeira. Observei, todavia, que não buscaram os textos de parede sobre cada categoria, e que da mesma maneira, não buscaram informações sobre os produtos nas fichas coloridas. Como não era possível ouvi-los, decidi interpelá-los na última sala da exposição.¹²

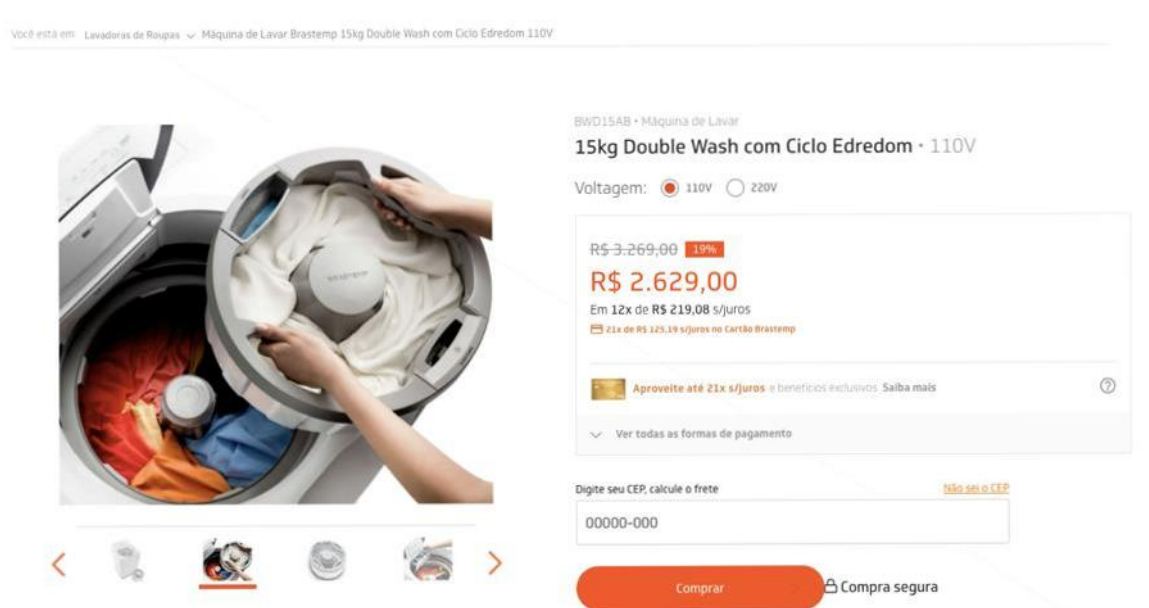
¹² Nesse caso, a interação com os visitantes excedeu a observação aberta não participante prevista. A conversa não foi estruturada, sendo os resultados da conversa informal registrados no diário de campo.

Apresentei-me e explanei brevemente a minha pesquisa e minha relação com a exposição. Ambos foram simpáticos e receptivos, aceitando falar um pouco sobre as suas impressões. Durante a sucinta conversa informal, descobri que o homem é designer de produto, enquanto sua companheira é enfermeira. Perguntei o que pensavam sobre a expografia, especialmente quanto à suspensão dos produtos premiados. Julgaram um recurso interessante, especialmente para a mostra de objetos de iluminação. O homem pontuou que, em contrapartida, a suspensão comprometeu a percepção da inovação de alguns projetos. Ambos afirmaram ter notado as informações coladas nas paredes e que tentaram usá-las na sala da categoria Iluminação, mas declararam que a distância e a ordem aleatória não convidativa o suficiente. O designer de produto visitante sugeriu a presença de um vídeo ou análogo, explicando o diferencial de cada produto. Sua companheira de visita comentou que diante da geladeira e do microondas, especialmente, não era possível identificar o motivo da premiação porque estavam expostos com as portas fechadas. Disse: “É preciso ver dentro do objeto também!”.

A imagem do produto indicado como 1º lugar da categoria Eletroeletrônicos, publicada no catálogo da exposição do 32º Prêmio Design MCB, compõem também o *site* da Brastemp, para divulgação e venda no produto (FIGURA 78). Na área de compra efetiva há ainda outras imagens de cenas de uso que enfocam as mãos de uma mulher que segura os cestos e coloca sabão e amaciante nos compartimentos específicos da máquina.

No *site* da marca Brastemp é possível atestar que o preço da máquina em acabamento grafite metálico é aproximadamente 15% mais elevado do que o da máquina em acabamento branco, correspondente à versão mostrada aos visitantes do 32º PD MCB. Os vídeos e textos detalhados sobre o produto, disponíveis no mesmo local, mostram a máquina em grafite metálico, apesar de não haver exaltação textual sobre a aparência, propriedades estilísticas e/ou valor estético da lavadora de roupas.

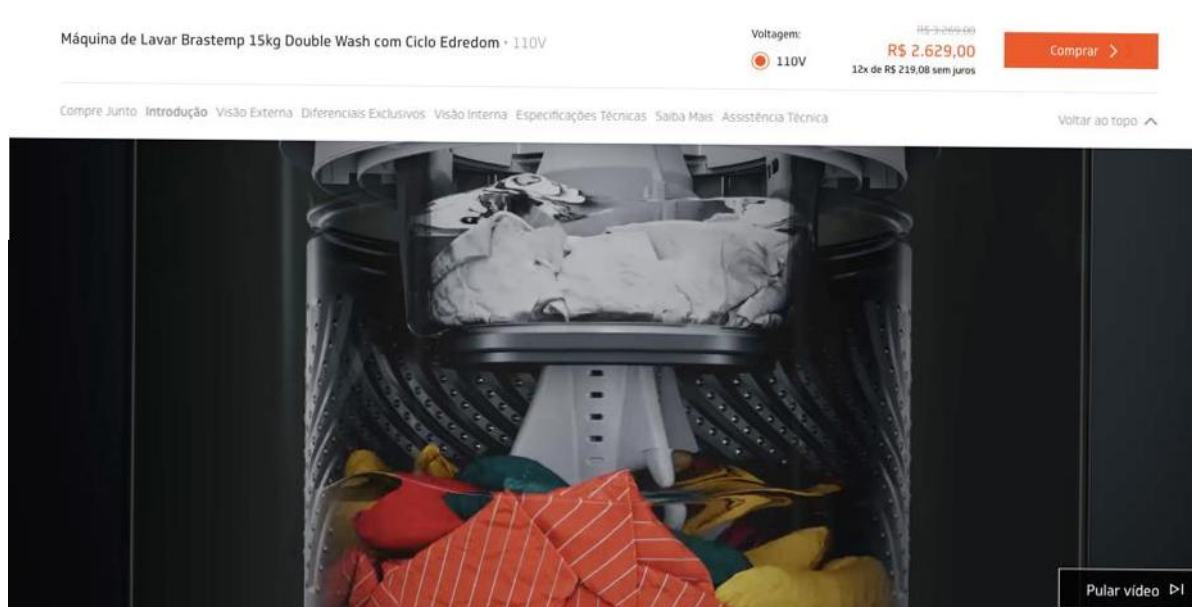
FIGURA 78 - MÁQUINA DE LAVAR NO SITE DA BRASTEMP



FONTE: BRASTEMP (2019).

Ao rolar a página, logo abaixo dos dados principais e imagens ilustrativas, o *site* mostra animações (sem áudio) focando no funcionamento dos dois cestos ocupados e girando independentemente. O conteúdo do *site* e, especialmente, a sequência de imagens do produto oferecidas ao internauta, reforça a possibilidade de “lavar diferentes tecidos e cores ao mesmo tempo com sabão, amaciante e água que não se misturam entre os cestos, em nenhum momento.” (BRASTEMP, 2019). Por meio do primeiro vídeo, com aproximadamente dez segundos de duração, o consumidor vê aquilo que a parte externa da máquina esconde e que mesmo a transparência da tampa não é capaz de revelar (FIGURA 79). Após a rodagem do breve vídeo, na mesma área de visualização, apresenta-se um texto cujo conteúdo reforça o fato de a Double Wash ser “A única lavadora do mercado com cestos independentes, que lava ao mesmo tempo, roupas brancas e coloridas, roupas de bebê e pesadas, com o sabão e o amaciante específico para cada um deles, sem manchar*.” (BRASTEMP, 2019).

FIGURA 79 - MÁQUINA DE LAVAR NO SITE DA BRASTEMP (2)



FONTE: BRASTEMP (2019).

O vídeo pode ser visto novamente, caso o visitante da página clique na opção correspondente, enquanto, logo abaixo do referido texto, pode-se clicar no *link* “veja mais”. Por meio dele acessa-se uma sequência de novas imagens em movimento e novos textos descritivos. A primeira abordagem da sequência mostra breve animação acerca da interface do produto e das funções presentes no painel. Na animação em questão, as luzes do mostrador ao redor do botão central são simuladas, enfatizando as opções “edredom especial”, “cama e banho”, “pesado” e “roupa de bebê”. Assim que a animação termina, aparecem novos itens clicáveis dispostos em coluna e que indicam conteúdos sobre diferenciais do produto (FIGURA 80). Ao clicar em qualquer um desses botões, acessa-se nova animação ou fotografia que, assim como as anteriores, visa ilustrar aspectos e vantagens técnicas do uso efetivo do produto. Sobre a opção “roupa de bebê”, por exemplo, divulga-se: “Ciclo especialmente desenvolvido para maior cuidado com as roupas do seu bebê. O processo de lavagem garante a melhor performance e cuidado com roupas delicadas” (BRASTEMP, 2019). Além da explicação visual e textual, o *site* disponibiliza informações denominadas “especificações técnicas”, assim como arquivos em formato pdf intitulados: “manual do usuário, guia rápido e eficiência energética”.

FIGURA 80 - MÁQUINA DE LAVAR NO SITE DA BRASTEMP (3)



FONTE: BRASTEMP (2019).

4.3 ALÉM DO ESPAÇO MUSEOLÓGICO E A ABORDAGEM INTEROCULAR

A aproximação entre formas de mostrar produtos análogos em diferentes espaços, até aqui estabelecida, tem como fundamento a perspectiva de Arjun Appadurai, antropólogo e professor de Mídia, Cultura e Comunicação na New York University. Em seu texto **Museus são bons para pensar: o patrimônio em cena na Índia** (2007), o pesquisador destaca que na Europa e nos Estados Unidos os museus investiram em uma separação entre arte e ciência e entre festividade e comércio. Enquanto que, devido ao singular processo de modernização da Índia, as especializações e separações dos colonizadores não fizeram, e não fazem sentido. Os museus, portanto, devem ser vistos em articulação com exposições de todos os tipos, e como parte de um mundo cosmopolita, pois “fazem parte de uma preocupação generalizada, provocada pelos meios de comunicação de massa, com o patrimônio e com uma rica abordagem visual dos espetáculos.” (APPADURAI, 2007, p. 17-18).

O antropólogo ressalta que a fresca renovação pós-colonial dos museus em seu país de origem relaciona-se com a potência de uma “abordagem interocular”. Esta abordagem considera que o “olhar público” é afetado em algum grau pelas experiências que os espectadores têm em outros espaços culturais. Por isso, o museu

faz parte de um complexo significativo denominado por ele como “cultura pública”. Nessa perspectiva, considera que

Os espectadores não chegam aos museus como ‘vazios culturais’. Eles vêm sob a forma de pessoas que assistiram a filmes com temas nacionalistas, seriados de televisão com narrativas e imagens nacionalistas e mitológicas e leram jornais e revistas que também constroem e visualizam os heróis e eventos grandiosos da história e da mitologia indianas. (...) a visita a museus não está acentuadamente separada de outras formas de lazer e de aprendizado; e a ideia de documentação especializada e de certificados na interpretação de objetos não descolou a compreensão de que grupos espectadores têm o direito de formular suas próprias interpretações. (APPADURAI, 2007, p. 20-21).

A partir da observação de Arjun Appadurai remarco que a estratégia expográfica utilizada no 32º PD MCB não incitou somente identificação com o ambiente doméstico, mas também com lojas e *showrooms*. Nesse tipo de espaço comercial é recorrente a presença de produtos para demonstração, à disposição do provável consumidor e do vendedor que visa persuadi-lo. Assim, lojas estimulam a compra de um eletrodoméstico como prática de avaliação ampla, indo além da contemplação visual estrita. Em contrapartida, na exposição do 32º PD MCB, o visitante não está autorizado a manipular máquinas de lavar, fogões e geladeiras disponíveis. Em comparação com o *showroom* itinerante, a mostra **Casa Consul - Eduardo & Mônica**, promovida pela Whirlpool, por exemplo, os visitantes no MCB são persuadidos a compreender o valor do produto, e de sua excelência enquanto design, somente por meio da visão.

Entre março e junho de 2015, a **Casa Consul - Eduardo & Mônica** ocupou *shoppings* em cidades do sudeste e sul do Brasil: Rio de Janeiro, Curitiba e Porto Alegre (FIGURA 81). A ênfase na aplicação doméstica era explícita, pois produtos como máquina de lavar, fogão e geladeira foram apresentados em ambientes decorados. Em entrevista, o gerente de *marketing* da Whirlpool explicou que a proposta da exposição correspondeu a

(...) mostrar os produtos Consul de uma forma bem pensada e criativa, e nada melhor do que retratá-los por meio da história de Eduardo e Mônica, que assim como a Consul, faz parte da vida de todos os brasileiros. Além disso, a história do casal é repleta de momentos de descontração, criatividade e parceria, que reforçam ainda mais a personalidade da marca. (PROMARK, 2019).

Como ação de *marketing*, o evento foi anunciado e comentando também por postagens em páginas digitais vinculadas ao âmbito de negócios, publicidade, *branding* etc. A página Mundo do Marketing (2015) explica que a casa perfaz 120 m² e oferece entrada gratuita:

Entre os espaços projetados pela marca de eletrodomésticos está o quarto do Eduardo solteiro, a cozinha após a vida juntos e idealiza como seria a vida do casal depois que os gêmeos vieram. Além disso, durante a visita à casa, o público também terá a oportunidade de assistir a vídeos, conhecer objetos do casal, se aproximando ainda mais desta história. (MUNDO DO MARKETING, 2019).

FIGURA 81 - CASA CONSUL - EDUARDO E MÔNICA



FONTE: MUNDO DO MARKETING (2019).

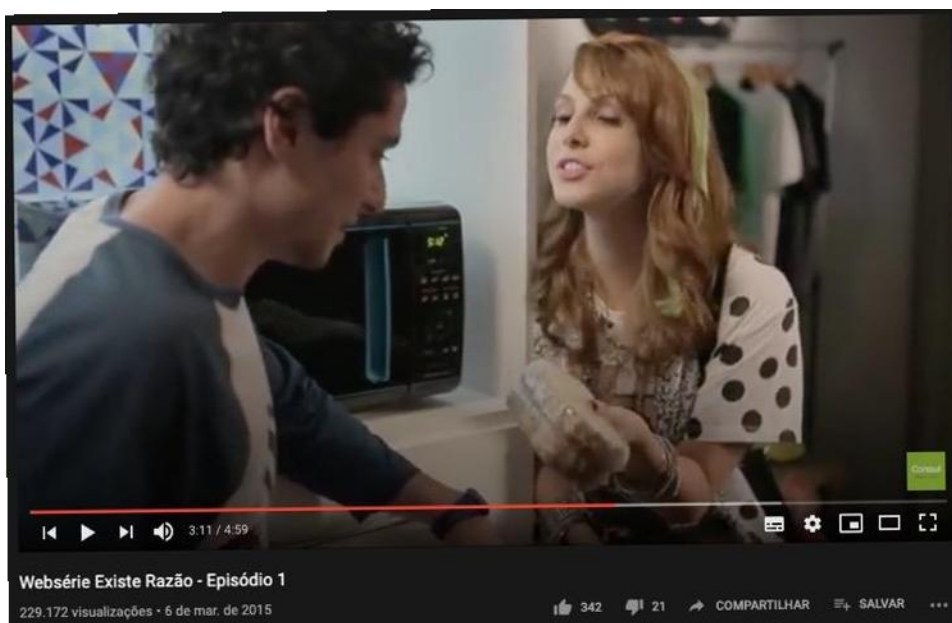
No veículo Meio & Mensagem (2019), a Casa Consul foi abordada como realização da agência de *marketing* Banco de Eventos. Segundo a postagem, os realizadores procuraram potencializar os atributos da marca, “mostrando a casa de um casal diferente, mas com uma história de amor que pode ser muito comum.” Os trechos da música da banda Legião Urbana foram representados nos diferentes ambientes, como aquele “que reflete como seria a vida do casal depois que os gêmeos vieram” (MEIO & MENSAGEM, 2019). A postagem também indica que, além do

evento físico, a agência de *marketing* delineou uma ação digital, oferecendo uma experiência em *hotsite* específico.

O *hotsite* da Casa Consul - Eduardo & Mônica não está mais disponível, mas no canal YouTube da marca Brastemp encontram-se ainda diversos vídeos, envolvendo atores em interação com os produtos e cenários análogos aos da mostra. No canal é possível acessar a websérie **Existe Razão**, sendo os três capítulos correspondentes aos três estágios da vida do casal: o momento solteiro, o momento recém-casado, e o momento família com filhos. Segundo a produtora dos filmes da websérie, “era exatamente o que a gente precisava para retratar os diferentes produtos da Consul” (CONSUL, 2019).

No primeiro episódio, dá-se ênfase ao refrigerador frigobar instalado no quarto de solteiro do personagem Eduardo. O ator abre o aparelho e no interior encontra-se somente uma garrafa de água. A personagem Mônica entra na sequência trazendo sanduíches e pedindo para que sejam aquecidos. Ao fundo aparece o forno de micro-ondas que, contudo, não é tocado ou efetivamente utilizado na cena (FIGURA 82).

FIGURA 82 - MICROONDAS NA WEBSÉRIE EXISTE RAZÃO



FONTE: CONSUL (2019).

O segundo episódio começa mostrando uma máquina de lavar em funcionamento enquanto a atriz sentada no chão, diante dela, declara fazer uso do

som da mesma como mantra para meditar (FIGURA 83). Na cena seguinte, o ator vai até a cervejeira (análoga a selecionada pelo 32º PD MCB), instalada no outro extremo do cenário, abre a porta e retira uma lata da bebida. Oferece-a para a personagem Mônica, com um dos braços apoiado na máquina lava-louça localizada sobre a bancada. Mônica recusa-a em favor de um chá que prepara junto ao fogão, igualmente ressaltado na cena. O casal está feliz no ambiente configurado como uma cozinha e troca beijos em frente à pia.

FIGURA 83 - MÁQUINA DE LAVAR NA WEBSÉRIE EXISTE RAZÃO



FONTE: CONSUL (2019).

O último episódio da websérie enfoca o uso do fogão pelo personagem masculino, que lê em voz alta as indicações do painel, identificando as funções fritar, cozinhar, refogar (FIGURA 84). Duas crianças entram animadas em cena e cumprimentam Eduardo chamando-o de pai. Logo após, a personagem Mônica entra mal-humorada, liga o ar-condicionado com o controle remoto, reclamando do calor. Ela briga com Eduardo porque a coifa não foi por ele acionada novamente, prevendo que as roupas das crianças ficarão cheirando à bife. O ator se movimenta como se revertisse a situação, mas o produto não chega a ser mostrado.

FIGURA 84 - FOGÃO NA WEBSÉRIE EXISTE RAZÃO



FONTE: CONSUL (2019).

Além da websérie Existe Razão, outros vídeos comerciais foram realizados a partir dos cenários da Casa Consul - Eduardo & Mônica e estão igualmente disponíveis no canal lotado na plataforma Youtube. Os vídeos têm entre trinta e cinquenta segundos e abordam os produtos mostrados na websérie de modo exclusivo. Em plano único, frontal, os atores são filmados ao lado daquele em questão, falando sobre as qualidades dos mesmos de modo mais direto do que na websérie, enquanto os manipulam de modo ilustrativo (FIGURA 85). No vídeo sobre a máquina de lavar Consul Facilita os personagens dialogam:

Eduardo: Se tem um momento do dia que eu não abro mão é a hora da minha novela.

Mônica: Péssimo, Edu. Ao invés de falar bobagem porque você não fala o quanto parou de desperdiçar sabão e água na hora de lavar roupa com a nossa lavadora, hein?!

Eduardo: Isso é verdade! Com o nível fácil a gente evita o desperdício. É só você jogar a roupa dentro da máquina ver em que nível ela chega aqui na régua que tem dentro do cesto e usar o mesmo nível para dosagem de sabão e água.

Mônica: Fácil demais!

Eduardo: Tão fácil que tem tanto tempo sobre a noite que eu posso ver uma novela em paz enquanto você fica lá meditando. (CONSUL, 2019).

FIGURA 85 - MÁQUINA DE LAVAR CONSUL FACILITE EM CENA DE VÍDEO



FONTE: CONSUL (2019).

A mostra Casa Consul Eduardo & Mônica motiva publicações em *blogs*, relacionados ao tema design e arquitetura, assim como em páginas vinculadas à interesses femininos. As irmãs Alcântara, residentes em Curitiba, assinam postagem sobre visita à Casa Consul - Eduardo e Mônica, instalada no Park Shopping Barigui, em **Tudo Orna**¹³ (FIGURA 86).

¹³ Segundo as autoras do *blog*, “ORNA é muito mais que um blog ou marca, e sim, uma causa que se propaga por diversos meios”. De acordo com elas, por meio do projeto iniciado em 2010, compartilham experiências, mostrando aspectos da cidade em que vivem. Explicam que “Do conteúdo online expandimos nosso universo para produtos autorais. Por meio deles, criamos uma conexão direta com quem partilha de nossos valores e também se identifica com o que acreditamos. Além de levar Curitiba para o mundo!” (TUDO ORNA, 2019).

FIGURA 86 - AS BLOGUEIRAS DE TUDO ORNA



FONTE: TUDO ORNA (2019).

No texto publicado, descrevem-na:

A casa é dividida em 3 ambientes diferentes, que retratam os três principais momentos na vida dos dois: *quando se conheceram*, *quando foram morar juntos* e *quando os gêmeos vieram*. Super fofo! Em cada canto você encontra pedacinhos da história. Tem a bicicleta do Eduardo (camelo hehe), a mesa de futebol de botão, a escrivaninha com os livros do cursinho, o telefone que ele usou para falar com a Mônica e marcarem o primeiro encontro, o jaleco de médica da Mônica e um recado na secretária eletrônica do casal com a diretora da escola avisando que o filho deles ficou em recuperação. Muito legal mesmo! Foi tudo pensado para não faltar nenhum detalhe da história. (TUDO ORNA, 2019).

Em conjunto com texto, as blogueiras publicam a representação digital da vista superior do espaço e imagens de detalhes de ambientes visitados (FIGURA 87). Na postagem é possível visualizar outras fotos com enquadramentos aproximados do quarto do Eduardo e da cozinha da Casa Consul montada em Curitiba (FIGURA 88, FIGURA 89).

FIGURA 87 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO *BLOG* TUDO ORNA

FONTE: TUDO ORNA (2019).

FIGURA 88 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO *BLOG* TUDO ORNA (2)

FONTE: TUDO ORNA (2019).

FIGURA 89 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO *BLOG* TUDO ORNA (3)

FONTE: TUDO ORNA (2019).

Em *blog* análogo, denominado **Casa das Amigas**¹⁴ (FIGURA 90), as imagens que compõem a postagem sobre a Casa Consul - Eduardo & Mônica são distintas daquelas publicadas no *blog* Tudo Orna. Da mesma maneira, entretanto, configuram-se como recortes aproximados, privilegiando detalhes (FIGURA 91). Por meio delas, é possível visualizar os decorados painéis com fotos dos atores como Eduardo e Mônica, e trechos da música da banda Legião Urbana, em letras coloridas, fixados em divisórias dos ambientes componentes do *showroom* (FIGURA 92).

FIGURA 90 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO BLOG CASA DAS AMIGAS



FONTE: CASA DAS AMIGAS (2019).

¹⁴ As responsáveis pelo *blog*, as amigas residentes em Maringá, e proprietárias de escritório de design de interiores na mesma cidade, situada no Paraná, dizem: “Criamos o blog na loucura, em uma tarde de muitas conversas... A ideia era compartilhar com nossos amigos todos os nossos achados, nossas inspirações, ideias e tudo o que a gente mais ama: arquitetura, decoração, design, moda e festa!” (CASA DAS AMIGAS, 2019).

FIGURA 91 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO *BLOG CASA DAS AMIGAS* (2)

FONTE: CASA DAS AMIGAS (2019).

No *blog Casa das Amigas* a mostra é descrita da seguinte maneira:

Pra quem não conhece a história, a Consul se preocupou com cada detalhe e preparou um cantinho com fotos inspiradas no casal mostrando cada etapa da vida deles. Além de logo no início mostrar o primeiro vídeo mostrando como começou a história deles... E pra quem já conhece a história fica fácil identificar cada etapa da vida do Eduardo e do casal ao longo da casa, que foi separada em 3 ambientes: a vida no cursinho, quando foram morar juntos e quando os gêmeos vieram. Cada cantinho foi pensado nos mínimos detalhes e nós amamos ver a evolução não só da vida deles, mas dos ambientes também. Desde os móveis, o estilo e até os produtos da Consul, tudo foi evoluindo e acompanhando todas essas mudanças na vida do casal, é muito legal ver como tudo foi modificando ao longo dos anos da vida do casal! (CASA DAS AMIGAS, 2019).

FIGURA 92 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO *BLOG CASA DAS AMIGAS* (3)

FONTE: CASA DAS AMIGAS (2019).

Atentando para a narrativa visual construída pelas blogueiras, é possível perceber que na bancada da cozinha expográfica há uma espécie de suporte para folha de papel com informações textuais e um *tablet* instalado com fones disponíveis para os visitantes (FIGURA 91). As imagens selecionadas para publicação, entretanto, não mostram visitantes em interação com os produtos da Casa Consul em exposição.

Já no *blog Tô pronta*¹⁵ publicam-se fotos mostrando pessoas em visita. Na postagem intitulada Casa Consul Eduardo e Mônica, no Barra Shopping, a responsável pela página digital, a designer gráfica e blogueira Mari Velloso, aparece em foto sentada na cadeira Wassily, próxima à cervejeira, na sala da casa do casal tema da exposição (FIGURA 93). Há também uma imagem de outra jovem diante da porta aberta do forno de micro-ondas disponível (FIGURA 94).

¹⁵ A blogueira afirma que, desde 2011, usa o espaço para postar assuntos do mundo feminino. Complementa a apresentação dizendo: “AMO arte, tecnologia, ir ao shopping comprar de eletrônicos à maquiagem, moda, chocolate, cinema, música, viagens, cachorros e preciso de um curso que me ensine a gastar menos!” (TÔ PRONTA, 2019).

FIGURA 93 - BLOGUEIRA NA CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA



FONTE: TÔ PRONTA (2019).

FIGURA 94 - CASA CONSUL EDUARDO E MÔNICA NO BLOG TÔ PRONTA



FONTE: TÔ PRONTA (2019).

No texto da postagem, a blogueira explica que

A Casa Consul é toda interativa, dá para mexer nos eletrodomésticos expostos e em cada ambiente tem um *tablet* com fone de ouvido pra conferir alguma história do casal.

O “**Vida no Cursinho**” é o quarto do Eduardo. A decoração do ambiente é típica de um garoto jovem, com jogos, bola, livros e até a bicicleta dele está presente (ele chama de camelo na música).

Como estamos falando de total praticidade para um garoto solteiro, ali tinha o **micro-ondas com função tostex Consul** que eu ainda não conhecia. Ele faz o **pão ficar crocante**, ótimo pra fazer um misto quente como se fosse na sanduicheira, só que com a vantagem de ser mais rápido.

Fiquei suuuper curiosa para ver como fica um sanduíche nesse micro! Tem um **acessório** que parece uma mini sanduicheira pra colocar o pão dentro, fechar e ligar o aparelho na **função tostex**.

Todos os eletrodomésticos da Consul são super bonitos e práticos, e eu fiquei de olho também na lava-louças facilite que é linda e fácil de instalar: em 10 minutos. Ela pode ser ligada diretamente na torneira da pia.

No ambiente “**Foram morar juntos**” tem a cozinha e uma pequena sala com poltrona e a **cervejeira amarela** lindona. A decoração é mais moderninha, com pontos de cor. Já a cozinha “**Os gêmeos vieram**” é toda no clima família, com muitos porta retratos pra todo lado. Tem uma secretária eletrônica que a gente aperta um botão e ouve a diretora do colégio dos gêmeos dizendo que o filhinho deles ficou de recuperação, como diz na música. Super criativo! [grifos no original] (TÔ PRONTA, 2019).

Com relação à exposição do 32º PD MCB não localizei material análogo. A divulgação do evento, em cartaz desde novembro de 2018, não foi tema de *blogs* autorais como Tudo Orna, Casa das amigas e Tô pronta. Experiências em visitas espontâneas ao MCB não motivaram descrições da exposição e construção de narrativas visuais por meio de fotos pessoais.

A domesticidade incitada pelos produtos em exposição, por tanto, foi elaborada e articulada de modo mais complexo pelo evento de caráter comercial. Por comparação, o alinhamento dos eletrodomésticos em exposição no MCB foi um recurso expográfico tão sutil quanto os suportes pretos utilizados para suspendê-los do solo. Ao confrontar os dois eventos, infiro que a relação entre design e mercado, fraturada na exposição museológica, despotencializa o engajamento de visitantes no reconhecimento de vínculos entre design e práticas sociais, entre design e vida cotidiana. As possibilidades da abordagem interocular, por tanto, mostram-se pouco exploradas na expografia do 32º PD MCB. Nesse sentido, as apropriações pelos visitantes, almejadas pelo MCB, de acordo com o diretor técnico Giancarlo Latorraca (2011), não deixaram rastros na *internet*. As narrativas relevantes para o setor educativo, ou para a equipe gestora das exposições, por tanto, foram escassas.

Ao observar e ouvir no espaço museológico, atestei a relação entre o produto de uso doméstico e a diferença entre o masculino e feminino, como pontuada por Marinês Ribeiro dos Santos (2015). Em consonância com as narrativas históricas sobre o design, delineadas por Adrian Forty (2007) e John Heskett (2006), especialmente mulheres reagiram e reapresentaram a máquina de lavar exposta no MCB para os homens que a acompanhavam. Indicaram, com assertividade, o valor técnico-funcional do produto exposto, demonstrando a responsabilidade do uso daquele análogo, presente em suas casas. Então, mesmo a expografia não explorando a reconstituição do ambiente ou contextualização dos ambientes, tanto na direção pontuada pelo historiador Ulpiano Bezerra de Meneses (2013), quanto na instituída pela intenção comercial da Casa Consul - Eduardo e Mônica (2015), aspectos da domesticidade e heteronormatividade manifestaram-se.

Por outro lado, a noção de casa enquanto espaço de trabalho e interesse feminino não foi reforçada diretamente pela expografia do 32º PD MCB, assim como no *showroom* promovido pela Whirlpool. Com exceção da imagem das mãos de mulher manejando a máquina de lavar, publicada no catálogo da edição, igualmente presente como recurso de venda on-line no *site* da Brastemp, os textos avalizados pelo evento não delimitaram a mulher enquanto usuária privilegiada.

5 “NÃO É PARA CRIANÇA!” - MOBILIÁRIO URBANO, SOCIABILIDADE E O PAPEL SOCIAL DO DESIGN

A propósito da exposição permanente **A Casa e a Cidade - Coleção Crespi-Prado**, o Museu da Casa Brasileira (MCB) enfatiza que “Os moradores originais da casa, o casal Renata Crespi e Fábio Prado, foram protagonistas nas transformações históricas, culturais e urbanísticas na cidade de São Paulo”, sendo o Solar neoclássico, desde o início, “caracterizado como um local de encontros, reuniões e eventos de caráter político e cultural” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2019). Atualmente, o caráter dos encontros que se realizam no MCB não são os mesmos delineados pelos primeiros proprietários, mas a instituição é ainda espaço para a construção de relações sociais que excedem a função de abrigar, expor e conservar o acervo da família burguesa em questão.

No *site* do Museu da Casa Brasileira (2020a), divulga-se a oferta de aluguel de parte das instalações da instituição “para a realização de eventos corporativos de pequeno e médio porte, como forma de financiar sua programação cultural, dentro de um amplo programa de captação de recursos”. Segundo o material disponível na página eletrônica, o MCB considera conveniente a realização de eventos diurnos e noturnos, como coquetéis, jantares, recepções, palestras, lançamento de livros, premiações e confraternizações. Confia que o espaço monetizado oferece uma “experiência única dentro de uma respeitada instituição cultural”. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2020a). Nesse contexto, o potencial do jardim de 6.000 m² é ressaltado, tanto como a vista do terraço, indicado como espaço coberto e flexível, quanto como um ambiente agradável, contíguo ao Restaurante Santinho.¹⁶ Destaca-se que o deque do restaurante circunda uma seringueira, oferecendo um bar ao ar livre, voltado para a área verde “com cerca de 500 espécies, entre plantas e árvores nativas e exóticas.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2020a). Ainda de acordo com o material de divulgação oficial, o valioso espaço é protegido pelo Condephaat e a aprovação de projetos de eventos para o Jardim é concedida somente a partir de análise rigorosa.

¹⁶ Segundo o site do MCB, “Em 2020, o Museu da Casa Brasileira (MCB) sedia o restaurante Capim Santo – anteriormente conhecido como ‘Santinho’ – sob direção da chef baiana Morena Leite.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2020b).

A instituição museológica reforça a importância da extensa área verde ao vincular a apresentação de considerável parte de seu acervo à mostra curada pelo botânico Ricardo Cardim, inaugurada em 2017. A exposição de longa duração **Remanescentes da Mata Atlântica & Acervo MCB** visa apresentar ao público um paralelo entre peças do acervo do Museu e as madeiras, praticamente extintas, com as quais foram fabricadas. Isso porque alguns exemplares das matérias-primas presentes em itens da coleção resistem como árvores componentes do Jardim do MCB. Miriam Lerner, a atual diretora da instituição, justifica o conceito delineado para a exposição permanente em questão. Em suas palavras,

Por ser uma instituição que preserva a cultura material da casa brasileira, em grande parte formada por mobiliário construído com madeiras brasileiras nativas, o jardim e suas espécies arbóreas representadas no acervo são um trunfo importantíssimo nas ações educacionais, pois proporcionam a reflexão sobre o largo uso dessa matéria prima e as consequências que levaram ao fim de muitas espécies, que, hoje, só podem ser encontradas na forma de produto, ou seja, o mobiliário. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018i).

O argumento da exposição envolve, portanto, a afirmação de que a grande biodiversidade original, às margens da antiga várzea do Rio Pinheiros, é devastada pelo processo de urbanização no qual o Solar se insere. Nesse sentido, a relação entre o edifício e o Jardim é central para a definição do compromisso educacional museológico. Segundo o diretor técnico Giancarlo Latorraca,

Questões de longevidade, reúso e fluxos de matéria evidenciados na compreensão dos processos construtivos, tanto na escala dos objetos como na da arquitetura, podem conscientizar o cidadão de seu papel atuante frente ao universo construído e disponibilizado pelo consumo hoje. (LATORRACA, 2011, p. 85).

No artigo **Anotações para um museu de arquitetura e design brasileiro**, o diretor (2011) relaciona tal compromisso com o design, afirmando que a conscientização permite “ao cidadão usufruir o direito de acesso ao design e à arquitetura, podendo se reconhecer como agente transformador e ativo na construção desta cultura material, atento à melhoria de qualidade do nosso habitat.” (LATORRACA, 2011, p. 85).

As afirmações dos diretores Miriam Lerner e Giancarlo Latorraca alinham-se ao escopo de narrativas históricas do design especialmente centradas no contexto sociopolítico. Como analisa a historiadora Isabel Campi (2013, p. 234), esse tipo de

abordagem funciona mais como uma ferramenta crítica, de conceitos e práticas, do que como enfoque de um contexto em si mesmo. Segundo ela, estudos que falam sobre o design do ponto de vista sociopolítico articulam questionamentos acerca do papel social no marco do capitalismo industrial. As narrativas concernentes privilegiam a produção de design que visa “democratizar o entorno (...), configurar o mundo material de acordo com as várias necessidades de coletivos, injustamente considerados como minoritários e invisíveis (...), mulheres, emigrantes, anciãos e descapacitados.” (CAMPI, 2013, p. 241).

No Brasil, segundo o designer, historiador e professor da FAU/USP, Marcos da Costa Braga (2011, p. 9), “tem-se intensificado o questionamento sobre qual a função social do design (em todas as suas formas) em um mundo globalizado, em crise ecológica e como mudanças cada vez mais rápidas na comunicação, economia, política e cultura.” De acordo com ele, desde a década de 1990, tem aumentado o número de artigos apresentados em congressos brasileiros de design sobre o papel social do design. O estudioso define papel social como

(...) um conjunto de direitos e deveres relativos à função social que se espera que o indivíduo exerça em determinada posição social: mãe, padre, médico, etc. A posição social é a posição que o indivíduo ocupa em dada estrutura de uma sociedade e está relacionada a categorias sociais que podem ser determinadas por diferentes recortes: família, linhagem, raça, religião, ocupação profissional, etc. Portanto, uma categoria profissional é uma categoria social, fruto de uma divisão social do trabalho. (BRAGA, 2011, p. 10).

A seu ver (BRAGA, 2011), portanto, o profissional consciente da extensão de sua participação no debate ético contribui diretamente para a sociedade da qual faz parte. A consciência profissional é construída a partir da reflexão sobre como competências profissionais específicas podem ser usadas em articulação com o lugar que a profissão e a categoria profissional ocupa, ou deveria ocupar, no tecido social. Marcos da Costa Braga (2011) afirma que o design, desde sua origem, é produto de aspirações sociais de diferentes intenções políticas culturais e econômicas. Entende que ele é, por conseguinte, essencialmente social, na medida em que sua finalidade é o projeto para outrem. De modo menos abrangente, nas últimas décadas, o design alia-se a certo conceito de modelo social que caracteriza a atuação do designer para além dos projetos destinados ao mercado. O estudioso julga que esse tipo de caracterização tem uma aplicação limitada, pois

Uma discussão sobre seu papel social pode objetivar especialmente as pessoas que estão à margem do sistema econômico visando a inclusão social nas dimensões de cidadania, mas também envolve aquelas que são público do mercado de consumo, pois essas também possuem necessidades sociais e muitas vezes carecem de melhorias materiais que o designer pode proporcionar. (BRAGA, 2011, p. 10)

Na introdução do livro organizado por ele, intitulado **O papel social do design gráfico** (2011), o historiador elenca questões atuais que estão contribuindo para a rediscussão do tema. De seu ponto de vista, a valorização da profissão vincula-se à demanda da sociedade brasileira por responsabilidade social quanto à sustentabilidade, em meio a crise econômica e o surgimento de novos meios de circulação de informação em meios de massas (BRAGA, 2011, p. 20). Entretanto, ressalta que o papel social do designer é defendido já pelas gerações pioneiras, formadas nas primeiras escolas de design, e que fundaram, em 1978, a Associação Profissional dos Desenhistas Industriais do Rio de Janeiro (Apdins-RJ).

Marcos da Costa Braga considera que de lá para cá, “Apesar das oscilações na representatividade que as associações de designers sofreram nas últimas décadas, elas continuam sendo parâmetros para verificar ideias correntes no campo profissional.” (BRAGA, 2011, p.18-19). Ao respaldar tal argumento, indica a relevância da ADG Brasil, transcrevendo recorte do artigo 5º do código de ética profissional do designer gráfico. Destaca que a associação profissional define como dever o interesse pelo bem público, a contribuição com conhecimentos e a experiência para melhor servir à sociedade. O designer deve contribuir para a emancipação econômica e tecnológica do país, procurando processos produtivos adequados ao meio ambiente e aos valores culturais e sociais do Brasil. Segundo o estudioso, a incorporação dessa missão seria mais efetiva caso o sentimento de pertencimento a uma categoria profissional por parte dos designers fosse maior (BRAGA, 2011, p. 19).

Apesar de não se configurar como uma associação, os designers relacionados ao Prêmio Design MCB, e a instituição que o sustenta, podem ser considerados como agentes potenciais na construção do tipo de sentimento indicado por Marcos da Costa Braga. Ao escrever sobre **O lugar e o papel do Prêmio Design MCB** para o catálogo comemorativo dos 30 anos do Prêmio Design MCB, o mesmo autor afirma que

Praticamente todas as questões polêmicas do campo como industrialização versus produção artesanal, ênfase nos aspectos simbólicos ou ergonômicos, perenidade versus efemeridade ou objeto único versus serialização perpassam a história da premiação. O Prêmio Design MCB também abriu espaços a variados segmentos sociais dos designers como a revelação de novos valores e designers que produzem seu próprio projeto. (BRAGA, 2016, p. 88).

Sob sua perspectiva, o fato de ser anual e resistir há tantos anos e a tantas gestões do Museu, estabelece a condição de espelho ao evento. As mudanças nas categorias de Produtos, por exemplo, refletem tanto os debates de aspectos conceituais sobre as delimitações, interfaces e características que definem entendimentos do que é o design de produto, quanto o que caracteriza as principais áreas de atuação do design e quais delas estão em evidência em determinada época (BRAGA, 2016, p. 88). O autor remarca a importância do júri para tanto, pois a trajetória do Prêmio Design MCB habilita comissões julgadoras compostas por designers e agentes ativos do campo do design. Avalia que, como a instituição museológica fornece autonomia ao corpo de jurados, mesmo que sigam os critérios de avaliação previamente definidos pela organização da premiação, os designers avaliam e fazem escolhas que seguem suas filiações a ideias e conceitos sobre design. De seu ponto de vista,

Por ter sido criado e estar sob a responsabilidade de uma entidade pública, o prêmio exerce um papel importante para o campo do design, pois realiza uma ligação entre ele e o poder público. Este lugar social também lhe possibilita dar visibilidade ao design selecionado por meio da comunicação da instituição com a sociedade e lhe confere respeitabilidade proveniente de sua isenção e da independência delegada ao júri para o processo de avaliação dos inscritos. (BRAGA, 2016, p. 90).

Discussões e definições sobre o referido papel social no design, portanto, não se dão abstratamente, mas em locais materialmente discerníveis, como no “lugar social” que é o MCB. Nesse sentido, o social no design enquanto tópico teórico, se constitui também como sociabilidade, ou seja, por meio de trocas, debates, ligações, aproximações e distanciamentos em um espaço propício (porque legitimado): o Prêmio Design MCB e a exposição que o efetiva enquanto resultado compartilhável.

O conceito de sociabilidade contrapõe-se à ideia moderna de sociedade como soma de indivíduos. Questiona, portanto, a premissa de uma capacidade humana abstrata para o social, sem a determinação do caráter de relação (FRÚGOLI JR, 2007, p. 41). Em **Sociabilidade urbana**, o antropólogo e professor da Faculdade de

Filosofia Letras e Ciências Humanas da USP, Heitor Frúgoli Jr. (2007, p. 39), reforça que, do ponto de vista antropológico, a sociabilidade problematiza a ênfase nos indivíduos, e viabiliza a preocupação com o aspecto relacional e situacional que os arranjos interacionais possuem na própria criação e dissolução dos vínculos sociais. Heitor Frúgoli Jr. lembra que o conceito de sociabilidade promove usos e significados cada vez mais abrangentes “referindo-se a esferas, como relações cotidianas ou familiares, costumes, festas e rituais, encontros etc.” Por outro lado, destaca que, em um dado plano de interações, “tudo pode ser sociabilidade, como alerta Gilberto Velho – e nesse sentido, nada, na medida em que o conceito pode vir a exaurir sua força explicativa.” (FRÚGOLI JR, 2007, p. 17). Considerando a possibilidade de esvaziamento do conceito, o antropólogo indica que o mesmo pode ter ao menos duas leituras consistentes.

A primeira delas define sociabilidade enquanto possibilidades de construção temporária do próprio social entre estranhos ou atores sociais de condições diversas, em que a interação é o principal intuito (FRÚGOLI JR, 2007, p. 17). Nesse caso, os objetos de estudos favoráveis são os usos, arranjos e procedimentos pelos quais os indivíduos se posicionam, no íterim de relações de interação calcadas na diversidade (FRÚGOLI JR, 2007, p. 17). O tema privilegiado, por conseguinte, é o da co-presença no espaço público, envolvendo demarcações e diferenças entre atores sociais (como classe, gênero, estilos de vida, ‘raça’ etc). Segundo o antropólogo (2007, p. 18), um dos desafios da articulação entre conceito, objeto de estudo e tema dessa natureza reside “na delimitação dos lugares que, em termos espaciais, permitam a visibilidade desses vários tipos de interação social, onde as mesmas potencialmente se intensificariam.” Os espaços urbanos, onde costumam afluir diferentes grupos seriam, a seu ver, espaços privilegiados, pois intensificam a interação entre grupos e redes de indivíduos, e a definição e redefinição simbólica de certas diferenças socioculturais (FRÚGOLI JR, 2007, p. 18).

A segunda leitura possível do conceito de sociabilidade, de acordo o pesquisador, tem, em contrapartida, um viés “intraclassista”. Nesse caso, contempla relações sociais praticadas principalmente entre “iguais”. De acordo com essa abordagem (FRÚGOLI JR, 2007, p. 21-22), a ênfase recai sobre “espaços sociais circunscritos onde predominam condição social, valores e sentidos de certo modo compartilhados; (...) marcados por determinada homogeneidade, onde haveria uma significativa articulação entre sociabilidade e vizinhança ou comunidade.” O autor

considera que adotar o conceito de sociabilidade, por conseguinte, pode contribuir para a descrição e explicação de interações tanto entre diferentes ou estranhos, quanto entre indivíduos que se conhecem ou interagem regularmente (FRÚGOLI JR, 2007, p. 21-22).

Em textos institucionais, publicados como apresentação nos catálogos e nos espaços expositivos, referentes às mais recentes edições do Prêmio Design MCB, o MCB reforça a importância das interações em torno da abertura da exposição, inclusive em termos de duração temporal, ocupação do espaço físico e relação entre os participantes.

Sobre a 29ª edição, publica-se que os “integrantes das comissões julgadoras de produtos e trabalhos escritos conduzem uma visita à exposição no 3º Encontro com o Júri.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2015, p. 3). Sobre a 31ª edição, ressalta-se que “Em novo formato, a partir deste ano, a abertura da exposição passa a contar com feira de livros especializada em arquitetura e design, oficinas e *foodtrucks*, além do já tradicional encontro aberto com a comissão julgadora e os vencedores.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2017, p. 1). Sobre a abertura da exposição do 32º PD MCB, em 10 de novembro de 2018, destaca-se que “trocando a cerimônia de premiação” mantém-se “o novo formato adotado em 2017 (...) com um caráter de festival” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018d, p. 4).

A exposição do 32º PD MCB, portanto, é resultado de operações que excedem a disposição e exibição de produtos. A aparição e permanência dos mesmos nas salas da instituição é rastro de certa sociabilidade profissional, marcada por relações tempo-espaço corroboradas. O espaço expositivo, por tanto, instaura arranjos interacionais entre pessoas e artefatos que podem favorecer tanto regularidades e consensos, quanto a diversidade e a disparidade. A partir dessa premissa, e do quadro teórico referencial apresentado, interesse-me pelo modo como a expografia materializa aspectos narrativos de cunho sociopolítico, propostos pelos designers componentes do júri e pelos designers premiados. Ao articular o conceito de sociabilidade para tanto, pretendo focar em como a expografia delinea interações, ou seja, como potencializa encontros e desencontros entre justificativas legitimadas e experiências espaciais compartilhadas, entre a *casa* e a *cidade*.

5.1 O PAPEL SOCIAL DO DESIGN NO PRÊMIO DESIGN MCB

A curadora, conselheira e ex-diretora do MCB, Adélia Borges, autora do primeiro de uma série de livros-catálogos, denominado **Prêmio Design MCB: 1986-1996**, demarca a edição de 1994 como aquela em que, preliminarmente, a preocupação ecológica predominou. Em suas palavras, o resultado do 8º PD MCB mostrou que “a necessidade de preservar o ambiente passou a fazer parte definitiva da pauta de preocupações do designer na hora do projeto.” (BORGES, 1996, p. 128). Adélia Borges defende que, na ocasião, projetar de forma ecologicamente correta implica no uso inteligente da matéria-prima de várias formas, sendo a facilidade de reciclagem um critério indispensável. Explica que o projeto deve contribuir, igualmente, para uma produção sem sobras ou lixos. O objeto deve ser concebido de tal forma que “tenha vida longa, fácil de manter e consertar. Melhor ainda se ao final de sua vida útil, ele puder ter outro uso.” (BORGES, 1996, p. 128).

Adélia Borges (1996, p. 128) pontua que “Outro tema recente que desponta nesta edição é o conceito de design universal.” Assim como se dedica a explicar a ideia de ecologicamente correto, a autora afirma que o design universal “prega a concepção de produtos atentos às demandas de faixas específicas da população – os muitos novos, os muito velhos, os altos, os baixos, os gordos, os magros, os canhotos, os destros, aqueles que têm dificuldades temporárias ou permanentes de visão, audição, locomoção etc.” (BORGES, 1996, p. 128). Sintetiza o objetivo desse tipo de concepção projetual como a forma de melhorar a qualidade de vida da população como um todo. Defende que “estimular a produção de objetos concebidos dentro desses preceitos é uma forma de favorecer a vida independente das pessoas e de contribuir com o fim da discriminação de pessoas portadoras de deficiências de qualquer ordem.” (BORGES, 1996, p. 128).

No livro-catálogo subsequente, organizado pela diretora Marlene Acayaba, **11º ao 15º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira**, aspectos análogos foram destacados. Segundo o resumo acerca da 11ª edição, afirma-se que

Além do conhecimento e experiência de cada um dos membros do júri em suas áreas específicas de atuação e das relações que possuem com o design, foram considerados como critérios para a seleção desta fase: a qualidade formal, a semântica e semiótica do produto, a funcionalidade, a ergonomia, os métodos e técnicas de transformação dos materiais, a viabilidade da produção, a relação custo-benefício e a adequação mercadológica, inclusive o impacto ambiental que tal produto pode causar quando fabricado e utilizado. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2001, p. 13).

A inclusão do impacto ambiental como critério, igualmente circunscrito à produção, é referenciado em texto sobre o 13º PD MCB. Pontua-se acerca dele que, “além da questão estética”, alguns produtos selecionados, trataram de “questões éticas, como respeito ao meio ambiente, presentes em trabalhos que utilizaram a madeira proveniente de manejo sustentável.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2001, p. 13). Com relação à 14ª edição, o mesmo aspecto foi atrelado ao âmbito social. Publica-se no catálogo que o uso de matérias-primas mais baratas, como polipropileno e madeiras alternativas propiciam a criação de produtos economicamente acessíveis a diversas classes sociais, “mostrando que o design não é para poucos e pode chegar às camadas menos favorecidas.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2001, p. 108). Afirma-se que essa proposta está representada na maioria das categorias da edição, “desde mobiliário residencial, passando por iluminação e até equipamentos de construção.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2001, p. 150)

O arquiteto e crítico de design Claudio Ferlauto (2011), autor de **16º ao 20º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira**, articula relações em termos análogos. No texto de apresentação do livro-catálogo (intitulado 1986-2006: Vinte anos do Prêmio), assinala que, no período, o evento mudou de acordo com as alterações dos produtos inscritos e avaliados. As premiações das edições até o momento realizadas demonstraram, a seu ver (FERLAUTO, 2011 p. 11), “que a produção não pode estar desligada do ecológico e que há um estreito contato do design com a cultura de massa e seus consumidores.” Reforça que “As preocupações com a qualidade ambiental, há muito presentes no cuidado no uso da madeira, comparecem em projetos de cunho social (...) e, também projetos de alta tecnologia (...), que utilizam ‘o mínimo de recursos naturais em sua confecção.’” (FERLAUTO, 2011 p. 12).

No livro-catálogo **21º ao 25º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira**, os diretores do MCB, atualmente em exercício, Miriam Lerner e Giancarlo Latorraca, contam que no ano em que assumem seus cargos, em 2008, havia um ambiente favorável às novas realizações. Isso devido ao modelo eficiente das organizações sociais implantadas pelo Estado de São Paulo, permitindo o estabelecimento de orçamento dedicado ao Prêmio Design. Destacam que, simultaneamente, o design é “pauta de um debate que começava a considerar a eficiência da cadeia produtiva, a velocidade das inovações tecnológicas, a melhoria da qualidade de vida, a inserção

social e a acessibilidade.” (LERNER; LATORRACA, 2011, p. 8). Em suma, avaliam que

A premiação vivencia um processo contínuo de reflexão frente às novas realidades, em que o designer ganha papel de destaque na busca de soluções que possam atender as necessidades humanas em grande escala e no debate sobre o esgotamento dos recursos naturais. Caminha rumo ao olhar para a adequada utilização de matérias-primas, energias e materiais de reuso e à incorporação da atuação interdisciplinar exigida dos profissionais no cenário atual. (LERNER; LATORRACA, 2011, p. 8).

Ainda na mesma publicação, o designer e professor do Departamento de Arquitetura da FAU/USP, Giorgio Giorgi, assina o texto denominado **Tantos anos, um olhar**. Nele, explana, a partir da identificação de algumas recorrências, aquilo que define como eixos de atração em torno dos quais o discurso dos trabalhos premiados se constitui (GIORGI, 2011, p. 16). A seu ver, as recorrências correspondentes são:

(...) o resgate seguido da eventual atualização de referências culturais; a referência ao trabalho de mestres da profissão; o senso de humor; a experimentação tipológica; a exploração das possibilidades de diálogo com aspectos da sensibilidade contemporânea; a investigação no âmbito do binômio material/processo produtivo; atenção a hábitos e costumes dos destinatários; a recorrência à matriz artesanal; a engenhosidade estrutural e/ou mecânica das soluções propostas; a atenção a demandas específicas do público-alvo; e o rigor no desenho. Curiosamente, a questão ambiental, embora compareça enquanto intenção, parece ainda não ter recebido respostas providas de adequada consistência. (GIORGI, 2011, p. 16).

A observação crítica quanto a contradição entre intenção e efetivação no campo da responsabilidade ambiental corrobora e anuncia o conteúdo do texto sobre a 21ª edição, ocasião em que não há premiação atribuída às categorias de Equipamentos de Construção e Têxteis e Revestimentos. Segundo Giorgio Giorgi (2011, p. 20), o júri buscou preservar a inequívoca reputação alcançada pelo evento, atendo-se rigorosamente aos critérios de seleção estipulados pelo regulamento. Desse modo, está atento ao “descompasso entre o discurso e o resultado dos trabalhos julgados, particularmente no que se refere às questões relativas ao impacto ambiental e à sustentabilidade.” (GIORGI, 2011, p. 20). Apesar disso, o designer e professor julga que, no período sob análise, os projetos contemplados parecem desvencilhar-se da “traçoeira armadilha da contemplação do umbigo do designer, para a construção do diálogo com outro.” (GIORGI, 2011, p. 16).

Ao responder pelo texto **Design no Brasil: 1986-2016**, Maria Cecília Loschiavo (2016), filósofa e professora do Departamento de Design da FAU/USP, elenca também o papel social do design como tema central para uma abordagem histórica do Prêmio. No texto publicado em **30 anos: Prêmio Design MCB**, a autora parte da premissa de que, em geral, “A premiação nos permite reconhecer as qualidades, os valores e o potencial do design no atendimento das necessidades humanas.” (LOSCHIAVO, 2016, p. 94). Sob sua perspectiva,

Se o Brasil permanece socialmente desigual e ambientalmente problemático, o conjunto de projetos premiados mostra que o design se coloca como ferramenta de vanguarda para lidar com tais questões. A temática da redução da pobreza extrema, a do design para a saúde e a do design social ecoam entre alguns profissionais brasileiros participantes da premiação, retomando as ideias seminais da responsabilidade ética e social do designer. (LOSCHIAVO, 2016, p. 100).

Em primeiro lugar, Maria Cecília Loschiavo relaciona a responsabilidade ética e social do designer especialmente à convergência/divergência entre o design e o meio ambiente. De acordo com sua narrativa, tal dualidade promove profundas modificações em processos de projeto, sendo que, “a premiação do museu aponta trabalhos de profissionais e estudiosos comprometidos com a formação de uma consciência ecológica e com a racionalização do uso dos recursos naturais.” (LOSCHIAVO, 2016, p. 102). Reforça que ao longo dos três decênios analisados, a sustentabilidade se torna uma questão central da sociedade e a teoria, a prática e os métodos de estudo design sofrem longo processo de maturação, acompanhando a legislação ambiental brasileira. A seu ver, “A premiação evidencia essa trajetória, destacando as preocupações incipientes com os requisitos ambientais, nos anos 1980, para um maior engajamento do design contemporâneo.” (LOSCHIAVO, 2016, p. 106).

Ao examinar os textos assinados pela instituição museológica, por coordenadores de comissões julgadoras e jurados da categoria Produto, de edições mais recentes do Prêmio Design MCB, atestei referências ao engajamento do design contemporâneo, indicado por Maria Cecília Loschiavo (2016). A atitude é tratada, na maior parte do material, como a postura mais avançada, como aquela que representa o ponto alto do desenvolvimento histórico do design.

No catálogo pertinente ao 29º PD MCB, afirma-se que “Entre os produtos e protótipos, a comissão julgadora destacou os trabalhos que apresentaram

originalidade, inovação tecnológica e concepção formal, além de questões de universalidade e sustentabilidade, que hoje são imprescindíveis.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2015, p. 3). Em defesa do caráter indispensável de tais critérios, o coordenador do júri da categoria Produtos da edição, o arquiteto e urbanista, PhD em design de veículos, Artur Grisanti Mausbach, escreve,

Nesses 29 anos, *Design for the Real World*, de Victor Papanek, se tornou o livro de design mais lido do mundo. O necessário enfoque do prêmio em ‘promover a criação brasileira e incentivar profissionais empresas nacionais’, proposto pelo então diretor do Museu da Casa Brasileira, Roberto Duailibi, deixou de ser suficiente ou, pode-se dizer, foi contemplado nas proporções que nossa indústria e cultura conseguiram incorporar. Por outro lado, motivados pela urgência das questões ambientais, à maneira que nós entendemos e julgamos, o design mudou. Os critérios de avaliação dos produtos e protótipos inscritos no prêmio, além de considerarem originalidade, inovação tecnológica e concepção formal, colocam questões de universalidade e sustentabilidade hoje como imprescindíveis. Este movimento também é acompanhado pela vanguarda do design brasileiro, retratada pelo prêmio. Todavia, enquanto é clara nossa aproximação às questões ambientais, ainda é rara a inserção social do design quando se trata de atender, também, às camadas menos privilegiadas da população. (MAUSBACH, 2015, p. 28).

A indicação da obra de Victor Papanek é um recurso comum em abordagens narrativas de cunho sociopolítico. A historiadora do design, Isabel Campi (2015), concorda que o livro **Design for the Real World** pode ser considerado uma obra fundadora desse viés narrativo. É certo que, a seu ver, atualmente, o texto de 1971 pode ser considerado um tanto antiquado, mas sem dúvida, uma referência da cultura do design nas décadas que seguiram sua publicação, sendo o tom de manifesto alimento para a ideologia de milhares de designers (CAMPI, 2015). A falta de erudição presente na obra de Papanek converte-se em mérito, segundo a análise da pesquisadora, pois a linguagem livre de jargões marxistas viabiliza uma aproximação com a linguagem dos designers de produto, especialmente os mais jovens. Isabel Campi (2015) conta que o escritor-designer viajava muito, trabalhava com organizações internacionais e, ao contemplar o tema desenvolvimento, conseguiu sintonizar estudantes de design do mundo todo com uma nova ética do design. A historiadora considera igualmente relevante, para compreender a importância da obra como fundacional de narrativas teóricas e históricas do design subsequentes, o fato de que Victor Papanek, em sua maturidade, trabalhou em muitas universidades e entrou em contato com diversos movimentos estudantis dos anos 1960 e 1970. A vida acadêmica assegurou o contato com um ambiente cultural receptivo, caracterizado

pelo apoio aos movimentos por direitos civis, o anticonsumo, o ecologismo, acessibilidade e justiça social. Nesse cenário, ainda de acordo com Isabel Campi (2015), Papanek construiu uma crítica negativa ao design orientado para o mercado, acusando-o de converter-se em perigoso exercício de cosmética.

Para Victor Margolin (2015), no entanto, é justamente este o ponto principal que explica o envelhecimento das ideias de Papanek e sua inadequação às discussões teóricas acerca do design, especialmente a partir da última década do século XX. No artigo **Design e desenvolvimento: mapeamento do contexto**, o historiador do design defende que o

(...) o processo de desenvolvimento é agora muito mais complexo do que era depois da Segunda Guerra Mundial quando a demarcação de nações em Primeiro, Segundo, e Terceiro Mundos determinava a dinâmica de crescimento da economia internacional e da promoção social. Há, atualmente, muito mais atores no processo, que se estendem desde as milhares de ONGs, as agências das Nações Unidas, governos, universidades, corporações multinacionais e redes internacionais de ativistas. (MARGOLIN, 2015, p. 16).

Por isso, a concepção de design para o desenvolvimento instaurada por Papanek, apesar de associada a projetos de mão de obra intensiva, de baixa tecnologia, relacionados às necessidades de sobrevivência de comunidades periféricas, é uma contribuição estratégica limitada. (MARGOLIN, 2015, p. 17). Sob a perspectiva de Victor Margolin, a abordagem de Victor Papanek, acolhida por muitos designers no âmbito do design para o desenvolvimento, corresponde muito mais a um aspecto específico do planejamento social, conservado em grande parte pelo terceiro setor, composto principalmente de organizações locais e internacionais dedicadas à promoção social, incluindo a redução da pobreza (MARGOLIN, 2015, p. 24). É iminente, todavia, a expansão desse certame, de modo que o design possa atender as necessidades dos países em desenvolvimento de maneiras profundamente significativas, por meio de intervenções que variem de consultoria para empresas de pequeno porte até as mais sofisticadas formas de transferência de ciência e tecnologia (MARGOLIN, 2015, p. 27-28). Segundo ele, é o momento de considerar o “modelo polifásico mais abrangente de Gui Bonsiepe, a fim de abordar de maneira mais ampla a vasta gama de complexos fatores que determinam as possibilidades de desenvolvimento no âmbito da economia global em evolução.” (MARGOLIN, 2015, p. 27-28).

No referido modelo proposto pelo designer Gui Bonsiepe, o mercado não é simplesmente condenado ou excluído, pois está em consonância com a ideia de que o design deve desempenhar vários papéis no processo de desenvolvimento. Não há, para Victor Margolin (2015, p. 24), o “frequente reforço da ideia de satisfação de necessidades básicas, embora também tenha reconhecido a importância destas.” Ainda de acordo com ele, se a forma como Victor Papanek descreve o design no mundo em desenvolvimento, em 1971, for comparada ao modo como o designer Gui Bonsiepe pensa o mesmo tópico em 1991, fica evidente a inserção de “mais oportunidades para intervenção do design em diferentes setores da economia.” (MARGOLIN, 2015, p. 23). Victor Margolin refere-se especialmente a um capítulo sobre o design em países em vias de desenvolvimento para a obra em três volumes **History of industrial design** (publicada pela Electa em Milão). Destaca que neste texto, Gui Bonsiepe alinha claramente design e indústria, defendendo que a escrita de uma história bem fundamentada e detalhada do design industrial na periferia da civilização moderna depende de historiadores que construam um retrato do desenvolvimento industrial abrangente, envolvendo os domínios do negócio, do comércio, da ciência, da tecnologia e, sobretudo, da vida cotidiana da sociedade (MARGOLIN, 2015, p. 21). Para desenvolver seu argumento, Gui Bonsiepe articula exemplos de design a partir do que nomeia como países periféricos, principalmente Brasil e Índia. Segundo Victor Margolin (2015, p. 23-24), ao produzir a abordagem teórica em questão, o designer contempla países que têm desenvolvido fortes setores de produção, mesmo em condições de pobreza mais primárias.

Ao se posicionar sobre os resultados do 29º PD MCB, o coordenador da comissão julgadora da categoria Produtos, Artur Grisanti Mausbach (2018), demonstra uma filia maior pelo questionamento de potencialidades do mercado, instituída por Victor Papanek, nos termos de Isabel Campi (2015). Por outro lado, a abordagem do papel social do design no Prêmio Design MCB, envolve afirmação constante do caráter indispensável da produção industrial e da viabilidade mercadológica para o design contemporâneo no Brasil, assim como reforça Victor Margolin (2015), a partir da produção teórica do designer alemão Gui Bonsiepe.

Ao analisar os textos descritivos dos produtos laureados no 29º PD MCB, disponíveis no espaço expositivo e no catálogo do evento, identifiquei que a contradição entre a crítica restritiva, emitida pelo coordenador da comissão julgadora, e o que se diz sobre os produtos laureados, constitui uma tensão entre versões acerca da

responsabilidade e alcance do design, pode ser apreendida acerca da categoria Mobiliário. A amostragem examinada, é a que menos apresenta aderência aos critérios “inserção social do design” e preocupação com as “camadas menos privilegiadas da população”, pontuadas por Artur Grisanti Mausbach (2015), dentre as demais categorias da premiação.

Mobiliário é a categoria de maior prestígio no Prêmio Design MCB, inclusive porque é aquela que recebe o maior número de inscrições desde a criação do evento. O historiador Marcos da Costa Braga (2016) lembra que as categorias mais tradicionais como Móveis e Equipamentos Domésticos passaram por contundentes mudanças conceituais ao longo das edições. Segundo a pesquisadora Maria Cecília Loschiavo (2016), o período entre os anos de 1986 e 2016, “representa significativa evolução da presença brasileira no cenário internacional do design de mobiliário.” (LOSCHIAVO, 2016, p. 110). A seu ver, o evento do MCB valoriza “uma produção plural no emprego de técnicas e de materiais, móveis que recuperam a força do design vernacular; peças com alto nível de liberdade conceitual e artisticidade, móveis que apresentam a faceta de um design como especulação para espaços transformados” (LOSCHIAVO, 2016, p. 110).

Contudo, as cadeiras e bancos premiados no 29º PD MCB, restringem-se ao espaço doméstico. Os móveis são descritos de forma a exaltar qualidades formais e construtivas, sendo obliteradas, inclusive, possíveis preocupações ecológicas, relacionadas ao emprego sustentável da madeira; aspecto recorrente na premiação, segundo as abordagens retrospectivas apresentadas nos livros-catálogo. Sobre o Banco Ratoeira, laureado com o 1º lugar da categoria Mobiliário diz que,

O desenho deste banco evoca simplicidade e eficiência de produção industrial. O produto é elegante e o uso da madeira no assento com formas arredondadas e acabamento superficial tornam-no bastante confortável; os pés metálicos pretos com o princípio de travamento deixam o desenho limpo e simples. De fácil produção, sua construção revela-se uma solução inteligente, empregando-se poucas peças e operações de montagem. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2015, p. 53).

O segundo lugar da mesma categoria, na mesma edição, corresponde ao produto denominado Frida, descrito como

Banco e mesa lateral muito bem resolvidos, cuja linguagem revela simplicidade e resultado estético agradável. Apresentam configuração e solução de montagem eficientes e explicitadas tanto pelo desenho de seus

componentes e encaixes quanto pelo uso de cores, tornando o produto prático para transporte em embalagem compacta e para montagem pelo próprio usuário. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2015, p. 54).

Na edição subsequente, o designer Marcelo Oliveira, coordenador do Curso de Design da Universidade Mackenzie, foi o responsável pela comissão julgadora das categorias de Produto. Assim como seu colega e antecessor, assinou texto sobre o processo seletivo e os resultados do 30º PD MCB. Nele, afirmou que “O corpo de jurados atuou de maneira dedicada nas duas etapas de análise, procurando investigar questões de projeto, de mercado e os resultados alcançados, sem perder de vista preocupações ambientais, de economia e de preservação de recursos.” (OLIVEIRA, 2016, p. 16). A partir desses critérios, exaltou que, “com relação às mudanças sociais que estão acontecendo aqui pelas terras tupiniquins, não poderíamos deixar de destacar que as atenções estão voltadas para os transportes coletivos e alternativos”. Avaliou que, exemplares presentes na edição parecem indicar “que enfim estamos acordando para a realidade do transporte mobilidade, sobretudo nas capitais do nosso país.” (OLIVEIRA, 2016, p. 16).

Ainda no mesmo texto, Marcelo Oliveira tece comentários gerais sobre as características principais de premiados nas categorias Utensílios e Eletrônicos. Julga que “o design nessas áreas é muito tímido e alguns projetos sem a necessária contribuição e discussão para a quebra de paradigmas.” (OLIVEIRA, 2016, p. 16). Sobre a categoria Mobiliário, entretanto, não faz qualquer referência.

Os jurados dessa categoria, Daniel Candia Alcântara de Oliveira, Edison Barone e Mauro Claro, defendem que o design de mobiliário é afetado por “tempos regidos pelas mídias eletrônicas, que por sua vez impõe uma cultura da imagem em detrimento dos conteúdos.” Nesse sentido, a originalidade formal é comprometida, e por consequência, o júri adota “como critério a qualidade projetual e racionalidade no uso dos materiais que implicam diretamente na qualidade de uma estética contemporânea que, entende-se, deva estar em sintonia com aspectos ambientais e sociais – embora, destes últimos, os projetos aqui apresentados pouco revelem.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2016, p. 42).

Apesar da recorrente pouca representatividade indicada pelo júri, na edição específica, encontra-se um produto classificado como Menção Honrosa, descrito de modo a contemplar questões de sociabilidade urbana. Sobre o artefato laureado chamado Montanha, diz que

Com valores semânticos marcantes, o produto corresponde às expectativas de relevância social tão pouco exploradas em nosso país. Um produto para todos, crianças e também adultos, um mobiliário de caráter urbano onde as pessoas podem brincar, e interagir, socializar ou simplesmente recostar-se para um descanso. O cuidado com a cidade é dever de todo cidadão, e uma cidade bonita, com equipamentos úteis e bem desenhados é um bom ponto de partida para isso. Os tipos de madeiras diferentes por suas cores, desenho da fibra e sobretudo pela diferente proveniência, parecem querer simbolizar a diversidade da nossa população. Mais do que isso, o produto pode por sua natureza de uso nas ruas e parques da cidade, promover a integração das pessoas. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2016, p. 47).

Na legenda que acompanha esse texto descritivo, publicado no catálogo do 30º PD MCB, a autoria de Montanha corresponde ao escritório Erê Lab, indicado também como o responsável pela produção do produto. Na mesma página, há uma diminuta imagem em preto e branco, servindo como referência para a aparência do mobiliário, distinto entre seus pares.

O Erê Lab não está representado no 31º PD MCB. O discurso dos jurados muda de tom e, diferentemente da edição anterior, o júri vincula questões de desenvolvimento social ao mercado. Os responsáveis pela premiação da categoria Mobiliário, composto novamente por Daniel Candia Alcântara de Oliveira e Mauro Claro, com a adição de Daniel Nishiwaki e Ricardo Rangel, justificam a seleção argumentando que

Nosso país vive, sem dúvida, um momento único em sua história. A grave crise política e econômica traz à tona a discussão sobre a transformação dos valores da sociedade brasileira. (...) Precisamos usar toda a nossa criatividade, fazer mais com menos para quebrar esse círculo vicioso e agregar valor à nossa produção. Precisamos de design em toda sua competência. Precisamos do design que gera empregos, do design que gera resultado (aliado à engenharia, a tecnologia e a qualidade), do design pragmático, do design estratégico, do design comercial e competitivo, para o mercado interno e exportação. Precisamos de um design maior que os problemas a solucionar. Nesse sentido, mesmo que todas as formas de expressão do design sejam importantes, não é relevante para o momento o design amador, individual, sem processos e desvinculado do mercado. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2017, p. 61).

O primeiro lugar da edição é atribuído à cadeira C66, avaliada pelo júri como “um claro exemplo de como o design pode fazer mais com menos”, de como o investimento em “soluções criativas pode reduzir os custos ou mesmo os paradigmas dos construtivos de determinado produto, permitindo que uma faixa mais ampla do mercado tenha acesso a objetos de qualidade.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA,

2017, p. 63). Na edição, os jurados definiram dois segundos lugares, mais duas cadeiras de uso em espaço privado e prioritariamente doméstico. Ao comparar os dois produtos, eles explicam que a diferença de posição mercadológica (sendo a segunda cadeira destinada a um público mais amplo) não impede que ambas possuam “características que tornam o design um modelo de negócios importante para a economia brasileira, agregam valor à produção e criam condições para um ciclo virtuoso de investimento.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2017, p. 65). A cadeira Celine é referenciada como “Claramente voltada para o mercado de alto padrão” e “poderia ser confundida com um produto produzido artesanalmente pela sua forma escultural”, enquanto a cadeira Serelepe é descrita como “uma cadeira multiuso totalmente em material plástico, com ótima solução de ergonomia e design” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2017, p. 65). O júri aponta que as diferenças convergem, contudo, para a diversidade da produção industrial brasileira, sendo os dois produtos “ótimos exemplares, que podem, além de conquistar o mercado nacional, também contribuir com a internacionalização do design brasileiro.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2017, p. 65).

5.2 DA SELEÇÃO À ABERTURA DO 32º PRÊMIO DESIGN MCB

A categoria mais tradicional da premiação, de acordo com o regulamento do 32º Prêmio Design MCB, “abrange mobiliário para casa, escritório ou uso público, tais como (mas não apenas): cadeiras, camas, mesas, bancos, poltronas, sofás, armários, estantes, aparadores, racks, gaveteiros e pufes.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018, p.3). Segundo Levi Girardi, coordenador das comissões julgadoras das categorias de Produtos da edição,

As categorias ‘Iluminação’ e ‘Mobiliário’ têm historicamente as maiores representatividades em número de inscrições e estabilidade na sua boa qualidade, e assim se mantiveram. Mas vale marcar um ponto de atenção para a categoria ‘Mobiliário’, que, mesmo com mais de 50% das inscrições, teve um número reduzido de produtos aptos a participarem da exposição, na visão dos jurados. (GIRARDI, 2018, p. 16).

Os membros da comissão julgadora responsáveis pela categoria, divulgados oficialmente no *site* do MCB em 26 de julho de 2018, foram Barão di Sarno, Marieta Ferber, Sergio Fahrer e Teresa Riccetti. O documento de divulgação apresenta Barão

di Sarno como graduado em Design e pós-graduado em Design Estratégico pelo Instituto Europeu de Design. Ressalta ainda que, como sócio fundador da Questto|Nó, o designer recebeu mais de 160 prêmios. O seu envolvimento com estratégias de ocupação de espaços públicos por meio do desenvolvimento de mobiliários públicos temporários e novas formas de moradia coletivas, *co-housings*, *opensource*, é também mencionado (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018e).

Sobre Marieta Ferber, graduada em Desenho Industrial pela FAAP-SP, destaca-se a participação no desenvolvimento de projetos de móveis e arquitetura em madeira no Atelier Carlos Motta, e no escritório Brasil Arquitetura/ Marcenaria Baraúna, discípulos de Lina Bo Bardi. A designer é apresentada como criadora das marcas de produtos e mobiliário Asa Estúdio e a Boa Design, e designer premiada pelo Museu da Casa Brasileira e pela Movesp/Salão do Design do Móvel Brasileiro (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018e).

Sergio Fahrer é remarcado como designer de mobiliário há 20 anos, tendo o trabalho reconhecido por evidenciar formas e linhas orgânicas. Segundo o texto de divulgação publicado no *site*, ele é pioneiro no uso de matérias-primas certificadas e no fomento ao manejo sustentável da madeira no Brasil (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018e). São mencionados como relevantes igualmente trabalhos para espaços públicos e para cenografia de programas de TV. Assim como se faz sobre os demais, indica-se as premiações do designer, correspondendo ao prêmio Idea Objeto Brasil, Cempre, Planeta Casa, IF Design Award e IDFX Design. Por fim, referencia-se a autoria em peças expostas em Bienais Brasileiras de Design, Museu da Casa Brasileira, Salone del Mobile de Milano, ICFF/NY, Foundation Le Corbusier/Paris, Brasil S/A Milão, MOMA e Guggenheim/NY, 100% Design/Londres (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018e).

A jurada da categoria Mobiliário, Teresa Riccetti, é apresentada como Doutora em Ciências pela Unifesp, Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo e Bacharel em Desenho Industrial pela Fundação Armando Alvares Penteado. Pontua-se que, como docente e pesquisadora da Universidade Presbiteriana Mackenzie, no curso de Design, contempla os temas de mobiliário, ambiente doméstico e equipamento doméstico. A professora pesquisadora é também situada como integrante da equipe de designers do Laboratório Brasileiro de Design (LBDI/CNPq), criado em Florianópolis, em 1984 (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018e).

No catálogo específico do 32º PD MCB há uma imagem fotográfica dos quatro jurados conversando, sentados nas cadeiras em avaliação (FIGURA 95). Na imagem, na parte superior, Marieta fala e gesticula enquanto Barão di Sarno, à esquerda, a observa. Teresa Riccetti aparece também falando, na extremidade direita da imagem, enquanto Sérgio mostra-se voltado para ela atentamente. O momento registrado e publicado corresponde à fase presencial do processo seletivo, a última delas em que as definições foram coletivas.

FIGURA 95 - JURADOS DA CATEGORIA MOBILIÁRIO DURANTE A SEGUNDA FASE DE SELEÇÃO



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018a).

Segundo os jurados, em texto publicado no mesmo catálogo,

A categoria 'Mobiliário' do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira é uma referência no campo do design moveleiro, atribuindo validação de qualidade ao design dos produtos e protótipos selecionados. Cientes da nossa responsabilidade, nós da comissão julgadora estabelecemos os quesitos de avaliação que julgamos mais importantes para os produtos e protótipos inscritos nessa categoria. Conceito, desenho, criatividade, originalidade e ergonomia aliados a soluções construtivas e tecnológicas foram os balizadores de nossa seleção. Além do tradicional segmento residencial, procuramos dar atenção aos projetos direcionados às áreas do mobiliário social e institucional com o intuito de fomentar futuros projetos de ação social, coletiva, educacional e até mesmo o 'faça você mesmo' (DIY). Almejamos que a 32ª edição do Prêmio contribua ainda mais para que a melhoria e a eficiência dos produtos nacionais atraiam a atenção de grandes

empresas e grupos para o design brasileiro. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 65).

Em depoimento a mim concedido, em maio de 2019, a jurada Teresa Riccetti reforçou os aspectos mencionados nos textos oficiais da exposição, assinados pela comissão julgadora da qual fez parte. Destacou o vínculo de todos os jurados com a área específica do mobiliário, salientando o quanto a definição dos quatro por Levi Girardi foi profícua, permitindo a articulação de conhecimentos da área acadêmica, do mercado e da prática projetual. A seu ver, o “entrosamento foi bem interessante” (RICCETTI, 2019). A designer, professora e pesquisadora reafirmou que, para a classificação e premiação de fato, os jurados consideraram a área do mobiliário social, institucional, além do mobiliário doméstico. A intenção, segundo ela, foi “fomentar, propiciar, esse novo caminho que se agrega ao Prêmio na categoria mobiliário” (RICCETTI, 2019).

As discussões na fase presencial do processo de seleção deveram-se, segundo a jurada, a certa incompatibilidade entre o apelo social e a inovação formal. O debate, a seu ver, relacionou-se com o envolvimento próprio de cada um dos membros com o mobiliário, ao perfil de cada um. Teresa Riccetti contou que enquanto Barão, o mais jovem, defendeu seus interesses por baixa tecnologia, pelo faça-você-mesmo, Sérgio primou pela criatividade e pelo processo produtivo. Ela indicou que sua relação com a pesquisa, com a academia, permitiu uma mistura desses aspectos, mas confessou a tendência em privilegiar certa sofisticação estética, primando também pelas possibilidades de interação com o mobiliário (RICCETTI, 2019).

A discussão do júri sobre a cadeira Jataí exemplifica o debate, de acordo com Teresa Riccetti. A jurada contou que, a partir de uma perspectiva morfológica, o produto foi considerado muito parecido com um projeto americano, produzido em rotomoldagem. O sistema produtivo, entretanto, encarece o produto, inviabilizando-o para o alcance de escolas no Brasil. O projeto da empresa paulista Maqmóveis aposta na baixa tecnologia, na serralheria, tendo em vista um custo muito menor de produção e uma reprodução mais ostensiva. Em suas palavras, “o final a gente entrou em consensos” e o impasse foi resolvido com a atribuição de uma menção honrosa. Ainda segundo ela, o objetivo foi enfatizar o bom produto também na área do design social, da educação (RICCETTI, 2019).

Além da cadeira Jataí, os módulos Colmeia, o Buffet Aero e o Espelho Loop receberam Menção Honrosa. O item 10.2.2 do regulamento do 32º PD MCB vetou a

“premiação em valores monetários para o segundo e terceiro lugar de cada categoria ou modalidade, assim como para as menções honrosas.” (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018). O produto que recebeu soma em dinheiro, assim como os dois que contaram com prestígio da colocação superior, não estão vinculados ao âmbito do design social e/ou educação, pontuados pela jurada.

Sobre a grande vencedora, assinada pelo escritório Indio da Costa A.U.D.T., publica-se que,

A Cadeira AVA tem na madeira sua principal matéria-prima. A linguagem da peça é tecno-orgânica pela união de tecnologia digital e do ‘feito à mão’, resultando em apurada ergonomia. Os pontos de encontro entre a estrutura, o assento e o encosto, logrados por meio da usinagem, criam fluidez nas linhas e nos contornos, alinhados aos desenhos das madeiras. O resultado disso é, também, de grande precisão na execução. A tridimensionalidade da poltrona é um jogo entre espessuras reveladas e encaixes. Isso, aliado à técnica de construção que faz bom aproveitamento da madeira e resulta em forte estruturação (finger jointing), chama a atenção de quem observa a peça, para além de reconhecê-la como mobiliário. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 67).

A ênfase na qualidade da matéria-prima e o primor construtivo foram igualmente reforçados acerca do produto considerado como o 2º lugar. Em contrapartida, a descrição do mesmo enfocou menos os efeitos estéticos e mais as possibilidades de uso da peça. Sobre o produto, assinado por designer oriundo de Fortaleza, explica-se que

O Mandacaru não é somente um mancebo, é um móvel contemporâneo multifuncional de viés “fun”: é cabideiro, mesa, banco e/ou luminária a depender dos acessórios. A possibilidade de combinar os três acessórios à peça e as mudanças de posição viabilizadas pelo sistema de encaixes sem parafusos o tornam perfeito para as diferentes formas contemporâneas de morar. A peça é feita integralmente em madeira, trabalhada nos moldes clássicos de marcenaria, valorizando encaixes puros e, conseqüentemente, a interação do usuário com a peça. A variação do acabamento, ebanizado ou em diferentes madeiras brasileiras, dá maior personalidade ao Mandacaru. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 68).

O texto descritivo sobre a cadeira Jataí, destacada pela jurada Teresa Riccetti, cuja Menção Honrosa remete ao debate empreendido pelo júri, é mais sucinto do que os dois aqui transcritos anteriormente. A descrição do produto, assinado pelo escritório paulistano José Machado Design, é iniciada com o termo “educação”, sendo as características de produção indicadas como o cerne de seu caráter social:

A educação está passando por um processo de modernização e, para acompanhar esta transformação, os mobiliários dos ambientes de ensino precisam ser mais dinâmicos. A Cadeira Jataí tem como diferencial oferecer ao mercado nacional uma alternativa com custo competitivo e a mesma funcionalidade de algumas peças internacionais que chegam ao Brasil com custo inviável. Para obter esse resultado, ela é feita em multilaminado, como as cadeiras universitárias brasileiras convencionais. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 69).

Os jurados encontraram-se com os designers participantes na abertura da exposição da edição e têm a oportunidade de sustentar os argumentos, em mais uma ocasião, além daquela dedicada ao processo seletivo. O *site* do MCB dedica uma publicação específica sobre o evento de 10 de novembro de 2018, divulgando um conjunto de imagens¹⁷ que enfocam, junto aos produtos expostos, interações entre designers participantes, jurados e demais envolvidos.

FIGURA 96 - HALL E ENTRADA DA EXPOSIÇÃO NO DIA DE SUA ABERTURA



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018d).

¹⁷ Por meio das fotografias selecionadas como registro e divulgação da abertura, percebo relações de escala antes mesmo de visitar a exposição propriamente em janeiro de 2019. Além disso, atento para a atitude das pessoas contempladas pelo fotógrafo, considerando o fato de que alguns meses depois, eu estaria no espaço expositivo com a intenção de observar visitantes espontâneos.

A primeira foto da sequência publicada no *site* da instituição museológica, em 12 de novembro de 2018, foi feita a partir do *hall* do MCB, destacando o nome do evento e o recorte da ilustração de Celso Hartkopf (FIGURA 96). A porta da sala central localiza-se justamente no centro da imagem, mostrando pessoas no espaço interno junto aos produtos expostos.

No primeiro plano, rente à entrada da exposição, duas figuras se destacam. Um homem gesticula e parece conversar com a orientadora de público ao seu lado. Próxima aos dois está uma mulher postada diante da cadeira AVA (1º lugar da categoria Mobiliário), que olha para a direita parecendo não observar diretamente o produto que está diante de si. No plano subsequente, o barco Game Fish (1º lugar da categoria Transportes) é evidenciado, sendo que as demais pessoas presentes na fotografia aparecem atrás dele.

No fundo da mesma foto, através da porta aberta, é possível vislumbrar o toldo do pátio e o Jardim do MCB. O mancebo Rafa (2º lugar entre os Protótipos da categoria Mobiliário) entrecorta o plano, emoldurado pela abertura em sua condição de suspensão. A cadeira LEP (Selecionado) aparece quase por completo, igualmente suspensa sob eixo inclinado, enquanto somente fragmentos de outros produtos são discerníveis.

Ainda considerando como espaço o *hall* do Museu, publicou-se imagem mostrando autoridades do evento. Da esquerda para a direita, foram fotografados lado a lado, Giancarlo Latorraca (diretor técnico do MCB), Cibele Haddad Taralli (coordenadora da comissão julgadora da categoria Trabalho Escritos), Gal Oppido (coordenadora da comissão julgadora do Concurso do Cartaz), Miriam Lerner (diretora do MCB) e Levi Girardi (coordenador das comissões julgadoras das categorias de Produto) (FIGURA 97). As cinco pessoas aparecem diante do recorte da ilustração de Celso Hartkopf adesivado em painel de fundo branco. Acima de seus corpos ressalta-se a cabeça da figura humana ilustrada, representada por formas retangulares em vermelho, azul e amarelo. De maneira sutil, no lado esquerdo da imagem é possível ver fragmentos de produtos expostos dentro da sala central: a cadeira Jataí (Menção Honrosa na categoria Mobiliário), a máquina de lavar Double Wash (1º lugar da categoria Eletrônicos), a bicicleta versa (1º lugar na categoria Transportes).

FIGURA 97 - DIRETORES E COORDENADORES DAS COMISSÕES JULGADORAS



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018d).

Imagens que compõem a postagem sobre a abertura da exposição do 32º Prêmio Design MCB revelam aspectos da relação entre as atividades do evento e a expografia. As imagens atestam o encontro aberto com a comissão julgadora e o lançamento de livros. Cadeiras vermelhas e amarelas, em respeito à paleta cromática da 32ª edição, aparecem lado a lado (FIGURA 98), rentes aos painéis brancos que dão suporte a um monitor de TV de aproximadamente sessenta polegadas. Nele mostra-se imagem da capa do livro lançado, os nomes dos autores e do mediador da conversa (FIGURA 99).

FIGURA 98 - LAYOUT PARA LANÇAMENTO DE LIVROS NA EXPOSIÇÃO



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018d).

FIGURA 99 - USO DE MONITOR PARA LANÇAMENTO DE LIVRO NA EXPOSIÇÃO



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018d).

A feira de publicações especializadas em arquitetura e design, mencionada no texto da postagem, foi também contemplada (FIGURA 100). Ao observar a fotografia correspondente, e a partir de conhecimento prévio do MCB, reconheço que a feira ocorreu no pátio externo. As portas das salas não foram, portanto, uma barreira durante o evento, permitindo uma comunicação da exposição com o espaço que circunda o edifício, favorecendo o acesso ao Jardim.

FIGURA 100 - FEIRA DE PUBLICAÇÕES DE ARQUITETURA E DESIGN



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018d).

A relação da expografia com os visitantes foi enfatizada na imagem que mostra a sala dedicada às categorias Têxteis, Construção e Utensílios (FIGURA 101). Nela, aparecem três mulheres e uma criança, rodeadas de produtos ao alcance das mãos e dos olhos. As visitantes parecem conversar entre si, e não estão olhando ou apontando para os artefatos que as cercam. A criança, de aproximadamente 5 anos, está muito próxima a uma delas, com uma das mãos na boca, como quem busca proteção ou tem a mobilidade limitada pela provável mãe. O enquadramento fotográfico valoriza o efeito de flutuação proporcionado pelos cabos transparentes que sustentam os artefatos em exposição. Por meio da sobreposição de planos, uma das figuras femininas aparece atrás de itens da categoria Utensílios (a garrafa térmica

selecionada e o *cooler* classificado como 1º lugar).¹⁸ Não deixo também de remarcar a possibilidade de o destaque para os artefatos premiados ter sido o critério de seleção e inserção da imagem. Além disso, noto que a fotografia exalta a suspensão dos produtos como a principal atração da exposição em detrimento da referenciação de detalhes dos mesmos.

FIGURA 101 - VISITANTES NA ABERTURA DA EXPOSIÇÃO



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018d).

Em outra imagem, publicada na mesma postagem, um número maior de visitantes é registrado (FIGURA 102). Há vários deles voltados para os retângulos coloridos fixados nas paredes, demonstrando o ato de ler os conteúdos. Uma das visitantes aponta o celular para os dados ali disponíveis como quem fotografa ou filma algo. Nessa imagem, devido ao enquadramento, um artefato de cor quase igual a do piso aparece em primeiro plano. Corresponde ao conjunto de módulos hexagonais denominado como Colmeia (que assim como a cadeira Jataí, é classificado como Menção Honrosa na categoria Mobiliário).

¹⁸ Infiro que o resultado do enquadramento foi importante para a seleção da foto, à revelia do fato de a mulher atrás dos produtos suspensos ter sido flagrada com os olhos fechados.

FIGURA 102 - VISITANTES NA ABERTURA DA EXPOSIÇÃO



FONTE: MUSEU DA CASA BRASILEIRA (2018d).

Na página 70 do catálogo do 32º PD MCB, o mesmo produto é apresentado em uso. Na fotografia, disponibilizada pelos designers durante o processo de inscrição, adequada à publicação do MCB (creditada à Nathalie Toledo), há duas crianças sobre várias unidades dos módulos. Ambas estão sem sapatos, em movimento, jogando uma bola com os pés (FIGURA 103). Já no espaço expositivo do Museu foram postados somente dois módulos de Colmeia que, ao menos no momento selecionado pela foto de divulgação, são ignorados pelos visitantes participantes da abertura.

FIGURA 103 - COLMEIA NO CATÁLOGO DO 32º PD MCB



FONTE: MCB (2018a).

5.3 COLMEIA NA SALA DE EXPOSIÇÃO

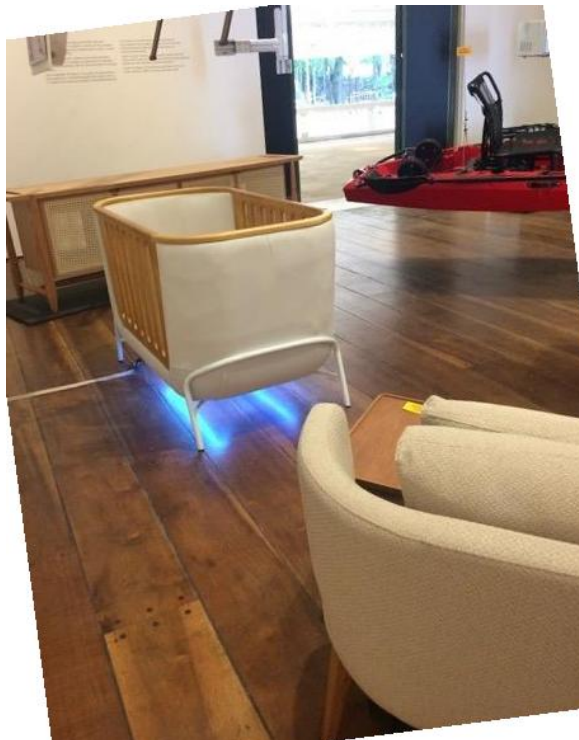
Durante os momentos que permaneci no espaço expositivo do 32º PD MCB tive a oportunidade de observar a reação de algumas crianças à exposição. Conduzidas por responsável, avó, mãe, pai, as crianças passaram pouco tempo em relação com os produtos. Assim como a maioria dos visitantes que atestei, estavam no Museu com a família para almoçar no Restaurante Santinho. A passagem pela exposição mostrou-se uma alternativa de distração usada pelos adultos, até porque a elevada temperatura dos dias de janeiro deixava o Jardim do antigo solar menos propício para os pequenos. As crianças que passaram pela exposição aparentavam ter entre 3 e 5 anos, assim como aquela que aparece na fotografia na postagem sobre a abertura da exposição (FIGURA 101). Presenciei, no espaço expositivo, uma mulher dizendo para a criança em sua companhia: “Olha a cadeira voando!” E a pequena

complementando: “Não tem corda!”. Observei um senhor, com um menino no colo dizer: “Olha a cadeira lá em cima! Você quer sentar lá?” O menino olhou e sorriu, demonstrando interesse pela proposta do homem adulto.

No dia 19 de janeiro de 2019, por volta do meio-dia, um menino de aproximadamente 4 anos entrou na sala da exposição de mãos dadas com uma jovem mulher. A criança movimentava-se agilmente e aproximou-se de alguns artefatos suspensos. A provável mãe logo percebeu a apreensão do orientador de público presente na sala e disse “Pelo visto não querem criança aqui”, deixando o espaço imediatamente. No dia seguinte, uma situação muito semelhante ocorreu. Um menino de aproximadamente 3 anos entrou na sala principal puxando uma mulher jovem pela mão. Aproximou-se incisivamente dos módulos Colmeia subindo rapidamente sobre um deles. Então, a mãe agora foi quem o puxou e disse: “Não é para subir! Essa exposição não é para criança.”

Ao visitar consecutivamente o espaço expositivo, constatei que o Colmeia, assim como o berço Womb (Selecionado na subcategoria Protótipo), foi disposto diretamente no solo do museu (FIGURA 104). Não houve o uso de estruturas discretas de sustentação, pintadas de preto, presentes na apresentação de outros produtos presentes na mesma sala, como a máquina de lavar e a geladeira. Além disso, Colmeia foi o único isento, dentre aqueles não suspensos, da etiqueta amarela com o texto “Por favor, não toque!” (FIGURA 105, FIGURA 106).

FIGURA 104 - BERÇO WOMB EM EXPOSIÇÃO



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 105 - COLMEIA EM EXPOSIÇÃO



FONTE: A autora (2019).

FIGURA 106 - COLMEIA EM EXPOSIÇÃO (2)



FONTE: A autora (2019).

O texto sobre o produto ganhador de Menção Honrosa na categoria Mobiliário, disponível no catálogo e na ficha colorida fixada no painel branco (FIGURA 107), enfatiza igualmente questões de uso por crianças:

Os módulos hexagonais Colmeia possuem diferentes alturas e angulações que se agrupam formando toda sorte de configurações, atendendo a inúmeras funções como mobiliário para espaços públicos de convivência. Ludicidade é sua principal característica, e ao ser usado como equipamento de brincar pode se tornar palco, percurso de aventuras, arquibancada, piscina de bolinhas, rodas de reunião e até mobília de descanso. A inteligente geometria usada pelas abelhas se aplica aqui também de forma esperta, universal e organizada, propondo para crianças de diferentes idades a exploração dos movimentos do corpo no espaço e a liberdade para novas brincadeiras e atividades. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2018a, p. 70).

FIGURA 107 - FICHAS COM TEXTOS DESCRITIVOS



FONTE: A autora (2019).

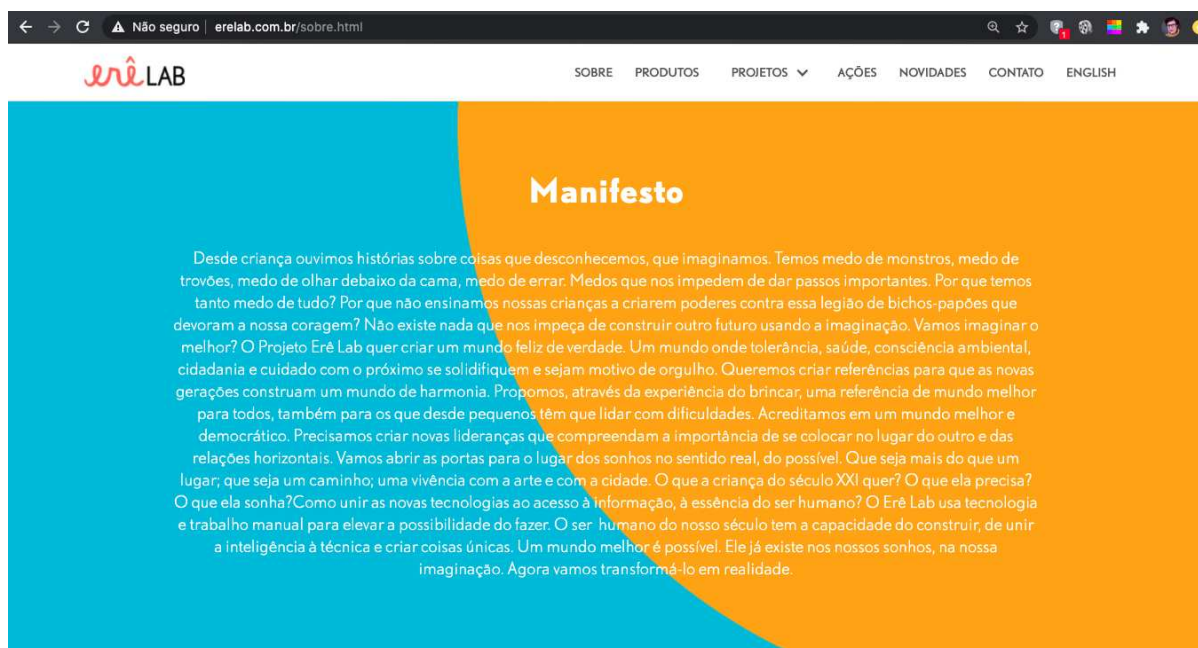
No espaço público dentro do MCB, em contrapartida, Colmeia deixou de funcionar como equipamento de brincar. A expografia apresentou as características visuais do produto: as diferentes alturas e angulações, a concepção geométrica e a possibilidade de disposição organizada. Contudo, não o ofereceu como palco ou percurso de aventuras, como assim indica o texto descritivo oferecido aos visitantes. O movimento corporal e a liberdade de novas brincadeiras foram interditados pela condição de produto em exposição. Certa sociabilidade, por tanto, inspirada no comportamento de abelhas e fulcral como conceito do projeto, foi vetada na área interna do MCB.

5.4 COLMEIA E O MANIFESTO DA EMPRESA ERÊ LAB

O móvel Colmeia é uma realização da Erê Lab, laureado anteriormente no 29º Prêmio Design MCB, com o produto Montanha. A empresa, definida como “de mobiliário urbano lúdico”, está lotada na cidade de São Paulo e existe desde 2014. Criada por Roni Hirsch e Helô Paoli, ela desenvolve objetos que “participam do urbanismo contemporâneo através de interações no cotidiano com design brasileiro” e “Com foco na infância os equipamentos são projetados a partir de estudos voltados para o desenvolvimento afetivo, motor e cognitivo.” (ERÊ LAB, 2020).

No *site* da empresa, encontram-se apontamentos sobre pilares de criação e a publicação do Manifesto Erê Lab (FIGURA 108). Os pilares indicados envolvem conceitos como sustentabilidade, cidadania e brasilidade. Segundo a mesma fonte, a empresa trabalha “com materiais ecologicamente corretos, com preferência a madeiras certificadas e a soluções de reaproveitamento de materiais.” Aposta “que só no convívio diário com a cidade é que podemos desenvolver o senso de pertencimento e, assim, fortalecer nossa consciência cidadã”. Além disso, pontua como pilar a “busca da nova estética urbana brasileira”, contemplando “soluções e conteúdos nacionais”. (ERÊ LAB, 2020).

FIGURA 108 - MANIFESTO ERÊ LAB NO SITE DA EMPRESA



FONTE: ERÊ LAB (2020).

Na mesma direção, o Manifesto convida os leitores a imaginar um mundo melhor:

(...) O Projeto Erê Lab quer criar um mundo feliz de verdade. Um mundo onde tolerância, saúde, consciência ambiental, cidadania e cuidado com o próximo se solidifiquem e sejam motivo de orgulho. Queremos criar referências para que as novas gerações construam um mundo de harmonia. Propomos, através da experiência do brincar, uma referência de mundo melhor para todos, também para os que desde pequenos têm que lidar com dificuldades. Acreditamos em um mundo melhor e democrático. Precisamos criar novas lideranças que compreendam a importância de se colocar no lugar do outro e das relações horizontais. Vamos abrir as portas para o lugar dos sonhos no sentido real, do possível. Que seja mais do que um lugar; que seja um caminho; uma vivência com a arte e com a cidade. O que a criança do século XXI quer? O que ela precisa? O que ela sonha? Como unir as novas tecnologias ao acesso à informação, à essência do ser humano? O Erê Lab usa tecnologia e trabalho manual para elevar a possibilidade do fazer. O ser humano do nosso século tem a capacidade de construir, de unir a inteligência à técnica e criar coisas únicas. Um mundo melhor é possível. Ele já existe nos nossos sonhos, na nossa imaginação. Agora vamos transformá-lo em realidade. (ERÊ LAB, 2020).

A partir do conteúdo da manifestação, infiro que a empresa Erê Lab se situa discursivamente ao lado de narrativas teóricas e históricas calcadas na intervenção social do design como articulação privilegiada. No Manifesto não há menção ao

desenvolvimento social via economia, produção industrial ou mercado. A ideia de um mundo melhor para todos tem o conceito de democracia como centro e irrompe no texto vinculada ao design universal e à proposta de um design acessível independentemente da classe social.

A partir dessas inferências, é possível estabelecer aproximações entre o Manifesto Erê Lab, **Design e democracia e Algumas Virtudes do design**, de Gui Bonsiepe (2011). No primeiro texto referido, e entrevista que o complementa, o designer e estudioso alemão lembra que nas últimas décadas do século XX, o conceito de democracia submete-se a um processo de erosão. Evidências disso localizam-se, especialmente, na privatização de assuntos públicos, sendo recursos sociais transferidos em grande escala à esfera de interesses particulares financeiros. Nesse sentido, defende que “o espaço público, encolhido durante o processo de privatização, requer uma redemocratização” (BONSIEPE, 2011, p. 26).

Gui Bonsiepe explica que usa o termo “espaço” sem limitá-lo ao âmbito da arquitetura e urbanismo. Não obstante, explicita estar de acordo com a iminência de uma cidade social, caracterizada como “espaços autodeterminados onde são mediados interesses legítimos diferentes e até contrários.” (BONSIEPE, 2011, p. 27). O fomento desse tipo de espaço, a seu ver, realiza-se por meio de empenho político, longe do isolamento individual. Defende a necessidade de afastamento da “crença de que se pode obter individualmente, através da instância do mercado tão euforicamente festejado, uma forma de convivência urbana, suportável e até livre de violência”, pois quando o marketing político ocupa o lugar da política há a decomposição da mesma (BONSIEPE, 2011, p. 27).

Política significa, para Gui Bonsiepe (2011, p. 37), “o domínio onde os membros de uma sociedade discutem e decidem o tipo de sociedade em que querem viver.” Reforça que a política vai muito além dos programas ou das orientações dos partidos políticos. “O cuidado público é um dever político que deve ir além dos interesses momentâneos do governo – ou, pelo menos, deveria ser orientado além de programas de curta duração.” (BONSIEPE, 2011, p. 37). Uma sociedade que se define como democrática, a seu ver, exige o tensionamento constante de interesses privados desenfreados e suas consequências sociais danosas. Nesse quadro, uma virtude do design deve ser “o cuidado e a preocupação com a esfera pública” (BONSIEPE, 2011, p. 37).

Gui Bonsiepe (2011) julga que o design controlado pelo marketing dificilmente contribui para produtos emancipadores, definidos por ele como aqueles que “não geram novas dependências” (BONSIEPE, 2011, p. 28). Explica que a popularização do design, durante a década de 1980, constitui-se a partir de uma visão distorcida, servindo como etiqueta para uma classe especial de produtos, escondendo o fato de que todos os artefatos materiais e semióticos são resultados de atividades projetuais, e não somente aqueles destinados à decoração doméstica e à representação pessoal do designer (BONSIEPE, 2011, p. 28). Na chave do pós-liberalismo, o enfoque no design de autor, aquele “que põe o acento no indivíduo criador e não no grupo anônimo de usuários” está, por tanto, desinteressado na satisfação de necessidades de grupos sociais fora do universo dos estúdios de design. Conta que, em contrapartida

(...) o conceito de ‘design participativo’ surgiu nos anos 1970 e foi praticado, sobretudo, na arquitetura e urbanismo. Tratou-se de incorporar grupos de pessoas diretamente expostas a projetos arquitetônicos e urbanísticos. Fica em aberto a pergunta se com isso a atividade projetual foi socializada. (BONSIEPE, 2011, p. 28).

Desse modo, a socialização do design tem como cerne uma postura crítica, entendida como indispensável virtude do design para o século XXI. De acordo com Gui Bonsiepe (2011, p. 36), tal aspecto envolve “disposição e a coragem de examinar criticamente ortodoxias, convenções, tradições, cânones de design”, não restritas aos limites da intelectualidade, ao domínio puro da reflexão. Em suas palavras, “cabe ao designer intervir na realidade com atos projetuais, superando as dificuldades e não se contentando apenas com uma postura crítica frente à realidade (...) projetar, introduzindo as mudanças necessárias, significa ter predisposição para mudar a realidade sem se distanciar dela.” (BONSIEPE, 2011, p. 35-36).

Por outro lado, Gui Bonsiepe lembra que “projetar e escrever sobre design não são mais consideradas atividades mutuamente excludentes.” (BONSIEPE, 2011, p. 36). A seu ver, é dessa interação que depende o futuro promissor da profissão dos designers. A teoria do design, como exercício intelectual materializado textualmente, favorece a problematização da sociedade e do papel social. De acordo com ele, a abordagem teórica investe na “descoberta de contradições, sacudindo os fundamentos da autocomplacência, comparando a realidade dada com aquela possível e, sobretudo, perguntando sobre a legitimidade do poder.” Defende ainda

que, na “cultura do projeto”, não deve faltar esse ingrediente de postura crítica, pois “serve como antídoto a uma aceitação conformista, sendo não só desejável como indispensável para se fugir da armadilha da indiferença e do conformismo” (BONSIEPE, 2011, p. 36).

O Manifesto da Erê Lab, como exercício teórico do design, ou seja, como texto de teor reflexivo e crítico acerca da sociedade e da inserção social do design, consta também no catálogo de produtos da empresa, uma publicação repleta de imagens fotográficas de crianças usando os produtos desenvolvidos (FIGURA 109, FIGURA 110). A página 53 do catálogo tem como título “Colmeia Tripla”, e oferece descrição acompanhada de desenhos esquemáticos, indicando as possibilidades de articulação entre três módulos. Além disso, o projeto gráfico inclui uma área no canto esquerdo denominada “É bom saber” (FIGURA 111).

FIGURA 109 - CATÁLOGO DE PRODUTOS ERÊ LAB



FONTE: ERÊ LAB (2020).

FIGURA 110 - CATÁLOGO DE PRODUTOS ERÊ LAB (2)



FONTE: ERÊ LAB (2020).

FIGURA 111 - CATÁLOGO DE PRODUTOS ERÊ LAB (3)



FONTE: ERÊ LAB (2020).

Nessa área da página, com o apoio de pictogramas, pontua-se que os módulos são indicados para crianças a partir de um ano e meio e que cada um deles comporta até três crianças simultaneamente. Reforça-se que o equipamento deve ser

instalado no nível do chão e em ambiente interno. Além disso, na publicação, os módulos são classificados como artefatos “para imaginar”. A palavra imaginar aparece novamente na parte inferior da página, destacada cromaticamente, dentre uma sequência de outras em linha, separadas por traços: “escalar, equilibrar, girar, braquiar, balançar, descobrir, imaginar, construir, tocar, circuitos, complementar.” (ERÊ LAB, 2020). Ainda sobre o produto destaca-se que

A Colmeia é um equipamento inspirado no abrigo construído pelas abelhas, que pode agrupar centenas desses pequenos indivíduos, criando uma comunidade. Esse equipamento procura desenvolver a convivência entre as crianças criando uma superfície híbrida de brincar, estar, conviver e compartilhar. Seus diferentes módulos possuem alturas que permitem os movimentos de subir e equilibrar, incentivando a autoconfiança e autonomia da criança. (ERÊ LAB, 2020).

Os módulos Colmeia fazem parte de projeto desenvolvido especialmente para o SESC São Paulo. A imagem fotográfica dos dois meninos jogando bola, que aparece no catálogo da exposição do 32º PD MCB e no catálogo de produtos da Erê Lab, foi feita no Espaço de Brincar da unidade específica do Serviço Social do Comércio da Avenida Paulista. Na sessão do *site* da Erê Lab dedicada a mostrar os projetos já efetivados, explica-se que as unidades Colmeia dividem uma área de 380 m² com equipamentos denominados como Bichos Fantásticos, Costela de Adão, Vagalumes, Mesa Interativa, Aquário, Pedras de Borracha, Kit Blocos SP, Cipós, Minhoca Trave e Centopéia Interativa. Segundo descrição textual, a tecnologia da natureza foi a inspiração para o desenvolvimento do projeto para o SESC Paulista:

Traduzimos isso, com base no que há de mais natural, a biomimética e as pequenas revoluções que a natureza gerou para se adaptar a cada habitat. Vagalumes, folhas como Costela de Adão, os seres abissais que vivem no fundo do mar, as minhocas, os bichos fantásticos e os cipós. Manifestamos então esse universo em um espectro de elementos brincantes e interativos que convidam as crianças a explorar a criatividade, do desenvolvimento motor fino, grosseiro e social. (ERÊ LAB 2020).

Além do Sesc São Paulo, a empresa indica uma lista de clientes que inclui o Sesc de Santa Catarina, a Nike, a Gloob/Globosat, o Multiplan/Morumbi, Sp Urbanismo. Inclui também St. Pauls School, Avenues School, Beacon School. Escola Eleva e Escola da Vila, instituições de ensino privadas, internacionais ou bilíngues localizadas em bairros como Jardim Paulistano, Real Parque e Morumbi.

Em diferente direção, a Erê Lab delineia a versão Coop-erê, por meio da qual reúne financiadores privados, comunidades e a administração pública para viabilizar o desenvolvimento e instalação de seus produtos em regiões desprivilegiadas das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Em dezembro de 2019, a Coop-Erê entregou projeto para a Praça da Independência, localizada em Paraisópolis. Segundo texto de divulgação publicado no site da empresa,

(...) Com mais de 100 mil habitantes, Paraisópolis é um bairro de grande densidade populacional e com mais de 20% de crianças até aos 14 anos e com muitos poucos espaços abertos de lazer. Neste contexto, o projeto foi desenvolvido em conjunto com uma das organizações mais fortes da comunidade promovendo a participação próxima da comunidade para a construção coletiva do espaço de brincar. (COOP-ERÊ, 2020).

No *site*, mostra-se um conjunto de fotos da praça revitalizada com o mobiliário inserido, inclusive aproximando duas delas como registro do antes e do depois (FIGURA 112, FIGURA 113).

FIGURA 112 - PRAÇA DA INDEPENDÊNCIA: ANTES



FONTE: COOP-ERÊ (2020).

FIGURA 113 - PRAÇA DA INDEPENDÊNCIA: DEPOIS



FONTE: COOP-ERÊ (2020).

O Erê Lab divulga também uma lista de parceiros estratégicos, em que constam Fundação Parques e Jardins do Rio de Janeiro, a Associação dos Amigos do Bairro Peixoto e a Associação de Amigos do Parque Buenos Aires. Empresas como a Amata e a Mãe Terra. Além de grupos como a Gastromotiva e a Rede Manual.

5.5 ERÊ LAB NO JARDIM DO MCB

A Rede Manual (2019) vincula-se ao Museu da Casa Brasileira, pois ocupa o espaço do Jardim para a realização do Mercado Manual: um “Festival de Cultura feito à mão”. Desde 2015, a rede congrega artesãos, designers e pequenos produtores, que têm seus projetos autorais criados manualmente e em pequena escala. A Rede Manual afirma promover o consumo ético por meio de um programa cultural familiar completo, incluindo atrações musicais e oficinas. Os artesãos envolvidos contemplam as categorias Moda, Joias e Bijoux, Beleza e Bem-estar, Arte, Gastronomia, Infantil, e

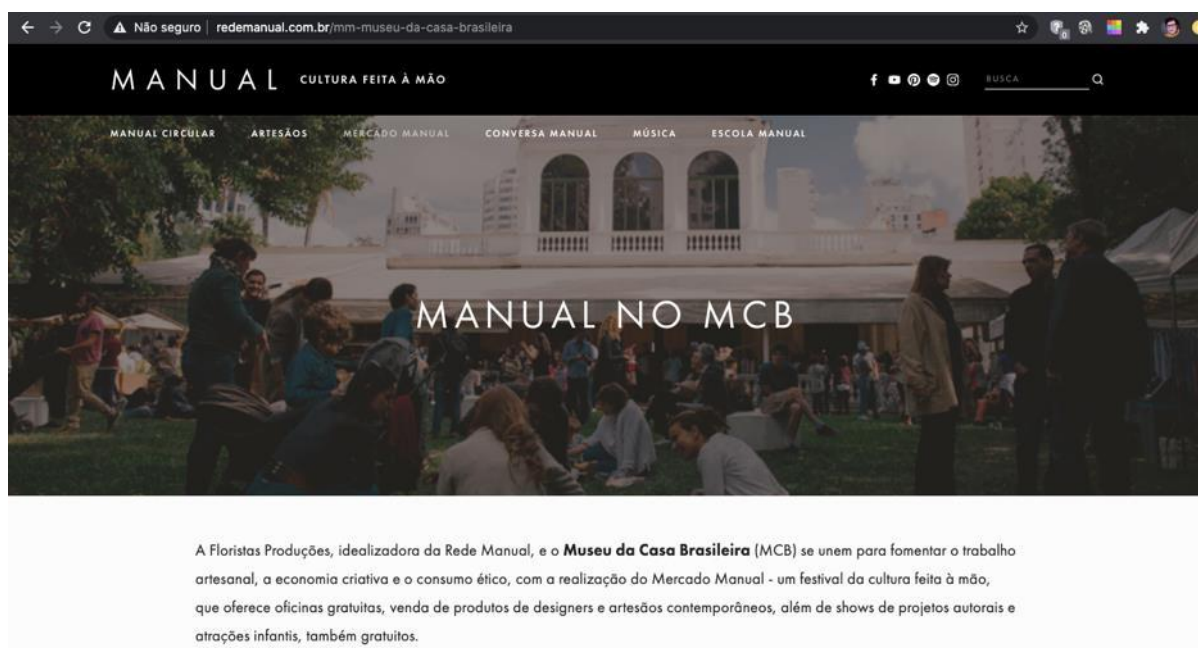
Design e Casa. Afirma que, desde 2015, o número de expositores passou de 58 para 111 (REDE MANUAL, 2019).

Segundo o *site* do Mercado Manual, “O grande interesse do público em conhecer, consumir e se entreter com o universo artesanal provocou aderência com a vocação do MCB, que incluiu o festival em seu calendário anual.” (MERCADO MANUAL, 2019). De maneira análoga, o Museu da Casa Brasileira divulga que o evento é um espaço de vivência e convivência, ressaltando consideração às crianças e a parceria com a Erê Lab:

Pensamos e criamos uma programação especial de oficinas e outras atrações gratuitas para que pessoas de todas as idades possam desenvolver novos saberes, trocar afeto e se divertir. Para as crianças, nosso parceiro Erê Lab convida pequeninos e pequeninas a brincarem num espaço exclusivo. Além disso, teremos uma diversificada praça gastronômica com pequenos empreendedores da cidade. (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2019).

Nos audiovisuais disponíveis no *site* da Rede Manual, no *link* Manual no MCB (FIGURA 114), crianças são mostradas interagindo com os equipamentos de brincar instalados no Jardim do Museu. No vídeo dedicado à primeira edição do Mercado Manual, realizada no MCB, em 2015, crianças são mostradas escalando o conjunto de estruturas denominado Horizonte (FIGURA 115), pisando nas Pedras de Borracha e entrando nos Tubos com elásticos.

FIGURA 114 - MERCADO MANUAL NO MCB NO SITE DA REDE MANUAL



FONTE: REDE MANUAL (2019).

FIGURA 115 - ERÊ LAB NA 1ª EDIÇÃO DO MERCADO MANUAL NO MCB



FONTE: REDE MANUAL (2019).

No vídeo sobre a segunda edição do evento, em 2016, o título Erê Lab aparece, propriamente, enquanto uma criança pequena usa o equipamento Trave,

com o apoio de um adulto (FIGURA 116). A Casa Palafita é mostrada no vídeo de registro da quarta edição do Mercado Manual e nele a Erê Lab é associado à “atividades para divertir os pequenos” (REDE MANUAL, 2019). Crianças da mesma faixa etária, dançando e cantando junto aos pais, diante de atração musical específica, são mostradas no vídeo da quinta edição, assim como uma quantidade delas usando simultaneamente a rampa de acesso e o escorregador da Casa Palafita da Erê Lab.

FIGURA 116 - ERÊ LAB NA 2ª EDIÇÃO DO MERCADO MANUAL NO MCB



FONTE: REDE MANUAL (2019).

As postagens sobre as edições mais recentes apresentam, no lugar do vídeo, um conjunto de registros fotográficos do evento. O registro principal da oitava edição, ocorrida no mês de maio de 2018 (FIGURA 117, FIGURA 118), destaca o espaço externo do Museu repleto de visitantes, sentados em esteiras, no solo do Jardim. O texto que o acompanha afirma que

Dias claros de sol iluminaram o Mercado Manual dedicado às mães. A curadoria foi muito especial: presentes lindos para mulheres de todos os perfis (e também pais, filhos, irmãos, amigos, enfim... para todo mundo!). Mais de 7 mil pessoas foram prestigiar nossos artesãos contemporâneos/pequenos produtores e apoiar uma forma de comércio muito mais justa e horizontal. (MERCADO MANUAL, 2019).

FIGURA 117 - MERCADO MANUAL NO MCB EM MAIO DE 2018



FONTE: REDE MANUAL (2019).

FIGURA 118 - ERÊ LAB NO MERCADO MANUAL NO MCB EM MAIO DE 2018



FONTE: REDE MANUAL (2019).

A imagem que abre a postagem sobre a 9ª edição do Mercado Manual no MCB, em dezembro de 2018, enquanto a exposição do 32º PD MCB está em cartaz, foca crianças brincando (FIGURA 119). Em primeiro plano, há uma menina de aproximadamente três anos pulando sobre tiras de borracha esticadas sobre um pneu. Em segundo plano, em desfoque relativo, vê-se uma outra menina, um pouco mais velha, usando a Trave da Erê Lab. Ao fundo, aparecem jovens adultos em pé, conversando, circulando, voltadas para as crianças. As demais imagens fotográficas destacam a presença das crianças fazendo grandes bolas de sabão, sentadas lado-a-lado, em oficinas, amassando pão, manipulando fios coloridos, manejando rolos de tinta. Segundo o texto da postagem:

Foram dois dias de cultura feita à mão e de oficinas manuais voltadas para as crianças, como a de pão de queijo e a de guirlandas de pompom. Os pequenos (e os grandões) também se encantaram com a performance da palhaça Aria Nebulosa e suas bolhas de sabão gigantes. Como em outras edições, o MM no MCB levou a Kombi dos Sonhos com seu espaço de brincar e contar histórias, além do Erê Lab - feito para colocar os pés na terra e deixar a imaginação correr solta. (REDE MANUAL, 2019)

FIGURA 119 - ERÊ LAB NO MERCADO MANUAL NO MCB EM DEZEMBRO DE 2018



FONTE: REDE MANUAL (2019).

A partir dos registros, disponíveis no site, o caráter de feira do evento fica evidente. A presença das barracas e pequenos stands é enfatizado e o público é

mostrado interagindo com os produtos disponíveis (FIGURA 120). Nos vídeos e fotos é notável pessoas olhando, escolhendo, tocando, conversando sobre os artefatos com os artesãos. A troca financeira também é destacada, sendo alguns visitantes mostrados com as carteiras nas mãos ou usando efetivamente cartões bancários. Há ênfase em casais jovens, brancos, heterossexuais, com filhos de até 10 anos. Em consonância com o público do Restaurante Santinho e, conseqüentemente, com boa parte do público espontâneo da exposição do 32º PD MCB, observado por mim.

FIGURA 120 - ERÊ LAB NO MERCADO MANUAL NO MCB EM DEZEMBRO DE 2018 (2)



FONTE: REDE MANUAL (2019).

É possível constatar que fora do espaço expositivo interno do MCB, no Jardim, a Erê Lab vincula-se a operações de troca financeira, junto ao Mercado Manual. Enquanto artefato premiado exposto dentro da sala do Museu, ao contrário, a empresa foi apartada de interesses comerciais. Em contrapartida, a sociabilidade prevista no Manifesto da Erê Lab, assim como a dimensão ética almejada, dá-se, em certa medida, na feira ao ar livre e não na sala expositiva. Dentro do edifício as crianças não puderam interagir, engendrando acordos e manejando conflitos ao subir e descer, ao brincar sobre os módulos Colmeia. Nesse sentido, ao se comparar o modo como o produto é mostrado no *site* e catálogo de produtos da empresa e na exposição do

32º PD MCB, é possível afirmar que o evento museológico distorceu as intenções de concepção e potencialidades sociais em jogo. A inclinação social do design de Colmeia e suas vinculações ao Manifesto de Erê Lab são invisibilizadas.

A exposição de Colmeia no 32º PD MCB destacou-se por evidenciar a contraposição entre o dentro e o fora, entre resquícios do espaço privado nas salas expositivas, e do espaço público, figurado pela área externa do Museu. Simultaneamente, os módulos, enquadrados como mobiliário urbano, transitam entre os dois universos da instituição, sendo o uso interdito dentro e liberado fora. Em funcionamento, no Jardim do Museu, durante as edições do Mercado Manual, a proposta social e de sociabilidade de Colmeia é vista e experimentada. Assim como outros produtos da empresa, e diferentemente de demais premiados na categoria Mobiliário, Colmeia promete as mesmas condições de sociabilidade, apostando na construção de empatia, para crianças que circulam tanto no Jardim do MCB, localizado no bairro Jardim Paulistano, quanto na Praça da Independência, na comunidade de Paraisópolis. Uma condição de uso análoga não foi prevista quando se trata da cadeira AVA, do Escritório Índio da Costa, por exemplo. Contudo, enquanto a cadeira de uso privado recebeu o 1º lugar, Colmeia foi classificado em posição inferior, como Menção Honrosa.

É por meio das interações sociais entre designers-jurados, de um lugar social circunscrito promovido pelo Prêmio que iguais compartilham ideias dissonantes. A questão do papel social do design constitui-se em disputa, sob considerável ambivalência. Por um lado, a negação do mercado, enquanto instância máxima, instaura narrativas favoráveis à igualdade e acessibilidade. No 32º PD MCB, esse ponto confrontou o cânone da originalidade formal ou inovação tecnológica. Além disso, destacou o conflito de interesses entre indústria e manutenção de um regime político democrático. Por outro lado, constituíram-se argumentos sobre a adoção do mercado como via privilegiada para a obtenção de intentos idênticos. Nesse caso, há narrativas que circulam no espaço social estabelecido pelo evento que revogam a tradição design-autor, e o caráter artístico de produtos utilitários.

Em termos expográficos, revogações e confrontos desse tipo foram especialmente explicitados por meio textual. Foram os textos das comissões julgadoras e das fichas que tematizam claramente diferentes critérios, intenções, aplicações, meios de produção, público e usuários. As cores das fichas que suportavam os textos descritivos sobre cada item na sala de exposição indicavam a

diferente classificação. Entretanto, a conexão entre ficha e produto exposto foi feita por meio de representação gráfica sintética, sendo a distribuição aleatória dos papéis retangulares coloridos fixados sobre os painéis brancos. A aleatoriedade confrontou a hierarquia, conotando, por meio do dinamismo visual, diversidade e instabilidade. A disposição dos produtos igualmente minou a hierarquia entre os produtos da categoria, fomentando a apreensão de um valor consensual.

No dia da abertura, uma visitante foi flagrada apontando o *smartphone* para as fichas, indicando a contemplação dos dados textuais. Em contrapartida, os visitantes espontâneos por mim observados, em momento distinto do festival promovido no dia 10 de novembro de 2018, mostraram-se instigados pelo apelo estético. Não atestei leitores dedicados e/ou pessoas passeando pelas salas consultando o catálogo. Testemunhei, principalmente, a suspensão de cadeiras expostas como dispositivo para interação lúdica entre adultos e crianças, pais e filhos. Pessoas que estavam no Jardim ou passariam por ele para retornar e/ou acessar o Restaurante Santinho. Desse modo, o caráter dinâmico da expografia incitou e interditou, ao mesmo tempo, as crianças que poderiam ser inseridas no compromisso educativo do MCB, que considera o design como meio de constituição da cidadania.

Segundo Maria Cecília Loschiavo (2016), o Prêmio Design MCB contempla há anos o design de equipamentos, brinquedos, espaços recreacionais e educativos para o público infantil. A partir de sua abordagem retrospectiva, afirma que a premiação contempla projetos que evidenciam a atenção de designers brasileiros para metodologias orientadas para estimulação do desenvolvimento físico e psicológico da criança. Avalia que o conjunto de premiados abriga móveis e brinquedos que por meio de abordagem apropriada, os “distancia dos padrões adultocêntricos predominantes no design para esse público.” (LOSCHIAVO, 2016, p. 120).

A expografia aqui examinada, propriamente dita, não incorporou esse tipo de valor. O design da exposição não incluiu, propriamente, as crianças como público espontâneo, mesmo que as mesmas sejam componentes essenciais do tipo de família que frequenta o MCB (o Restaurante e o Mercado Manual). Além disso, não contemplou o contingente de cidadãos considerados minoritários e invisíveis, como deficientes visuais, por exemplo. A crescente importância do papel social do design, vinculado ao design universal, reforçada como regularidade nas premiações por diretores e designers que compuseram as comissões julgadoras, não se materializou nas estratégias de apresentação articuladas na sala de exposição do 32º PD MCB.

O descompasso entre os conteúdos referentes ao caráter social do design e o caráter socialmente excludente da expografia, delineou a aposta em uma sociabilidade pretensamente homogênea. Reforçou o aspecto intraclassicista fomentado pela exposição, e a hegemonia de uma abordagem para iguais, considerando-se que a localidade nobre do MCB, por si só, favorece um corte de classe social, e consequentemente, de cor de pele, contundente nas imagens de divulgação consultadas. Além disso, a exposição restringiu o público na mesma medida em que não aprofundou as discussões, os debates, as discordâncias e consensos que giram em torno da presença de cada produto no espaço de exposição. A exposição, portanto, não configurou a sociabilidade que constitui o design enquanto disputa e compartilhamento de ideias, valores e práticas.

Por outro lado, a presença da categoria Trabalhos Escritos contrapõe a desconfiguração identificada na apresentação dos produtos da categoria Mobiliário. Nos exemplares impressos à disposição dos visitantes, o vínculo entre narrativas centradas no contexto sociopolítico, a teoria do design e o papel social do design é, muito provavelmente, privilegiado. Contudo, durante o período de observação em campo, não testemunhei visitantes dedicados aos Trabalhos Escritos. Não coletei atitudes e falas, interações e enunciados acerca deles. E constatei, simultaneamente, o caráter excludente da estratégia metodológica por mim adotada, pois assim como visitantes observados, e a própria expografia, acabei deixando inexplorada uma parte da produção que circula no lugar social que é o Museu da Casa Brasileira.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Narrativas concernentes à Teoria e História do Design podem ainda hoje fomentar abordagens moralizantes, centradas na qualidade formal e na noção de bom design modernista. Nesse caso, estão calcadas no produto acabado, negligenciando aspectos do processo de concepção, produção e circulação comercial e/ou simbólica. A centralização geográfica é outro fato narrativo ainda recorrente, até porque a historiografia hegemônica do design advém de autores europeus e estadunidenses. A partir do final do século XX, entretanto, refuta-se tal quadro restritivo e os métodos adotados por historiadores do design contemplam a profissão como atividade social em sua dimensão interdisciplinar e interseccional, trazendo à tona questões mantidas à margem. A consideração de produtos criados por designers em circuitos sociais e culturais mais amplos deve-se à aproximação com a antropologia cultural, de acordo com Victor Margolin (2014) e Isabel Campi (2007).

O viés antropológico tem sido enunciado como base para atividades de museus dedicados a mostrar design. No Brasil, exposições de design são promovidas anualmente pelo Museu da Casa Brasileira, e aquelas vinculadas ao Prêmio Design MCB, desde 1986, são consideradas de grande relevância para a comunidade de designers atuantes no país. As expografias, propriamente ditas, materializam intencionalidades, possibilidades e limitações, instituindo sentidos socialmente compartilhados. Neste trabalho, concentrei-me na 32ª exposição do Prêmio Design, ocorrida entre 2018 e 2019, buscando compreender como o discurso expográfico corrobora aspectos narrativos da historiografia do design. O intuito foi abordar criticamente o modo de mostrar design, a partir da exposição, explicitando afirmações, contradições, ambiguidades e ambivalências suscitadas pelas estratégias instituídas.

A investigação envolveu quatro percursos analíticos, alinhados a princípios e procedimentos da análise de discurso, propostos por Eni Orlandi (2015). Em cada um deles coloquei o dito em relação ao não dito, o que se diz na exposição com o que é dito sobre os produtos expostos em outros lugares. Descrevi a expografia, incluindo os recursos textuais (descritivos de produtos e comentários das comissões julgadoras), o uso dos cabos transparentes para a suspensão de cartazes e produtos, e a distribuição de produtos no piso do museu. Considerei a relação entre as categorias e as hierarquias de premiação, cores, gráficos, tipografia, efeitos de iluminação etc. Atentei para reações e dizeres sobre os produtos à mostra, coletadas

por meio de observação de visitantes no espaço expositivo. Selecionei e descrevi outras maneiras de apresentar os produtos ressaltados por visitantes, em vídeos, *sites*, lojas e *showrooms*. Relacionei as descrições com o escopo de narrativas historiográficas do design, segundo Isabel Campi (2007) e Victor Margolin (2014). Estabeleci comparações entre modos de mostrar design além do ambiente museal definido pela premiação institucional. Delimitei estratégias expográficas da mostra do 32º Prêmio Design MCB por meio de cruzamento entre as descrições, relações e comparações.

O escopo de narrativas teóricas em torno da identidade brasileira no design foi materializado pela expografia do 32º Prêmio Design MCB. O discurso expográfico alinhou-se à tendência historiográfica que reivindica a descentralização territorial, às abordagens baseadas na noção de brasilidade e design vernacular, e aos debates acadêmicos que problematizam e desconstróem a ideia de essência local. A mostra do Concurso do Cartaz incluiu a apresentação de dados quantitativos, por meio de gráficos fixados nos painéis brancos que delimitaram a sala de exposição, como prova da participação de designers de outras regiões, para além do Estado de São Paulo. O autor do cartaz vencedor da 32ª edição do Prêmio vive e trabalha em Pernambuco e, no texto assinado por Gal Oppido, coordenador da comissão julgadora, a origem do designer fundamentou a manifestação de identidade cultural na peça. O ritmo aleatório e as cores primárias puras da ilustração que compõem o cartaz qualificou-o como um *pop* pós-impressionismo que lembra a bandeira pernambucana.

O cartaz vencedor foi o ponto de partida para o desenvolvimento da identidade visual do evento como um todo, sendo mote para a concepção expográfica. O uso da suspensão de itens premiados por cabos transparentes buscou seguir a lógica formal da ilustração que, por meio de unidades dinâmicas coloridas, representa uma figura humana sentada de maneira despojada em uma cadeira como aquelas de plástico empilháveis, utilizadas comumente, devido a produção em larga escala e consequente preço reduzido.

Além do cartaz vencedor, cartazes classificados como Destaques e Selecionados foram apresentados fixados em réguas de madeira, em estruturas como móveis, presos às luminárias do Museu. Apesar da brasilidade referenciada na ilustração, a estrutura compositiva do cartaz vencedor está de acordo com ditames do design modernista, assim como aqueles cartazes considerados como Destaques. As peças levam adiante a ênfase tipográfica, remarcada como tradição na trajetória do

evento. Um dos cartazes classificados como Destaque, assinado por autores oriundos de São Paulo, compôs igualmente a 13ª Bienal Brasileira de Design Gráfico, participando da exposição realizada em 2019, no Museu Oscar Niemeyer, em Curitiba. Ao comparar o modo como os cartazes foram expostos neste e no 32º Prêmio Design MCB, enalteci a negociação entre local e global.

Assim como no evento do MCB, a exposição promovida pela ADG Brasil destacou a inclusão de agentes de outras regiões do Brasil, excedendo o eixo Rio-São Paulo. De forma análoga, buscou materializar o valor legado à produção nacional e suas peculiaridades por meio de identidade visual dinâmica e colorida. Contudo, na 13ª Bienal Brasileira de Design Gráfico, a disposição de cartazes foi convencional, baseada na frontalidade, na bidimensionalidade e alinhamento geométrico. Foi assim que o cartaz paulista de composição tipográfica em preto e branco sobre suporte plástico, exposto no 32º Prêmio Design MCB, foi apresentado na edição mais recente da Bienal. Essa coexistência entre características entendidas como manifestações de brasilidade e composições vinculadas ao modernismo evidenciou o exercício de uma negociação em ambas as exposições. A identidade cultural, promulgada pela expografia no MCB, mais especificamente, materializou a busca de um consenso entre nacional e internacional, pretendendo conter o reforço de ideias sobre uma regionalidade essencialista.

Segundo Victor Margolin (2014), especialmente no âmbito da história do design gráfico, os acordos sobre os artefatos dignos de consideração ocorrem porque os autores de narrativas historiográficas são designers com formações análogas. No caso dos eventos do MCB e da ADG Brasil, designers participantes, inclusive como jurados, são frequentemente os mesmos, aspecto que favorece a negociação acima pontuada, ou seja, o consenso sobre o design brasileiro a ser laureado. Por outro lado, o consenso pode ser compreendido como uma estratégia de apaziguamento de tensões, uma maneira de manter a superioridade do valor e *status* de vinculações com o design modernista.

No segundo percurso analítico, contemplei a expografia da sala dedicada aos itens da categoria Iluminação. O recorte foi motivado por reações de visitantes à luminária de mesa Amarcord, suspensa por cabo transparente, acima da linha convencional do olhar e da condição funcional do produto. A definição expográfica contradiz a premissa divulgada pela gerente de mostras e o diretor técnico do MCB, Ana Heloísa Santiago e Giancarlo Latorraca, respectivamente. Ambos afirmam que

as exposições do Prêmio Design primam pela interação do visitante com o produto, promovendo condições de avaliação do mesmo pelo público. Ao vetar a experimentação, contudo, a exposição do 32º Prêmio Design MCB apartou os produtos da possibilidade crítica nesses termos, restringindo a experiência de visita à contemplação visual. Essa estratégia pode ser encarada como uma improfícua distorção na medida em que o design não se detém à aparência de um produto. Design de produto envolve uma série de aspectos vinculados a necessidades dos usuários e a incorporação de tecnologias produtivas. Nessa chave a expografia seria responsável por forçar o *status* de obra de arte sobre um artefato funcional. A questão da autoria, e possível relação com o *status* artístico, é questão relevante para a revisão crítica de narrativas historiográficas do design.

Os conteúdos dos textos das legendas na exposição situavam as qualidades do Design quanto à inovação tecnológica, apontando para materiais e recursos de produção. Mas a distribuição aleatória das fichas coloridas com os referidos textos não estimulou a relação entre contemplação visual e explicação descritiva. O diretor técnico do MCB reconheceu que o afastamento e a aleatoriedade geraram dificuldades de acesso a essas informações. Verifiquei nas ocasiões nas quais observei os visitantes nas salas de exposição que as fichas foram ignoradas por eles. Por outro lado, a gerente de mostras afirma que a suspensão dos produtos pelos cabos transparentes, como no caso da luminária Amarcord, permitiu uma outra visualização dos mesmos. Partes dos objetos, projetadas por designers, que muitas vezes são obliteradas durante o uso cotidiano, foram oferecidas aos visitantes. Portanto, ao separar a legenda do produto suspenso por cabos transparentes, a expografia não reforçou a importância da autoria, mas, em contrapartida, ressaltou (duplamente) o aspecto visual de cada produto exposto.

Ao manter os produtos isentos de avaliação quanto à eficácia funcional por parte dos visitantes, a expografia contribui para instituir uma versão do design que transcende o valor financeiro. O visitante não podia tocar a luminária porque nas dependências do MCB ela não estava à venda, ao contrário do que ocorreu na Feira de Milão, evento no qual a Amarcord foi também mostrada e comercializada. No Museu o olhar para o design deve ultrapassar o valor de troca. Nesse sentido, a expografia do 32º Prêmio Design MCB corroborou a indicação do historiador Jonathan Woodham (1997). Segundo ele, desde as primeiras décadas do século XX, designers calibram a aproximação ou distanciamento do caráter autônomo da arte de acordo

com a obtenção de vantagens em contextos distintos de divulgação e apresentação. A expografia do 32º Prêmio Design MCB materializou tais pontos de maneira contraditória e ambivalente, ou seja, enunciou e obliterou aspectos produtivos, exaltou e vetou a experiência de uso, reforçou e apagou a autoria, enquanto articulou os bônus e ônus da ênfase na contemplação visual como meio de preservar o caráter laudatório dos produtos expostos.

Por meio do terceiro percurso analítico realizado, entendi que a expografia do 32º Prêmio Design MCB mobilizou o escopo de narrativas historiográficas que centralizam o design como atividade profissional dedicada a conceber produtos para espaços definidos pelo trabalho de arquitetos. O prêmio de design mais antigo do Brasil tem como espaço promotor e difusor um Museu que une arquitetura e design. Apesar de difundir uma proposta educativa mais ampla, a instituição museológica mantém o privilégio do ambiente doméstico em suas ações e exposições. A maioria das categorias do Prêmio Design fortalece esse ponto, e por isso, examinei como o design apareceu conceitualmente vinculado à noção de estilo, de decoração de interiores e/ou de maneira estereotipada, circunscrito ao universo feminino heteronormativo.

Devido ao peso, e a consequente impossibilidade de pendurar eletrodomésticos no teto do MCB, itens premiados como geladeira, fogão, micro-ondas, foram dispostos sobre o piso. Alinhados geometricamente remeteram ao modo como são organizados comumente nas casas de visitantes. Contudo, ao comparar o modo de apresentar eletrodomésticos na sala do MCB, no *site* da Brastemp e no *showroom* Casa Consul- Eduardo & Mônica, remarquei uma sutileza denotativa. O *showroom* posicionou-se de modo contundente com relação a certa domesticidade, enquanto a retraída alusão ao ambiente doméstico, na exposição do 32º Prêmio Design MCB, fez-me refletir sobre o fato de a expografia museológica não reforçar estereótipos de gênero. A única relação explícita entre a figura feminina, como usuária preferencial de eletrodomésticos, ocorreu no catálogo. O 1º lugar da categoria Eletroeletrônicos, a lavadora de roupas Brastemp Double Wash 15 kg, foi ilustrado por foto em que as mãos de uma mulher manipulam a máquina, foto idêntica àquela apresentada na área de compra do *site* da Brastemp. Não obstante, a maioria das visitantes observadas por mim no espaço expositivo do 32º Prêmio Design MCB eram mulheres, e foram elas que reagiram à máquina de lavar em exposição, explicando para os acompanhantes de visita, prováveis maridos, aspectos funcionais do produto.

O público espontâneo da exposição do 32º Prêmio Design MCB por mim verificado corresponde a casais brancos, jovens, com filhos pequenos, frequentadores do Restaurante do MCB. Ao construir o quarto e último percurso de análise, acessei fotos de outra atração do Museu, o Mercado Manual, evento que ocorre periodicamente no Jardim da instituição localizada em bairro nobre de São Paulo. Como uma espécie de feira, o Mercado é promovido por um coletivo de artesãos e designers que produzem e comercializam em escala reduzida, oferecendo seus produtos em pequenos *stands* no espaço externo do Solar neoclássico na Avenida Brigadeiro Faria Lima. Nas fotos e vídeos de divulgação do evento, verifiquei casais com características semelhantes às aquelas que observei, durante as datas e períodos em que permaneci na exposição do 32º Prêmio Design MCB, em janeiro de 2019.

Considero, portanto, que o corte de raça, classe e idade verificável, contradiz argumentos corroborados pelos jurados do Prêmio Design MCB. O papel social do design é uma preocupação manifesta em textos descritivos e textos assinados pelas comissões julgadoras. Publicados no catálogo e nos painéis expográficos, os textos enfatizam a importância de produtos sustentáveis e acessíveis, incitando uma sociedade democrática e a democratização do design. Ressaltam que alguns produtos laureados atendem pessoas com necessidades especiais, promovendo sociabilidades centradas na inclusão social. Notei que, apesar de alguns produtos terem sido selecionados justamente por contemplarem esses critérios, a expografia não favoreceu que tais propriedades fossem constatadas pelos visitantes. Aliás, os debates travados pelos jurados, nos quais as preocupações sociais do design emergiram, durante a fase de seleção presencial, na qual os produtos foram manipulados e avaliados nas dependências do MCB, foram incorporados por referências textuais, exclusivamente. Nesse sentido, o fato de vetar aos visitantes a possibilidade de manipulação não reforçou somente a aparência como sinônimo de design, mas também vinculou o design a uma sociabilidade restrita a certas condições físicas e etárias. As legendas não incorporaram a ideia de ampliação de público vinculada ao design universal. Os textos não poderiam ser contemplados por pessoas com restrições físicas e não estavam de acordo com uma linguagem acessível às crianças que frequentam o museu. Enquanto isso, o mobiliário Colmeia, proposto pela empresa Erê Lab como dispositivo de sociabilidade inclusiva para o público infantil, foi interditado na sala de exposição, e crianças pequenas foram repreendidas ao tentar usá-lo. No Mercado Manual, evento realizado no Jardim, anteriormente referenciado,

no entanto, os produtos da Erê Lab são divulgados como uma atração para os pequenos, totalmente liberados para as crianças que visitam a feira com seus pais. Os pequenos visitantes, não foram, portanto, considerados como visitantes potenciais do 32º Prêmio Design MCB e, a partir dessa constatação, exalto a delimitação social imposta pela expografia, evidenciando propriedades do tipo de cidadão crítico e autônomo que o museu de arquitetura e design diz buscar construir.

A exposição examinada, por tanto, constitui uma sociabilidade intraclassista, voltada para os pares, sendo a sua abertura em novembro o ponto alto. Nos demais meses de vigência, os produtos permanecem pouco latentes a maior parte do tempo, mais desamparados do que admirados, criticados e reconhecidos.

No entanto, o Museu enuncia estar centrado no viés antropológico, buscando alinhar-se a questões narrativas do design delineadas a partir dos primeiros anos do século XXI. De acordo com Isabel Campi (2007) e Victor Margolin (2014), historiadores oriundos de regiões não europeias, assim como pesquisadoras vinculadas ao movimento feminista, discutem e expandem o modo como o design pode ser narrado. Como já abordado, os jurados da categoria de Produtos do Prêmio Design apresentaram preocupação com o contexto sociocultural, de acordo com questões vinculadas à equidade social e desenvolvimento econômico. Além disso, a produção teórica de designers e historiadores atuantes no Brasil é contemplada pelo evento por meio da categoria Trabalhos Escritos. As publicações premiadas na 32ª edição, incorporadas à exposição, foram apresentadas em alturas distintas, dispostas em uma espécie de varal, presas pela lombada e com o corte dianteiro voltado para baixo. Elas foram liberadas para a manipulação, mas a condição diferenciada tornou-se ambígua, ao contrário do que aconteceu em outras edições do Prêmio, como na 29ª, na 30ª e na 31ª, em que foi oferecido mobiliário específico para amparar a leitura. A expografia do 32º Prêmio Design MCB, portanto, enfraqueceu a visibilidade desse material, amenizando a presença da ampliação teórica, de acordo com questões contemporâneas e, inclusive, de viés antropológico, afirmada como relevante para a museologia e o design.

Quanto à discussão teórica aqui desenvolvida, considero que a adoção de noções e conceitos oriundos dos Estudos da Cultura Material foi decisiva. A aproximação com a área foi proporcionada pelo Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa e pelo grupo de pesquisadoras e pesquisadores que orienta. Foi coletivamente, em diálogo com estudantes do PPGDesign/UFPR e PPGTE/UTFPR, que o meu ponto de

vista inicial sobre a exposição do Prêmio Design foi desconstruído e que o problema de pesquisa foi escrutinado e redimensionado, assim como foram revistos e discutidos os métodos e procedimentos. A partir de autores como Daniel Miller (2013), Arjun Appadurai (2007) e Ulpiano de Bezerra Meneses (2013), encarei a expansão do universo documental, assumindo o desafio de problematizar o contexto de análise e de apresentação do design. As comparações entre modos de mostrar design dentro/fora do Museu da Casa Brasileira, ou seja, a partir do 32º Prêmio Design MCB, viabilizou que uma abordagem crítica das estratégias expográficas fosse construída por meio do embate, ampliando as discussões sobre exposições de design.

Devo ainda aos colegas pesquisadoras e pesquisadores, e ao professor orientador deste trabalho, o reconhecimento da importância da pesquisa de campo para que a mera reprodução de fórmulas seja evitada, para que acomodações e lugares comuns do discurso acadêmico sejam questionados. Com elas e eles, aprendi que certo olhar para o campo, voltado para as pessoas e as materialidades, para as relações sociais em jogo, favorece o tensionamento de premissas vigentes da Teoria e História do Design.

Avalio, portanto, que meu trabalho interpela a abordagem desenvolvida por Ethel Leon (2013). Para a pesquisadora, o MCB legitima as esferas autorais e elitistas do design, alinhando-se ao mercado em detrimento de formas sociais democráticas. A difusão de conceitos e apresentação de produtos de design nas exposições do Prêmio, a seu ver, não contribui para que o design brasileiro construa ambições maiores. Contudo, ao debruçar-se sobre documentos textuais como catálogos e atas de reuniões, sem descrever as expografias propriamente ditas, a pesquisadora gera uma conclusão unidirecional, sendo contradições e ambivalências não contempladas.

Segundo a pesquisadora Milene Cara (2013), os temas das exposições de design promovidas pelo MASP giraram em torno da proximidade entre arte e design e da aproximação antecipada da noção de design como cultura material. Entretanto, a ênfase exclusiva na análise de documentos indexados na instituição museológica em questão, não coloca em discussão as relações entre materialidades expográficas e os discursos das exposições delimitados pela pesquisa. Penso que, em contrapartida, devido ao quadro teórico-metodológico filiado aos Estudos da Cultura Material, meu trabalho ultrapassa a identificação de temas enquanto conteúdos expositivos, apontando para aspectos da materialização de enunciados nos espaços de exposição. Diante disso, avalio que o fato de observar e valorizar as atitudes e

falas de visitantes diante dos produtos expostos, colocou em discussão a potencialidade de acesso às informações pelos visitantes. Enquanto a pesquisadora Elisa de Freitas (2014) trata as legendas como um recurso favorável à musealização do design, por conter dados precisos sobre os produtos, minha investigação relativizou a eficácia de tal recurso, apontando para o valor superestimado do texto no campo expográfico. Além disso, de maneira distinta da pesquisadora portuguesa, confrontei o discurso institucional, por trabalhar com comparações entre diferentes tipos de documentos e articular referências da análise de discurso. Julgo que os percursos analíticos realizados deslocam a centralidade de classificações tipológicas e relacionam as narrativas historiográficas e o discurso expográfico de maneira intrincada.

Por outro lado, entendo que o veto ao uso de documentos internos, ao relatório/dossiê disponível no CEDOC do MCB, impediu que importantes intencionalidades fossem consideradas. A abordagem crítica por mim desenvolvida não ponderou, portanto, as agruras e dificuldades enfrentadas para a concepção expográfica. Além de restrições financeiras, aspecto remarcado pelo diretor técnico do MCB, não foi possível considerar outros elementos palpáveis e, consequentemente, enriquecer os percursos analíticos com dados sobre as condições materiais de concepção e efetivação da exposição.

Apesar disso, entendo que a mesma tem o desafio de garantir a manutenção de prestígio e de aderência de inscritos a cada ano. Como reforça Isabel Campi (2007), a história do design tem o propósito de gerar identificação com designers atuantes no mercado, evitando a dualidade teoria e prática. Nesse sentido, a exposição precisa fazer com que a classe profissional siga apostando em uma versão sobre o design que materialize certo *status* visível e legível. Na exposição, o escopo de narrativas tradicionais e hegemônicas, portanto, convive de modo seguro com aberturas promovidas por discussões de cunho antropológico. A visualidade calcada na apresentação de imagens fotográficas de produtos acabados, em perspectiva, sobre fundo branco, como em páginas de livros de Teoria e História do Design, incita essa segurança. A valorização tradicional do design de mobiliário para um mercado elitizado, por tanto, é essencialmente protegida, mesmo quando o argumento expográfico explora a noção de popular ou de democratização do design.

REFERÊNCIAS

ACAYABA, Marlene. [Texto de abertura]. In: 11º ao 15º Prêmio Design MCB. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2001. p. 6-7.

_____. [Texto de abertura]. In: O Museu da Casa Brasileira. São Paulo: Banco Safra, 2002. p. 5.

_____. **Prêmio Design: 1986-1996**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 1996.

ADG. **2ª Bienal de Design Gráfico ADG 1994**. São Paulo: ADG, 1994.

ADG. **4ª Bienal de Design Gráfico ADG 1998**. São Paulo: ADG, 1998.

ADG BRASIL. **8ª Bienal de Design Gráfico ADG 1998**. São Paulo: ADG Brasil, 2007.

ADG BRASIL. **10ª Bienal de Design Gráfico ADG 1998**. São Paulo: ADG Brasil, 2014.

ADG BRASIL. **13ª Bienal Brasileira de Design Gráfico**. Disponível em: <<http://bienaladg.org.br/>>. Acesso em: dez. 2019.

ADOLINI+SIMONINI STUDIO. Disponível em: <<http://www.adolinsimonini.com/adolini-simoniniamarcord.html>>. Acesso em: mar. 2020.

ALENCAR, Valéria Peixoto de. **Mediação cultural em museus e exposições de história**: conversas sobre imagens/história e suas interpretações. 2015. 190 p. Tese apresentada ao Instituto de Artes da Universidade Estadual Paulista, 2015.

APPADURAI, Arjun. Museus são bons para pensar: o patrimônio em cena na Índia. In: **MUSAS** - Revista Brasileira de Museus e Museologia, n. 3, 2007. Rio de Janeiro: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais, 2004, p. 10-26.

ARMSTRONG, Hellen; LUPTON, Ellen. **Teoria do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

BORGES, Adélia. Desafios de uma coleção. In: **Coleção Museu da Casa Brasileira**. São Paulo, 2007. p. 6-13.

_____. Introdução. In: **16º ao 20º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2006. p. 8-9.

_____. **Prêmio Design: 1986-1996**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 1996.

BRAGA, Marcos da Costa. O lugar e o papel do Prêmio MCB. In: **30 anos: Prêmio Design MCB**. São Paulo: Olhares, 2016. p. 49-92.

_____. Introdução. In: **O papel social do design gráfico**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011. p. 9-24.

BRASTEMP. **Lavadora de roupas Double Wash 15 kg**. Disponível em <<https://www.brastemp.com.br/lavadora-brastemp-double-wash-15kg-bwd15a9/p>> Acesso em: ago. 2019.

BÜRDEK, Bernhard. Itália. In: _____. **Design: História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Editora Blucher, 2010. p. 120-144.

CAMPI, Isabel. Algunas reflexiones sobre la historia del diseño de productos. In: _____. **La idea y la materia**. Vol. 1. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2007. p. 217-241.

_____. Bibliografia comentada. n: _____. **La idea y la materia**. Vol. 1. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2007. p. 243-265.

_____. Sobre la consideración artística del diseño: un análisis sociológico. In: CALVERA, Anna (org). **Arte ¿? Diseño**. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2003. p. 139-159.

_____. Victor Papanek, Diseñar para el mundo real y su contexto. In: PELTA, Raquel (ed.). **Victor Papanek, textos en torno a un diseñador crítico**. Barcelona: Pol·len Edicions-Monográfica, 2015. p. 10-33.

CARA, Milene Soares. **Difusão e construção do design no Brasil: o papel do MASP**. Tese apresentada à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo para obtenção do título de doutora em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo. São Paulo, 2013.

CARDOSO, Rafael (org). **O design brasileiro antes do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CASA DAS AMIGAS. **Uma casa cheia de história e amor**. 2015. Disponível em <<https://casadasamigas.com/blog/uma-casa-cheia-de-historia-e-amor/>>. Acesso em: dez. 2019.

CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 12º. Belo Horizonte, 2016. Blucher, novembro 2016, vol. 2 num. 9. Disponível em: <<https://www.proceedings.blucher.com.br/article-list/ped2016-277/list#event>>.

CONSUL. **Websérie Existe Razão - Episódio 1**. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=1r48EsoCoV8&list=PL6uKkUTliJBwZ6iSneADuIcr9A2qHB54&index=22>> Publicado em 06 de março de 2015. Acesso em: jul. 2019.

CONSUL. **Websérie Existe Razão - Episódio 1 (making off)**. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=jlHxhzS09No&list=PL6uKkUTlIjVBwZ6iSneADulcr9A2qHB54&index=21>> Publicado em 09 de março de 2015. Acesso em: jul. 2019.

CONSUL. **Websérie Existe Razão - Episódio 2**. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=ANuTONSDUAc&t=21s>> Publicado em 20 de março de 2015. Publicado em 20 de março de 2015. Acesso em: jul. 2019.

CONSUL. **Websérie Existe Razão - Episódio 3**. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Z9-SkMPT1d8&t=21s>> Publicado em 27 de março de 2015. Acesso em jul. 2019.

CONSUL. **Websérie Existe Razão - Episódio 3**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Vslkten1hmc>>. Publicado em 20 de março de 2015. Acesso em: jul 2019.

CONSUL. Casa Consul - Eduardo & Mônica - Lavadora Automática Consul Facilite. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Vslkten1hmc>. Publicado em 20 de março de 2015. Acesso em: jul. 2019.

COOP-ERÊ. Disponível em: <https://www.erelab-coopere.com.br/>. Acessado em: set. 2020.

CRIMP, Douglas. **Sobre as ruínas do museu**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

CURY, Marília. Museus em transição. In: SECRETARIA ESTADUAL DE MUSEUS - SISEM SP (org). **Museus: o que são, para que servem?** Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo. São Paulo, 2011. p. 17-29.

DE FUSCO, Renato. O design italiano. In: _____. **História do design**. São Paulo: Perspectiva, 2019. p. 274-325.

DUALIBI, Roberto. Roberto Duailibi, criador da premiação. In: MUSEU DA CASA BRASILEIRA. **Memória Prêmio Design MCB**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LBfpInchPCs>> Acesso em maio de 2020.

ERÊ LAB. Disponível em <<https://erelab.com.br>>. Acessado em: set. 2020.

ESTRADA, Maria Helena. Prêmio Museu da Casa Brasileira. In: **O Museu da Casa Brasileira**. São Paulo: Banco Safra, 2002. p. 26-28.

FABRIS, Yasmin. **Puras misturas**: as narrativas sobre o popular no Pavilhão das Culturas Brasileiras em 2010. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Tecnologia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2017.

FARIAS, Priscila Lena. Aprendendo com as ruas. In: BRAGA, Marcos da (org). **O papel social do design gráfico**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011. p. 163-183.

____. Concurso do Cartaz. In: MUSEU DA CASA BRASILEIRA. **31º Prêmio Design MCB**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2017. Catálogo. p. 3-4.

FERLAUTO, Claudio. **16º ao 20º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2006.

____. **O cartaz**: Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. São Paulo: Edições Rosari, 2009.

FIELL, Peter; FIELL, Charlotte. **Design do século XX**. Lisboa: Taschen, 2001.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2014.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOSTER, Hal. **O complexo arte-arquitetura**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

FRANÇA, Ana Paula, CORRÊA, Ronaldo de Oliveira. **Estratégias expográficas na mostra 29º Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira**: entre a contemplação e a crítica. Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Blucher, novembro 2016, vol. 2 num. 9. Disponível em <http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2016/0058.pdf>.

FREITAS, Elisa Maria Vasconcelos. **Musealização do Design**: a escolha de um discurso expositivo no contexto da Museologia Contemporânea. Dissertação apresentada à Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Portugal, Porto, 2014.

FRÚGOLI JR, Heitor. **Sociabilidade urbana**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

GIORGI JUNIOR, Giorgio. **21º ao 25º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2011.

GIRARDI, Levi. Categorias de produto. In: MUSEU DA CASA BRASILEIRA. **32º Prêmio Design MCB**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2018. Catálogo. p. 16-17.

GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. **Entre cenografias**: o Museu e a exposição de arte no século XX. São Paulo: Edusp, 2004.

GRAY, David E. Coletando dados primários: observação. In: _____. **Pesquisa no mundo real**. Porto Alegre: Penso, 2012. p. 320-341.

GUERRA, José Wilton. Solar Fábio Prado. In: **O Museu da Casa Brasileira**. São Paulo: Banco Safra, 2002. p. 14-17.

HARTKOPF, Celso. Currículo na Plataforma Lattes - CNPq. Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/2472255042650264>> Acessado em: abr. 2019.

_____. **Entrevista concedida a Ana Paula França (via e-mail).** Curitiba, 16 de abril de 2019.

HELLER, Steven. **Textos clássicos do design gráfico.** São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

HESKETT, John. **Desenho industrial.** Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

HISTÓRIAS DA ARTE EM EXPOSIÇÕES: Modos de ver e exibir no Brasil. Rio de Janeiro: Rio Books, 2016.

LATORRACA, Giancarlo. Anotações para um museu de arquitetura e design brasileiro. In: SECRETARIA ESTADUAL DE MUSEUS - SISEM SP (org). **Museus: o que são, para que servem?** Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo. São Paulo, 2011. p. 80-86.

LEON, Ethel. **Museu da Casa Brasileira: design no processo de artificação.** In: _____. Design em exposição: o design no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (1968-1978), na Federação das Indústrias de São Paulo (1978-1984) e no Museu da Casa Brasileira (1986-2002). Tese apresentada à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo para obtenção do título de doutora em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo. São Paulo, 2012. p. 139-171.

LERNER, Miriam; LATORRACA, Giancarlo. Introdução. In: GIORGI JUNIOR, Giorgio. **21º ao 25º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira.** São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2011. p. 7-10.

LOSCHIAVO, Maria Cecília. Design no Brasil: 1986-2016. In: **30 anos: Prêmio Design MCB.** São Paulo: Olhares, 2016. p. 93-125.

LUMINI. Disponível em <<https://lojavirtual.lumini.com.br/sobre>>. Acesso em: jan. 2020.

MARGOLIN, Victor. **A política do artificial: ensaios e estudos sobre design.** Rio de Janeiro: Record, 2014.

_____. Design para o desenvolvimento: mapeamento do contexto. In: NUNES, José Mauro; PATROCÍNIO, Gabriel (org.). **Design e desenvolvimento: 40 anos depois.** São Paulo: Blucher, 2015. p. 13-28.

MARTINELLI LUCE OFICIAL. **Euroluce 2017.** Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=McOJV9im4fs>>. Acesso em: jan. 2020.

MARTINELLI LUCE. **Produto Amarcord.** Disponível em: <<https://martinelliluce.it/it/Catalog/amarcord>>. Acesso em: jan. 2020.

MAUSBACH, Artur Grisanti. Produto. In: MUSEU DA CASA BRASILEIRA. **29º Prêmio Design MCB**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2015. Catálogo. p. 28-30.

MEIO E MENSAGEM. **Conhece a casa do Eduardo e da Mônica?**

2015. Disponível em:

<<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2015/04/12/conhece-a-casa-do-eduardo-e-da-monica.html>>. Acesso em: dez. 2019.

MELO, Chico Homem de. Como transformar 1700 em 300. In: ADG. **6ª Bienal de Design Gráfico**. São Paulo: ADG, 2002. p. 17-19.

_____. Design gráfico e design de produto: diálogos. In: **30 anos: Prêmio Design MCB**. São Paulo: Olhares, 2016. p. 127-161.

_____. **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MENESES, Ulpiano Bezerra de. A exposição museológica e o conhecimento histórico. In: **Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna**. Belo Horizonte, MG: Fino Traço, 2013. p. 15-88.

MERCADO MANUAL. Disponível em <<http://redemmanual.com.br/mercado>>. Acessado em: set. 2020.

MERCADO MANUAL. Mercado manual no MCB. Disponível em <<http://redemmanual.com.br/mm-museu-da-casa-brasileira>>. Acessado em: jan. 2019.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MUNDO DO MARKETING. **Consul se inspira em Eduardo e Mônica para montar showroom**. 2015. Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/33077/consul-se-inspira-em-eduardo-e-monica-para-montar-showroom.html>>. Acesso em: dez. 2019.

MUSEU DA CASA BRASILEIRA. **11º ao 15º Prêmio Design MCB**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2001. Catálogo.

_____. **29º Prêmio Design MCB**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2015. Catálogo.

_____. **30º Prêmio Design MCB**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2016. Catálogo.

_____. **31º Prêmio Design MCB**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2017. Catálogo.

_____. **32º Prêmio Design MCB**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2018a. Catálogo.

____. **32º Prêmio Design MCB - Concurso do Cartaz - Conheça a comissão julgadora.** Disponível em: <https://mcb.org.br/pt/design_mcb/juri/32o-premio-design-mcb-concurso-do-cartaz-conheca-a-comissao-julgadora/>. Acesso em: jul.2018b.

____. **32º Prêmio Design MCB - Resultado do Concurso do Cartaz.** Disponível em: <https://mcb.org.br/pt/design_mcb/32o-premio-design-mcb-resultado-do-concurso-do-cartaz/>. Acesso em: jul. 2018c.

____. **Abertura das exposições do 32º Prêmio Design MCB e do Concurso do Cartaz 2018.** Disponível em: <https://mcb.org.br/pt/design_mcb/abertura-das-exposicoes-do-32o-premio-design-mcb-e-concurso-do-cartaz-2018/>. Acesso em: dez. 2018c.

____. **Comissão julgadora do 32º Prêmio Design MCB - Produtos.** Disponível em: https://mcb.org.br/pt/design_mcb/juri/comissao-julgadora-do-32o-premio-design-mcb-produtos/. Acesso em: jul. 2018d.

____. **Comissão julgadora do 32º Prêmio Design MCB - Trabalhos escritos.** Disponível em: <https://mcb.org.br/pt/design_mcb/juri/comissao-julgadora-do-32o-premio-design-mcb-trabalhos-escritos/>. Acesso em: jul. 2018e.

____. **Confira as expectativas de Gal Oppido para o Concurso Cartaz.** Disponível em: https://mcb.org.br/pt/design_mcb/confira-as-expectativas-de-gal-oppido-para-o-concurso-do-cartaz-2018/. Acesso em: jul. 2018f.

____. **Espaço.** Disponível em <<https://mcb.org.br/pt/eventos/espaco/>>. Acesso em 2020a.

____. **Inscrições abertas para o 32º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira.** Disponível em: <https://mcb.org.br/pt/design_mcb/museu-da-casa-brasileira-abre-inscricoes-para-o-32o-premio-design-no-dia-20-de-junho/>. Acesso em: jul. de 2018g.

____. **Mercado Manual.** Disponível em: <<https://mcb.org.br/pt/programacao/especial/mercado-manual-2/>> Acessado em: dez. 2019.

____. **Mostra A Casa e a Cidade - Coleção Crespi Prado.** Disponível em: <<https://mcb.org.br/pt/programacao/exposicoes/a-casa-e-a-cidade-colecao-crespi-prado/>>. Acesso em: jan. 2019.

____. **Mostra Remanescentes da Mata Atlântica & Acervo MCB.** Disponível em: <<https://mcb.org.br/pt/programacao/exposicoes/mostra-remanescentes-da-mata-atlantica-acervo-mcb/>>. Acesso em: dez. de 2018h.

____. **Museu da Casa Brasileira divulga resultado do 32º Prêmio Design MCB.** Disponível em: <https://mcb.org.br/pt/design_mcb/museu-da-casa-brasileira-divulga-resultado-do-32o-premio-design/>. Acesso em: dez. 2018i.

____. **Museu da Casa Brasileira inaugura a exposição do 32º Prêmio Design.** Disponível em: <https://mcb.org.br/pt/design_mcb/museu-da-casa-brasileira-inaugura-a-exposicao-32o-premio-design/>. Acesso em: dez. 2018j.

____. **Museu da Casa Brasileira: Solar Fábio Prado.** São Paulo: Governo do Estado de São Paulo; Secretaria da Cultura, Ciência e Tecnologia e Tecnologia, 1978.

____. **Prorrogadas para 13 de abril as inscrições para o concurso do cartaz do 32º Prêmio Design MCB.** Disponível em: <https://mcb.org.br/pt/design_mcb/prorrogadas-as-inscricoes-para-o-concurso-do-cartaz-do-32o-premio-design-mcb/>. Acesso em: jul. 2018k.

____. **Restaurante Capim Santo.** Disponível em: <<https://mcb.org.br/pt/visite-o-mcb/restaurante/>> Acesso em agosto de 2020b.

____. **Roda de conversa virtual - Expografias no MCB - design de exposições temporárias e de acervo.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_rYz_N0QWLA&t=3994s>. Acesso em setembro de 2020c.

O'DOHERTY, Brian. *No interior do cubo branco.* São Paulo: Martins Fontes, 2002.

OLIVEIRA, Marcelo. *Produtos.* In: MUSEU DA CASA BRASILEIRA. **30º Prêmio Design MCB.** São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2016. Catálogo. p. 15-17.

OLSEN, Wendy. **Coleta de dados: debates e métodos fundamentais em pesquisa social.** Porto Alegre: Penso, 2015.

OPPIDO, Gal. *Concurso do Cartaz.* In: MUSEU DA CASA BRASILEIRA. **32º Prêmio Design MCB.** São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2018. Catálogo. p. 3-5.

OPPIDO, Gal. **Entrevista concedida a Ana Paula França (via aplicativo).** Curitiba, 20 de maio de 2019.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** Campinas, SP: Pontes Editores, 2015.

PIQUEIRA, Gustavo. **Cartaz vencedor.** In: 29º Prêmio Design MCB. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2015. p. 6.

PORTO, Bruno. *O que o júri fez.* In: ADG. **7ª Bienal de Design Gráfico ADG Brasil 2004.** São Paulo: ADG Brasil, 2004.

PORTO, Bruno. *Duas décadas de bienais brasileiras de design gráfico da ADG Brasil.* In: ADG Brasil. **10ª Bienal de Design Gráfico ADG 1998.** São Paulo: ADG Brasil, 2014. p. 14-15.

PROMARK. **Eduardo e Mônica: Ação traz também uma websérie que retrata a vida do casal.** 2015. Disponível em: <<https://propmark.com.br/agencias/casa->

consul-abre-no-rio-inspirada-na-historia-de-eduardo-e-monica/>. Acesso em: dez. 2019.

QUELUZ, Marilda. Questões pontuais sobre design e identidade. In: _____. **Design e identidade**. Curitiba: Editora Peregrina, 2008. p. 13-33.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

_____. **O destino das imagens**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

REDE MANUAL. Disponível em: <<https://redemmanual.com.br/>>. Acessado em: jan. 2019.

_____. **Mercado Manual**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCM3LLMKNPo1C22Zz5z1ppWA/search?query=mercado%20manual>>. Acessado em: jan. 2019.

RICETTI, Teresa. **Entrevista concedida a Ana Paula França (via aplicativo)**. Curitiba, 10 de maio de 2019.

RICO LINS + STUDIO. Disponível em <<https://www.ricolins.com/>>. Acesso em: nov. 2017.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. Existe design brasileiro? Considerações sobre o conceito de identidade nacional. In: QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro (org). **Design e identidade**. Curitiba: Editora Peregrina, 2008. p. 35-49.

SALONE MILANO. Disponível em: <<https://www.salonemilano.it/en/exhibitions/euroluce>>. Acesso em: nov. 2019.

SCHWARTZ, Galal Karla. **O lugar do Design nas exposições de arte: algumas contribuições para a definição de suas funções**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação da PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2017.

SIMONINI. **Entrevista concedida a Ana Paula França (via aplicativo)**. Curitiba, 18 de setembro de 2019.

THORNTON, Sarah. **Sete dias no mundo arte**: Bastidores, tramas e intrigas de um mercado milionário. Rio de Janeiro: Agir, 2010.

TÔ PRONTA. **Casa Consul Eduardo e Mônica no Barra Shopping**. 2015. Disponível em <<http://topronta.com.br/casa-consul-eduardo-e-monica-no-barra-shopping>>. Acesso em: dez. 2019.

TUDO ORNA. **A casa de Eduardo e Mônica**. 2015. Disponível em <<https://tudoorna.com/2015/05/24/casa-de-eduardo-e-monica/>>. Acesso em: dez. 2019.

WHIRLPOOL CORPORATION. Disponível em: <<https://www.whirlpool.com.br/>>. Acesso em janeiro de 2019.

WOODHAM, Jonathan M. Design promotion, profession, and management. In: _____. **Twentieth-century design**. Oxford University Press, 1997. p. 165-181.