

**Marilda Lopes Pinheiro Queluz**  
*Organizadora*

Coletânea de textos do  
**Grupo Design & Cultura**  
Departamento Acadêmico  
de Desenho Industrial. UTFPR



**design**

**cultura**  
**material**

*outros olhares*





**design**

**cultura  
material**

*outros olhares*



UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

*Reitor* Luiz Alberto Pilatti

*Vice-Reitora* Vanessa Ishikawa Rasoto



EDITORIA DA UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

*Coordenadora-Geral* Camila Lopes Ferreira

*Coordenadora-Adjunta* Vanessa Constance Ambrosio

CONSELHO EDITORIAL

*Titulares* Marcos Antonio Florczak

Thomaz Aurélio Pagioro

Eduardo Leite Kruger

Anna Luiza Metidierl Cruz Malthes

Douglas Sampaio Henrique

Francis Kanashiro Meneghetti

Awdry Feisser Miquelin

Rogério Caetano de Almeida

Ligia Patrícia Torino Guassu

*Suplentes* Ricardo Luders

Sara Tatiana Moreira

Alberto Yoshihiro Nakano

Cintia de Lourdes Nahhas Rodacki

Ricardo Yuji Sado

Anderson Catapan

Alessandra Dutra

Rodrigo Alexandre de Carvalho Xavier

Adriane de Lima Penteadó



**Marilda Lopes Pinheiro Queluz**  
*Organizadora*

Design & Cultura | Volume 5



**design**

**cultura  
material**

*outros olhares*

CC BY-NC-ND 4.0 Internacional Esta licença permite o download e o compartilhamento da obra desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es), sem a possibilidade de alterá-la ou utilizá-la para fins comerciais.

---

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

---

D457 Design & cultura material [recurso eletrônico] : outros olhares / Marilda Lopes Pinheiro Queluz, organizadora. – Dados eletrônicos (1 arquivo : 245 páginas). – Curitiba : EDUTFPR, 2020. – (Design & cultura ; v. 5)

Capa: “Coletânea de textos do Grupo Design & Cultura. Departamento Acadêmico de Desenho Industrial. UTFPR”.

Modo de acesso: <http://repositorio.utfpr.edu.br/>

ISBN 978-65-88596-42-5

1. Designers – Aspectos sociais. 2. Desenho (Projetos) – Cultura material. 3. Relações humanas e cultura. 4. Comunicação e cultura. I. Queluz, Marilda Lopes Pinheiro, org. II. Série.

CDD (22. ed.) 745.2

---

Bibliotecária: Tatiana Campos da Hora CRB-9/1854

Coordenação Editorial Camila Lopes Ferreira  
Projeto Gráfico Tarliny da Silva  
Capa Kando Fukushima  
Diagramação Marco Tulio Braga de Moraes  
Normalização Vitória Cristina Rodrigues Ricci  
Revisão Adão de Araujo  
Ana Flávia Lorena de Carvalho  
Gabriella Viana Müller

**EDUTFPR**

Editora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Av. Sete de Setembro, 3165  
80230-901 – Curitiba – PR  
<http://portal.utfpr.edu.br/editora/>

# SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO</b> .....	7
<b>COMO PRODUZIMOS ARTEFATOS: NOTAS SOBRE AS FORMAS DE DOCUMENTAÇÃO</b>	
Rodrigo Mateus Pereira, Valéria Faria dos Santos Tessari e Ronaldo de Oliveira Corrêa .....	13
<b>RODOLPHO DOUBEK: UMA TRAJETÓRIA ENTRE ARTE E LITOGRAFIA PARANAENSE</b>	
Alan Ricardo Witikoski e Marilda Lopes Pinheiro Queluz .....	29
<b>SISTEMAS TECNOLÓGICOS DE PRÁTICAS MUSICAIS: CONTEXTOS, ARTEFATOS E HORIZONTES</b>	
Fernanda Bornancin Santos e Rafael Togo Kumoto .....	47
<b>TECNOLOGIA E REPRESENTAÇÃO DE USUÁRIOS/AS NAS TIRAS CÔMICAS DO BLOG <i>VIDA DE SUPORTE</i></b>	
Thiago Estevão Calixto de Castro e Marilda Lopes Pinheiro Queluz .....	65
<b>MATERIALIDADES E REPRESENTAÇÕES NOS USOS DA ESTAÇÃO-TUBO EM CURITIBA</b>	
Suelen Christine Caviquiolo e Gilson Leandro Queluz .....	87
<b>LAMBE-LAMBE: POLÍTICA E POESIA NOS MUROS DAS CIDADES</b>	
Kando Fukushima .....	103
<b>INTERVENÇÃO URBANA COMO CONSTRUÇÃO SOCIAL E TECNOLÓGICA SOB A ÓTICA DOS MICRORROTEIROS DA CIDADE</b>	
Fernanda Bornancin Santos e Marilda Lopes Pinheiro Queluz .....	119
<b>OS SIGNIFICADOS DO FOGÃO A GÁS NAS PÁGINAS DE <i>CASA E JARDIM</i>: A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA COZINHEIRA PRENDADA NA PERSPECTIVA DA CULTURA MATERIAL (ANOS 1950 E 1960)</b>	
Ana Caroline de Bassi Padilha e Marinês Ribeiro dos Santos .....	133
<b>REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO NOS ESPAÇOS DA CASACOR SÃO PAULO 2012: PERMANÊNCIAS E TENSÕES</b>	
Cláudia Regina Hasegawa Zacar, Marinês Ribeiro dos Santos e Ronaldo de Oliveira Corrêa .....	155
<b>CULTURA MATERIAL E RELAÇÕES DE GÊNERO: REPRESENTAÇÕES DE MASCULINIDADES EM UMA BARBEARIA CURITIBANA</b>	
Vinícius Miranda de Moraes e Marinês Ribeiro dos Santos .....	175
<b>A PERSONALIZAÇÃO NA DECORAÇÃO DOS INTERIORES DOMÉSTICOS NA REVISTA <i>CASA E JARDIM</i> E NO BLOG <i>HOMENS DA CASA</i></b>	
Lindsay Jemima Cresto e Marinês Ribeiro dos Santos .....	197
<b>O VINTAGE E O RETRÔ COMO ESTRATÉGIAS DE PERSONALIZAÇÃO DE INTERIORES DOMÉSTICOS</b>	
Ligia Cristina Battezzati e Marinês Ribeiro dos Santos .....	219
<b>SOBRE A ORGANIZADORA</b> .....	241
<b>SOBRE OS AUTORES</b> .....	242



## APRESENTAÇÃO

Pode-se dizer que este é um livro que, para além de discutir o conceito de cultura material, busca táticas e questiona estratégias de pesquisa em design, procurando valorizar todas as pessoas envolvidas nas várias etapas de projeto, nas materialidades dos artefatos e na construção de significados. Os limites do que pode ser considerado escopo dos estudos sobre design são borrados à medida que: voltam-se para outras áreas (música, quadrinhos, arte, por exemplo); tomam emprestado conceitos e metodologias da antropologia, da sociologia, da história da arte, dos estudos culturais; abrangem fazeres e saberes do mundo do trabalho, da esfera da produção, do consumo e do uso. Retoma-se aqui, de modo problematizado, a ideia tão cara a Daniel Miller de que as coisas que construímos, usamos e descartamos, acabam, de alguma forma, por nos constituir como sujeitos.

É notável a forte influência de autores ligados às teorias críticas da tecnologia que procuram pensar as relações entre ciência, tecnologia e sociedade (CTS), como Ruy Gama, Andrew Feenberg, Patrik Feng; e dos estudos culturais, como Raymond Williams e Stuart Hall. Evita-se a visão de design colado a posturas de um determinismo tecnológico, optando-se por sublinhar a agência das pessoas, as diferenças e trocas culturais, as resistências e negociações frente às relações de poder e às estruturas hegemônicas. Há um desejo de dar visibilidade às contra-hegemonias, às diferentes tentativas de reapropriação dos códigos técnicos. Algumas teóricas como Joan Scott e Judith Butler fundamentam as pesquisas sobre as questões de gênero, enquanto outras, como Madeleine Akrich e Judy Attfield, foram retomadas com o intuito de deslocar o foco do design para a produção de significados e a coparticipação dos/das usuários/usuárias na atividade de projetar.

Algo que perpassa todos os textos, ainda que não como fio condutor, é a necessidade de pensar novas interpretações e abordagens para a história do design, destacando as ações coletivas, as práticas cotidianas, as subjetividades imbricadas nas narrativas, as experiências vividas, as memórias de saberes e fazeres, as negociações diárias de processos construtivos, opções de materiais, aspectos simbólicos, disputas de representações de gênero, de raça e etnia, de classe, de gerações. Procura-se compreender como as instâncias do cotidiano são recriadas na memória, normatizadas pelas revistas de decoração, mídias de estilos de vida, tensionadas e reinventadas por trabalhadores e trabalhadoras.

O design e os conceitos acionados em seus discursos são situados no tempo e no espaço, dinamizados e relativizados nos atos de projetar, consumir e usar, em diálogo com os valores sociais e culturais. O contexto aqui não funciona como pano de fundo, mas é articulado como processo em constante transformação.

Há vários caminhos de leitura possíveis, quase como um jogo de amarelinha cortazariano, mas os textos foram ordenados considerando quatro temáticas:

- a) discussões em torno dos acervos, coleções, registro de saberes e fazeres aparecem em *Como produzimos artefatos: notas sobre as formas de documentação*, de Rodrigo Mateus Pereira, Valéria Tessari e Ronaldo de Oliveira Corrêa. Usando o procedimento de **entrevistas narrativas extensas com trabalhadores**, estes autores demonstram como o design está ligado ao desenvolvimento de táticas de construção de identidades e modos de estar no mundo, e que o processo de produção não é linear, mas se constitui nas práticas cotidianas das relações de trabalho. Já Alan Ricardo Witikoski e Marilda Lopes Pinheiro Queluz destacam as intersecções entre os caminhos da arte e do design em *Rodolpho Doubek: uma trajetória entre arte e litografia paranaense*. A história individual é tramada entre saberes e fazeres coletivos nas atividades da indústria gráfica;
- b) redes sociais e espaços virtuais são vistos como possibilidades criativas de produção e apropriação de conhecimentos, ainda que permeados pelas hierarquias e complexas relações de poder de nossa sociedade. *Sistemas tecnológicos de práticas musicais: contextos, artefatos e horizontes*, escrito por Fernanda Bornancin Santos e Rafael Togo Kumoto, interroga a relação entre dons/instrumentos/música, ressaltando as materialidades cotidianas das práticas musicais de diferentes grupos sociais, a riqueza das paisagens sonoras urbanas e a pluralidade dos usos dos artefatos e sistemas tecnológicos voltados para a música. Ao investigar as representações de tecnologia nas tiras cômicas da internet, Thiago Estevão Calixto de Castro e Marilda Lopes Pinheiro Queluz assinalam como a ironia constrói estereótipos de gênero e de gerações, mas também problematiza os diferentes usos, adaptações, apropriações e interpretações da informática, em *Tecnologia e representação de usuários/as nas tiras cômicas do blog Vida de suporte*;

- c) espaço urbano e os entrecruzamentos sociais, culturais, entre mídia e comunicação visual, são o foco de três capítulos. *Materialidades e representações nos usos da estação-tubo em Curitiba*, de Suelen Christine Caviquiolo, analisa as materialidades, representações e os usos das estações-tubo como elementos constituintes de símbolos de desenvolvimento urbano, de modernização de transporte, colados à ideia de Curitiba como uma cidade modelo. Mas são, também, arenas de disputas de vários grupos sociais que interagem e transformam o sistema tecnológico, provocando alternativas e compartilhando outras identidades. Kando Fukushima investiga, em *Lambe-lambe: política e poesia nos muros das cidades*, como os usos de determinados suportes, tipografias, ilustrações e espaçamentos subvertem as práticas e as linguagens gráficas, pluralizando as formas de expressão criativa e a socialização do conhecimento, produzido entre protestos e experiências poéticas. Fernanda Bornancin Santos e Marilda Lopes Pinheiro Queluz abordam a mesma questão, só que pela ótica da *Intervenção urbana como construção social e tecnológica sob a ótica dos microrroteiros da cidade*. Partindo do estudo das propostas artísticas de Laura Guimarães para a cidade de São Paulo, as autoras explicam como a intervenção (em pontos de ônibus, muros, postes, lixeiras) provoca deslocamentos das memórias e vivências dos lugares, dos espaços da arte, das relações entre autor/expectador. A arte funciona, assim, como processo coletivo, como ação política e estética;
- d) design de interiores, os arranjos domésticos e as revistas de decoração como mídias de estilos de vida são problematizados em cinco textos, tendo como fundamentação teórica as teorias de gênero. *Os significados do fogão a gás nas páginas de Casa e Jardim: a construção da imagem da cozinha prendada na perspectiva da cultura material (anos 1950 e 1960)*, de Ana Caroline de Bassi Padilha e Marinês Ribeiro dos Santos, discute como a modernização do espaço doméstico foi construída por reportagens e anúncios publicitários, associando a ideia de eficiência e praticidade a aspectos simbólicos e afetivos. O preparo das refeições era tratado pela revista como uma atividade feminina, uma experiência de cuidar da família e uma tarefa recreativa. Cozinhar em um fogão

a gás traria tempo livre para família e simbolizaria a atitude de uma mulher moderna. *Representações de gênero nos espaços da CASACOR São Paulo 2012: permanências e tensões*, de Cláudia Regina Hasegawa Zaccar, Marinês Ribeiro dos Santos e Ronaldo de Oliveira Corrêa, expõe o modo como determinados tipos de feminilidades e de masculinidades são materializados nas escolhas de materiais, cores, móveis, tecidos e papeis de parede, refletindo e ajudando a constituir subjetividades de meninas e meninos. Embora o design tenha a potência de questionar padrões e valores, nesse caso, acaba por reforçar estereótipos. Em *Cultura material e relações de gênero: representações de masculinidades em uma barbearia curitibana*, Vinícius Miranda de Moraes e Marinês Ribeiro dos Santos reiteram a importância dos artefatos na construção socio-cultural das relações de gênero. Questionam o ideal de masculinidade acionado pelos repertórios temáticos ligados aos esportes, especialmente ao futebol, e as classificações entre **coisas de macho** e o modelo de **homem clássico**. Em outra chave de leitura, Lindsay Jemima Cresto e Marinês Ribeiro dos Santos elencam as estratégias discursivas usadas nas dicas de decoração para encontrar soluções criativas e econômicas. O capítulo *A personalização na decoração dos interiores domésticos na revista Casa e Jardim e no blog Homens da casa* mostra o investimento na ideia do **faça você mesmo** como aquele toque pessoal que cria uma identidade única ao ambiente. Processos constituídos historicamente como o reuso e o desvio de função ganham novas significações na exaltação do singular, da nostalgia de objetos antigos, cheios de histórias e memórias de outros tempos, outros lugares, outras pessoas. Nesse mesmo sentido, Ligia Cristina Battezzati e Marinês Ribeiro dos Santos discutem *O vintage e o retrô como estratégias de personalização de interiores domésticos*. Na busca de uma decoração pessoal e diferenciada, sobretudo pelas classes médias e altas, a prática de reinventar as experiências vividas no passado, ressignificando as heranças culturais, valoriza os objetos *vintage* e *retrô*. Os discursos sobre a individualização e a criatividade tentam atenuar a função distintiva dos artefatos como marcadores de identidade social e o caráter normativo dos arranjos decorativos contemporâneos.



Outra linha comum tramada nestes capítulos é a urgência em ouvir, olhar atentamente quem são as pessoas envolvidas nisto que chamamos de design – atividade e artefato a um só tempo. Como se dão os arranjos entre as pessoas e as coisas? Como atribuímos sentido ao mundo com e através dos objetos? Como construímos novas relações sociais? Como criamos redes de significados? Como incluímos e excluimos pessoas, classificamos, hierarquizamos, rompemos ou reiteramos as assimetrias de poder? Como subvertemos projetos, democratizamos tecnologias e sistemas técnicos? Como arte e design podem fazer parte da vida, entre contradições e utopias concretas? Tentar responder a estas perguntas ou propor novas questões é o desafio que deixamos para você leitor/leitora.

*A organizadora*



# **COMO PRODUZIMOS ARTEFATOS: NOTAS SOBRE AS FORMAS DE DOCUMENTAÇÃO**

Rodrigo Mateus Pereira  
Valéria Faria dos Santos Tessari  
Ronaldo de Oliveira Corrêa



## INTRODUÇÃO

Este capítulo tem como objetivo discutir as maneiras pelas quais processos de produção de artefatos podem ser descritos e registrados. Neste propósito, exploramos os procedimentos metodológicos empregados em duas pesquisas para a formação em pós-graduação, a saber: *Fazer é pensar, pensar é fazer: o trabalho e os artefatos na fábrica de calçados Zeferino, Novo Hamburgo, RS* (TESSARI, 2014) e *Construção e design de guitarras nos anos 1960 e 1970: narrativas sobre trabalho e trajetórias em São Paulo – SP e Porto Alegre – RS* (PEREIRA, 2014), ambas concluídas em fevereiro de 2014.

Ao pensar os artefatos a partir da perspectiva da cultura material, é possível compreender o *design* como uma atividade social, um processo constituído pelas pessoas e por meio do qual as pessoas se constituem. Como atividade humana, o *design* possibilita o desenvolvimento de estratégias de construção de identidades e de maneiras de lidar com o mundo contemporâneo e suas transformações (ATTFIELD, 2000; MILLER, 2013). Consideramos ainda o design como uma atividade de criação e projeto, de como fazer (processo) e do que fazer (artefato). Isso permite que o artefato, assim como a forma pela qual este é produzido, possa ser tomado como objeto de estudo. Dessa forma, ponderamos sobre o ato de a produção ser também uma atividade humana, constituída a partir da relação entre princípios sociais e culturais e a materialização de técnicas. Tal atividade se configura como cultura material, um conjunto de objetos externos à substância que os compõem (MURA, 2011).

Ainda sob a ótica da área do design, também é possível considerar caracterizações de modos de produção, de desenvolvimento e de agrupamento de métodos e tecnologias. Um processo construtivo comumente envolve uma ampla gama de conhecimentos, técnicas, utilização de materiais, desde os incorporados de formas produtivas manuais aos modos de produção industrializados. Barato (2011) considera que o aprendizado, o manejo e a compreensão das ferramentas de um ofício, incluindo desenhos esquemáticos e plantas, acontecem a partir de "(...) uma prática social que elabora continuamente um saber coletivo" (BARATO, 2011, p. 20). A competência em produzir se vincula à leitura das representações, bem como à execução. O saber não é desvinculado do fazer (BARATO, 2011). Essa constatação mostra que um repertório de técnicas não é apenas um conjunto de habilidades que pode ser utilizado mecanicamente, mas, sim, um elemento essencial na constituição do saber do trabalho.

Desse ponto de vista, a descrição e a documentação dos repertórios de técnicas e saberes permitem compreender as complexas relações entre os sujeitos, os materiais e os gestos. O inventário de gestos pode ser constituído via mapeamento das cadeias operatórias, aqui entendido como:

(...) indicador de uma visão da técnica que a considera um processo, uma sequência de operações dinâmicas e não, como muitas vezes tem sucedido em outros estudos, um mero sistema de classificação de objetos e de gestos inspirados em teorias evolucionistas ou estruturalistas (MARQUES, 2009, p. 17).

Sobre esta questão no Brasil, Gama (1985, p. 3) comenta que "(...) não temos nem sequer descritas com suficiente clareza (sem falar na falta de figuras ilustrativas) as ferramentas usadas nos ofícios mais comuns", demonstrando a imprescindibilidade de se pensar esse tema com seriedade e profundidade.

Dessa forma, o presente capítulo propõe descrever e discutir duas formas de documentar os saberes e o trabalho situados em espaço e tempo diferentes. A primeira descrição aborda a fabricação de sapatos em uma fábrica em Novo Hamburgo/RS, na qual o arranjo fabril foi constituído por meio de uma combinação entre técnicas manuais e mecanizadas. Por meio de entrevistas narrativas extensas, procedeu-se à coleta de documentos (textos, imagens e artefatos) e foi possível criar uma descrição das maneiras pelas quais os artífices desta fábrica realizam o trabalho. Importante salientar que denominamos aqui os trabalhadores como artífices, ao modo de Sennett (2012, p. 30), para quem o artífice "(...) representa uma condição humana especial: a do engajamento".

O relato seguinte debate, com dados acessados também através de entrevistas, realizadas em São Paulo/SP e Porto Alegre/RS, a reconstrução da cadeia operatória da construção de guitarras elétricas no Brasil nos anos 1960 e 1970. Utilizaram-se como direcionamento as narrativas dos próprios artífices que, com suas memórias, ainda que sob tensões entre lembrar e esquecer, permitiram traçar um panorama da atividade e explorar os métodos produtivos utilizados por eles. Empregando-se um quadro que detalha cada etapa da operação, é possível apreciar ordenações de trabalho, sequências operatórias e ferramentas utilizadas, através de uma visão geral e abrangente do processo.

## UMA DESCRIÇÃO DO PROCESSO DE PRODUÇÃO DE SAPATOS NA FÁBRICA ZEFERINO, NOVO HAMBURGO/RS

O arranjo da fábrica de calçados Zeferino foi constituído no encontro entre técnicas do fazer manual e do mecanizado. Fazeres de um tipo de produção compreendida como subalterna — a manual — e de outra tida como hegemônica no meio capitalista — a mecanizada — foram selecionados e combinados com o objetivo de criar possibilidades para produzir calçados distintos dos fabricados por meio de arranjos somente manuais ou mecanizados. Quanto a este tipo de arranjo, Mendes (2011, p. 58, grifo do autor) afirma que:

A constituição de projetos capitalistas na modernidade pode carregar em si uma tendência a construir **oposição maniqueísta** entre: moderno e tradicional; culto e popular; hegemônico e subalterno, sendo usualmente o artesanato situado como uma prática tradicional, de classes populares e subalternas.

No entanto, deslocar o fazer artesanal e o fazer mecanizado — desfazendo a ideia de polaridade — permite criar intersecções e encontros que dão origem a outras formas de fazer artefatos.

Ao investigarmos os modos de fazer da fábrica de calçados Zeferino, recorreremos a fontes distintas, a saber: coleta de documentos sobre o processo de desenvolvimento, entrevistas com os artífices, e artefatos. Durante a pesquisa foi possível perceber, pelas narrativas dos modelistas<sup>1</sup> entrevistados, que na fábrica havia tanto uma sequência operacional estabelecida como a **sequência normal**, quanto sequências operacionais pensadas especificamente para a produção de certos modelos. A sequência operacional mais comum está registrada no documento **Fábrica Zeferino Novo Hamburgo/RS**<sup>2</sup> elaborado pelo modelista Diogo Terme de Oliveira, e inclui primordialmente as etapas realizadas dentro da fábrica, a saber: modelagem, almoxarifado, corte, chanfração, preparação, costura, pré-fabricação, montagem, acabamento e revisão. Cada etapa corresponde a um setor da fábrica.

O *scarpin* CLO50, que apresentamos em seguida (Figura 1), foi apontado pelos entrevistados como um dos modelos que seguem essa sequência operacional.

---

1 Na fábrica Zeferino modelistas são responsáveis por fazer a modelagem dos calçados, desenvolver os componentes e coordenar diretamente os artífices na fabricação das amostras.

2 Documento elaborado para apresentar a fábrica aos funcionários de outras unidades Zeferino em reunião realizada em São Paulo/SP, em julho de 2008.



Figura 1 – *Scarpin* Zeferino CLO50  
Autora: Fasoli (data desconhecida).

Segundo Matos (2013 apud TESSARI, 2014, p. 152), seu processo de fabricação: “(...) é bem simples, é muito simples, ele tem três costuras por pé, no python aumenta para (...) mais duas, (...). Tem as emendas, mas ele não tem dificuldade nenhuma, esse aqui é muito simples”.

Matos (2013 apud TESSARI, 2014, p. 162) ainda faz a seguinte descrição desta sequência de fabricação: “(...) vai para o corte, cai na chanfração, chanfra, chega na costura a preparadeira vai preparar o máximo que puder, vai para a máquina de costura no máximo duas vezes, vai, volta para a preparação, vai para a costura e acabou!”.

Tal modelo foi considerado pelos entrevistados como um artefato que possibilita maior produtividade, condição que é reforçada por sua constante reedição, já que integra uma parte perene das coleções Zeferino. De igual modo, esta produção constante permite aperfeiçoamento e domínio técnico e gera a incorporação dos saberes relativos à sua fabricação por parte dos artífices. Além disso, segundo os modelistas, a condição de reedição facilita o planejamento de compra de matérias-primas e a organização do trabalho.

No entanto, durante a realização das entrevistas, percebeu-se que a sequência utilizada na fabricação do *scarpin* CLO50 não podia ser aplicada a todo o tipo de modelo. Sua ordem podia ser negociada ou alterada de acordo com as particularidades de outros modelos, como é o caso do *scarpin* LEY01, apresentado em seguida (Figura2).





Figura 2 – *Scarpin* Zeferino LEY01  
Autora: Fasoli (data desconhecida).

As características do *scarpin* LEY01 são distintas das do modelo supracitado. Seu cabedal<sup>3</sup> é composto por uma sobreposição elaborada de três materiais diferentes (cetim, tiras de camurça e *python*), além do forro, e leva aplicação de rebites de metal, alinhados sequencialmente em curva e depois alternados. A montagem do cabedal sobre a plataforma também exige que o artefato tenha uma seqüência de operações específicas na linha de produção. Neste caso, a palmilha de montagem deve ser preparada já com a plataforma embutida. Isso adianta a entrada de um elemento no processo, requer modelagem específica, altera o conjunto de peças a serem cortadas e exige dos artífices atenção para não concluírem a montagem se algum processo foi esquecido.

No entanto, é no setor da costura que este modelo mostra de maneira mais contundente as especificidades de sua seqüência operacional. Enquanto um modelo como o CLO50 possui de três a cinco costuras por pé, o LEY01 tem mais de 200 costuras por pé. No processo de costuras estão envolvidos os trabalhos de preparação e costura. As preparadeiras<sup>4</sup> fazem dobras no couro preparando os lugares que serão costurados, marcando-os com martelo e fixando-os levemente com cola. A seguir, a costureira faz as costuras à máquina selando a junção das peças. Normalmente, nem todas as dobras podem ser preparadas de uma vez, então o corte de couro é preparado ao máximo, vai para a costura. Volta para a preparação para fazer as dobras que faltaram, vai

---

3 Cabedal ou gáspea é a maior parte aparente de um sapato, compreendendo toda a área acima da sola. Pode ser formado por uma peça inteira ou por um conjunto de peças justapostas por meio de costuras (CHOKLAT, 2012).

4 As preparadeiras trabalham ao lado das costureiras e preparam as peças cortadas para a costura, por meio de dobras e colagem.

para a costureira novamente, que finaliza esta etapa. Este é o caso do CLO50, que leva de três a cinco costuras. Todavia, o modelo LEY01, que possui mais de 200 costuras, faz o trajeto entre a preparadeira e a costureira mais de 200 vezes, elevando o seu tempo de permanência em produção. Matos (2013 apud TESSARI, 2014, p. 162) registrou em entrevista que um par do LEY01 levou em média três dias para ser concluído: “É cem por cento manual, essa costura é muito demorada, a costureira tem que costurar várias vezes, né? (...) E a gente não consegue seguir um processo normal que qualquer fábrica mais industrializada, que não fosse tão manual, conseguiria”.

Dois fatores ainda aumentaram o nível de dificuldade para fazer o modelo. Primeiro, a dublagem<sup>5</sup> da camurça em pontos determinados com couro de *python*. Tais pontos eram torcidos e presos com um rebite de metal, o que revelava o couro de *python*. O modelista Oliveira (2013 apud TESSARI, 2014, p. 159) informa que: “(...) é muito mais difícil ela (a preparadeira) colocar (o *python*) só em alguns pedacinhos do que se colocasse em tudo! (...) Dublava uma placa grande (...) não! É tirinha por tirinha por causa do preço do python, né?”.

Segundo Oliveira (2013 apud TESSARI, 2014, p. 160), a colocação do rebite de metal, cujos locais variavam conforme a numeração de tamanho dos pares de sapatos: “(...) além de ser preparada uma a uma elas (as tiras) tem que ser gabaritadas para ter a posição aqui da que vai virar e rebitar. São vários processos!”.

Para que: “(...) não fique um pé com o rebite no meio, o outro no traseiro, quer dizer, a conferência do que está sendo feito, toda hora a costureira tem que pegar gabaritos e conferir se o que ela fez está certo.” (OLIVEIRA, 2013 apud TESSARI, 2014, p. 162).

Este processo permite perceber que, para fazer o modelo LEY01, é necessário inserir outras etapas entre as estabelecidas na sequência mais comum de produção de calçados na fábrica Zeferino, gerando desdobramentos do trabalho. As etapas inseridas são: sobreposição de materiais (cortar uma placa de cada material, dublar parcialmente a camurça com o *python*, preparar as sobreposições), justaposição de materiais (cortar as placas em tiras, preparar as tiras justapostas, virar nas marcações), costura das tiras justapostas (aplicar manualmente os rebites nas marcações). Por fim, os modelistas ponderam que uma fábrica de calçados que tivesse a produ-

---

5 Neste contexto a dublagem consiste na colagem de dois materiais, avesso com avesso.

vidade como prioridade não consideraria desenvolver tal modelo. Analisam que esta maneira de produzir sapatos, por meio da combinação de modos manuais e modos mecanizados, é um processo de maior:

(...) sacrifício, a gente se doa mais para fazer um sapato aqui do que em outra empresa, tu tem que ter uma visão bem maior, porque tu mescla, aqui é muito mesclado! Aqui tu pegas um pouco do industrial enorme! E tecnologia que é laser, a gente trabalha com laser, com estudo de material, com a questão do feeling de ter uma linha, de ter uma identidade da marca! Com a questão bem manual mesmo de ter trissê, de ter aplicação de strass, aplicação de cravo! E isso é muito bom! Só que é muito penoso! Num é fácil! É bem penoso, mas é muito bom e é gratificante! (MATOS, 2012 apud TESSARI, 2014, p. 59).

Por meio destas descrições, buscamos apresentar alguns dos modos como os artífices da fábrica Zeferino produzem sapatos. A reconstrução destas sequências permite entender os conflitos, as modificações e negociações realizadas entre os diferentes sujeitos do processo. Tal narrativa permite ainda compreender como um processo de produção não é linear, uma vez que é constituído cotidianamente por meio dos saberes dos artífices, de maneira que abrem uma fissura na ideia de trabalho fabril alienado.

## FABRICAR UMA GUITARRA NO BRASIL

A construção de guitarras elétricas pode ser considerada um processo novo, quando pensada em relação à produção de outros instrumentos, como o violão e o violino. Este instrumento foi inventado nos Estados Unidos da América, na primeira metade do século XX, basicamente através da eletrificação de violões, possibilitando assim alcançar grandes volumes sonoros, sem dúvida um dos maiores propósitos que motivaram sua invenção. Millard (2004) sugere que a guitarra trouxe ao público volume sonoro antes desconhecido na natureza. Sendo o integrante mais novo da família do violão, a guitarra segue muito de seu antecessor estrutural e funcionalmente, tornando-se um híbrido entre o violão e a eletrônica, tecnologia esta que se iniciava em grandes avanços, nos momentos que ainda seguiam a busca pela automação e aumento produtivo, iniciados na Revolução Industrial. Considera-se aqui um entendimento inicial sobre o hibridismo que, de acordo com Canclini (2013, p. 19), é fruto de "(...) processos socioculturais nos quais as estruturas ou práticas (...) se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas".

Em virtude de se originar no então ambiente fabril que a indústria do violão utilizava, o processo de fabricação da guitarra herdou muitas técnicas, mas também desenvolveu métodos exclusivos, inventados juntamente com as necessidades recém-descobertas para a construção do novo artefato. Esses processos novos envolviam exatamente as facilidades promovidas pelas características básicas da guitarra (corpo sólido e captação magnética), em detrimento do violão. Assim, considera-se a guitarra elétrica um instrumento apropriado (e desenvolvido) para a produção fabril, quando dispensava grande número de artesãos especializados e se adequava ao maquinário disponível. São características típicas da produção norte-americana de guitarras: investimento em design com foco na produção, rapidez, economia, alta oferta e preço baixo, de produção e venda (RAYNA; STRIUKOVA, 2011). Importante considerar que, apesar de tratada neste texto como fábrica (nos padrões propostos pela Revolução Industrial), ponderamos que a fabricação de guitarras nos Estados Unidos da América, na década de 1940, se encaixa, possivelmente, entre a manufatura e a fábrica, levando em conta o recorte temporal com a caracterização atual de fábrica.

Pouco depois de sua invenção nos Estados Unidos da América, aproximadamente dez anos (CAESAR, 1999; INGRAM, 2001), a indústria brasileira de construção de instrumentos inclui a guitarra elétrica em sua produção. Caesar (1999) sugere sua construção teve início no final dos anos 1950, quando *luthiers* de violão e fábricas de instrumentos de cordas iniciaram os primeiros experimentos, e pondera que Vitório Quitillio, então funcionário da Del Vecchio e construtor de captadores magnéticos, foi o precursor nesta movimentação no Brasil. Vale ressaltar que músicos interessados em ter seu próprio instrumento também passaram a buscar formas de construir guitarras.

É esse contexto da inserção da guitarra elétrica na cadeia produtiva de instrumentos no Brasil que este texto pretende focar, identificando e mostrando o modo de produção da guitarra nacional nos anos 1960 e 1970 e propondo uma forma de descrição e documentação deste processo.

O método encontrado para alcançar esse objetivo foi acessar os próprios construtores da época. Foram selecionados quatro colaboradores (seguindo critérios específicos da pesquisa), entrevistados por cerca de quatro horas cada um, ocasião em que puderam lembrar as técnicas (exclusivas ou copiadas) de como **fazer** uma guitarra elétrica. As possibilidades de reconstruir essa história recaem somente sobre essas narrativas dos artesãos, suas lembranças e percepções, uma vez que contemplam um tema pouco encontrado na literatura, ainda mais quando pensado na realidade brasileira, onde são raros os acervos e a documentação de processos produtivos.

Efetivamente, no Brasil, o processo construtivo se distancia do executado naquele momento nos Estados Unidos da América (anos 1950). Como comentado, enquanto norte-americanos experimentavam um processo industrial, no Brasil se iniciava a produção de forma artesanal, individual e quase totalmente desprovida de maquinário. Essa experiência de **fazer na mão**<sup>6</sup> desenvolveu nestes indivíduos um aprendizado entranhado no autodidatismo e possibilitou, após o conhecimento e domínio da construção, a criação e expansão de técnicas específicas. Benvenuti<sup>7</sup> (2012 apud PEREIRA, 2014, p. 54) comenta que “No começo era interessante porque a criatividade fazia você se virar. Então as ferramentas eram tudo”.

Assim, com base nos relatos destes construtores, procedeu-se a uma síntese de cadeia operatória da luteria de guitarras elétricas, considerando as narrativas independentes de cada entrevistado para compor uma sequência de operações, ilustrando como se dava a construção de guitarras elétricas especificamente no recorte temporal. A concepção de cadeia operatória é desenvolvida por Marques (2009), baseada em Balfet, como sendo uma ferramenta de “observação, descrição e análise de processos técnicos” (MARQUES, 2009, p. 144). Trata-se de um agrupamento de operações e processos dispostos em um quadro de referência, que objetiva mostrar a sequência de trabalho de uma atividade, a reunião das etapas. Assim, o modo de construção de cadeia operatória proposto toma aquele utilizado por Marques (2009), com variação apenas de alguns tópicos, que envolvem, além das sequências de atividades, também detalhes das operações, ferramental e de fonte de energia.

A cadeia operatória aqui desenvolvida, sendo condensada e derivada de várias fontes, não contempla o processo exato de fabricação de cada entrevistado, mas sim uma visão ampla da luteria da guitarra no recorte temporal. Mesmo compartilhando uma realidade semelhante, cada colaborador utilizava métodos de trabalho singulares e distintos em muitas etapas, além das próprias concepções técnicas dos instrumentos produzidos, estrutura física, equipamentos e mão de obra diferentes. O item **fonte de energia** é pertinente quando define quais e como as ferramentas eram utilizadas, permitindo uma apreciação onde, mesmo entre usuários de máquinas elétricas, o trabalho manual sempre esteve presente.

---

<sup>6</sup> Frase-chave citada em diversos momentos nas entrevistas.

<sup>7</sup> Romeu Benvenuti, proprietário da marca Begher, construiu sua primeira guitarra em 1957 (PEREIRA, 2014).

ETAPA	SEQUÊNCIA	OPERAÇÃO	FERRAMENTA	FONTE DE ENERGIA		
1	1.1	1.1.1	Compra da madeira			
		1.2	Usinagem da madeira			
	1.3	1.3.1	1.3.1	Corte das silhuetas	Serra circular (F001) Desempenadeira (F002) Eletricidade	
			1.3.2	Corte do canal do tirante	Serra de fita (F012) Tico-tico de bancada (F025) Tupia Superior (F027) Eletricidade	
		1.3.3	1.3.3	Colagem da escala no braço	Tupia superior (F027) Tupia de bancada (F026) Serrote (F007) Máquina específica (F023) Eletricidade	
			1.3.4	Arredondamento do braço	Prensa manual (F009) Prensa elétrica (F010) Manual	
		1.4	1.4.1	1.4.1	Cálculo da escala	Escantilhão (F005) Manual
				1.4.2	Marcação dos cortes	Transferidor de grau (F006) Manual
			1.4.3	1.4.3	Abertura de canais dos trastes	Serrotinho (F008) Máquina específica (F024) Manual
				1.4.4	Colocação das marcações	Furadeira (F004) Formão (F017) Tupia Superior (F027) Eletricidade
			1.4.5	Nivelamento das marcações	Raspilha (F015) Manual	
			1.4.6	Colocação de trastes	Martelo (F016) Manual	
	1.4.7		Corte dos trastes	Alicate tórques (F014) Manual		
	1.4.8		Acabamento de trastes	Lima (F019) Manual		
2	2.1	2.1.1	Compra da madeira			
		2.2	Usinagem da madeira			
	2.3	2.3.1	2.3.1	Corte da silhueta	Serra circular (F001) Desempenadeira (F002) Eletricidade	
			2.3.2	Colocação de frisos	Tupia Superior (F027) Serra de fita (F012) Tico-tico de bancada (F025) Eletricidade	
		2.3.3	2.3.3	Furação das cavidades	Formão específico (F022) Tupia Superior (F027) Manual	
			2.3.3	Furação das cavidades	Furadeira (F004) Formão (F017) Tupia Superior (F027) Eletricidade	
3	3.1	3.1.1	Pintura e envernizamento	Pistola (F020) Compressor (F013) Eletricidade		
		3.1.2	Polimento	Polimento manual Politriz (F011) Manual		
4	4.1	Obtenção de matéria-prima				
	4.2	Confeção da bobina				
	4.3	Confeção da capa				
5	5.1	Obtenção de matéria-prima				
	5.2	Confeção de peças				
6	6.1	Montagem				

Quadro 1 – Cadeia operatória da construção da guitarra elétrica

Fonte: Pereira (2014).

O Quadro 1 demonstra a compilação das etapas descritas pelos entrevistados e fornece, de forma organizada, uma opção para documentação e catalogação de processos produtivos. Como forma classificatória, e, na tentativa de sugerir um processo padrão, explicita como se davam as movimentações do trabalho na construção da guitarra elétrica no recorte temporal. Sendo estes integrantes do grupo dos precursores da fabricação do instrumento no país, é possível considerar que o modo de fazer descrito seja, ao menos, aproximado do processo padrão das empresas de sua época.

Ainda, como forma de exemplificar e esclarecer o entendimento a respeito das máquinas e utensílios manuais citados no quadro, assim como seus usos, foi desenvolvido, com base na catalogação de peças utilizada por Corrêa (2008), um inventário de ferramentas que objetivou descrever os dis-

positivos e as formas pelas quais são/foram aplicados à luteria e, relacionados diretamente com as sequências operatórias, através de seus códigos (como F000), permitem um entendimento mais acessível do processo produtivo da guitarra elétrica.

Neste item procuramos demonstrar a respeito do método utilizado na dissertação *Construção e design de guitarras nos anos 1960 e 1970: narrativas sobre trabalho e trajetórias em São Paulo/SP e Porto Alegre/RS* (PEREIRA, 2014) para descrever e documentar os processos produtivos da luteria de guitarras no país, no momento de início dessa indústria. Este detalhamento não só fornece uma forma de proceder a uma catalogação, mas também proporciona uma reflexão sobre as formas como os processos acontecem entre a concepção e o artefato final e como as relações humanas e materiais se dão, fornecendo uma caracterização, ainda que inicial, do que seria a tecnologia da atividade. Aqui, levando em conta a pluralidade das técnicas e conceitos envolvidos, não é possível considerar algo definitivo, mas testar uma forma de conceber uma iniciativa a respeito de documentação de processos produtivos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Marques (2009) intitula um dos capítulos de seu livro como “Arrumar os dados, construir conhecimento” (MARQUES, 2009, p. 133). . Essa afirmação indica como registrar um processo torna-se vital para a transmissão do saber. O ato de documentar é um ato de conservação, manutenção e transferência do conhecimento.

Este texto teve como proposta narrar duas formas de registro e documentação de processos de produção de artefatos e busca fornecer base para pensar de qual maneira é possível listar, elencar, descrever e documentar procedimentos do fazer.

Ainda que de modos distintos, assemelham-se quando pretendem alcançar o objetivo que, além da própria documentação do processo em si, visa fomentar discussões sobre como tornar possível o registro de uma operação produtiva. Importante lembrar que, mesmo que narrados pelos próprios trabalhadores, os métodos de produção ainda podem conter procedimentos não identificados e descritos, variáveis de acordo com o contexto e posicionamento do trabalhador em relação à tecnologia, mas propiciam um entendimento inicial da operação que executam (executavam).

Além disso, examinar procedimentos metodológicos utilizados em duas dissertações, e apontá-los como opções de pesquisa quando se trata de estudos de processos produtivos onde, ainda que não sejam únicos nem finais, permite uma abrangente visão do trabalho. A realização deste procedimento se mostra uma ferramenta de observação que permite analisar e avaliar o processo técnico da produção. A descrição detalhada, seja textual ou graficamente, possibilita a compreensão da cadeia produtiva, mesmo por um indivíduo externo ao trabalho específico. Assim, o desenvolvimento e aperfeiçoamento do registro de sequências de produção envolvem diretamente o processo de construção e documentação do conhecimento.

A relevância em discutir as formas de produção reside na possibilidade de compreender que a realidade produtiva pode, por vezes, se desviar de modelos, quando reúnem em uma mesma linha produtiva técnicas manuais e mecanizadas. Esta reflexão indica uma fissura na visão homogênea a respeito dos arranjos produtivos na configuração do capitalismo recente.

## REFERÊNCIAS

- ATTFIELD, J. **Wild things**: the material culture of everyday life. New York: Berg Publishers, 2000.
- BALFET, H. **Observer l'action technique**: des chaînes opératoires, pour quoi faire? Paris: Editions du Centre National de la Recherche Scientifique, 1991.
- BARATO, J. N. Saber do trabalho, aprendizagem situada e ensino técnico. **Boletim Técnico do SENAC**: a Revista da Educação Profissional, Rio de Janeiro, v. 37, n. 3, set./dez. 2011. Disponível em: <http://www.bts.senac.br/index.php/bts/article/view/182>. Acesso em: 27 nov. 2018.
- CAESAR, W. **Guitar book**: o guia da guitarra. São Paulo: TKT, 1999.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4ª ed. 6ª reimp. São Paulo: Edusp, 2013.
- CHOKLAT, Aki. **Design de Sapatos**. São Paulo: Editora Senac SP, 2012.
- CORRÊA, R. de O. **Narrativas sobre o processo de modernizar-se**: uma investigação sobre a economia política e simbólica do artesanato recente em Florianópolis, Santa Catarina, BR. 2008. 305 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/90959>. Acesso em: 27 nov. 2018.
- GAMA, R. **História da técnica e da tecnologia**. São Paulo: Edusp, 1985.
- INGRAM, A. **A concise history of the electric guitar**. Pacific: Mel Bay Publications, 2001.



MARQUES, E. M. **Os operários e as suas máquinas**: usos sociais da técnica no trabalho vidreiro. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação para a Ciência e a Tecnologia, 2009.

MENDES, M. D. **Trajetórias sociais e culturais de móveis artesanais trançados em fibras**: temporalidades, materialidades e espacialidades mediadas por estilos de vida em contextos do Brasil e Itália. 2011. 349 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/95458>. Acesso em: 27 nov. 2018.

MILLARD, A. J. **The electric guitar**: a history of an American icon. Baltimore: John Hopkins University Press, 2004.

MILLER, D. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MURA, F. De sujeitos e objetos: um ensaio crítico de antropologia da técnica e da tecnologia. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 36, v. 17, jul./dez. 2011. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832011000200005](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832011000200005). Acesso em: 27 nov. 2018.

PEREIRA, R. M. **Construção e design de guitarras nos anos 1960 e 1970**: narrativas sobre trabalho e trajetórias em São Paulo – SP e Porto Alegre – RS. 2014. 147 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014. Disponível em: <http://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/35196>. Acesso em: 27 nov. 2018.

RAYNA, T.; STRIUKOVA, L. Engineering versus craftsmanship: innovation in the electric guitar industry, 1945-1984. In: ROBERTSON, P. L.; JACOBSON, D. (Ed.). **Knowledge transfer and technology diffusion**. Inglaterra: Edward Elgar Publish, 2011. p. 186-210.

SENNETT, Richard. **O Artífice**. São Paulo: Record, 2012.

TESSARI, V. F. dos S. **Fazer é pensar, pensar é fazer**: o trabalho e os artefatos na fábrica Zeferino, Novo Hamburgo, RS. 2014. 191 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2014. Disponível em: [http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/749/1/CT\\_PPGTE\\_M\\_Tessari%2c%20Val%C3%A9ria%20Faria%20dos%20Santos\\_2014.pdf](http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/749/1/CT_PPGTE_M_Tessari%2c%20Val%C3%A9ria%20Faria%20dos%20Santos_2014.pdf). Acesso em: 27 nov. 2018.



**RODOLPHO DOUBEK:  
UMA TRAJETÓRIA ENTRE ARTE E  
LITOGRAFIA PARANAENSE**

Alan Ricardo Witikoski  
Marilda Lopes Pinheiro Queluz



## INTRODUÇÃO

Há diversas perspectivas para contar a história das artes gráficas paranaenses. Este texto opta em apresentar, brevemente, a trajetória de um litógrafo atuante na primeira metade do século XX.

O material gráfico criado e produzido por ele é vasto, mas pouco conhecido e explorado, provavelmente, pelo fato de suas criações estarem associadas a materiais ordinários, como rótulos, embalagens, latas, cartazes publicitários, roupas, selos, partituras de músicas, mapas, desenhos de tipos para placas, letreiros de comércios, diagramações para cartões postais, entre outros. Trata-se, portanto, de uma produção cuja materialidade se mostra em artefatos cotidianos, unindo arte e tecnologia em projetos que não costumam fazer parte da história do design.

Tanto Williams (2011) como Thompson (1997) carregam em seus estudos a preocupação de questionar por quais caminhos os acontecimentos são relatados, como as narrativas são construídas, a maneira como as metodologias incluem e excluem pessoas e fatos, e como determinadas ideologias são reproduzidas e naturalizadas como modos de pensar e fazer.

Ao buscar relatar como foi a trajetória de um artista gráfico, procura-se uma outra compreensão, ligada não apenas ao desenvolvimento do produto, ou ao que visualmente suas produções gráficas representam, mas também aos aspectos simbólicos, econômicos e políticos presentes em seu processo criativo.

Estas produções visuais, materializadas pelos processos de impressão, podem mostrar vários indícios sobre como eram os aspectos culturais, políticos e econômicos de um determinado período histórico. Além disso, este material gráfico pode ser entendido como um modo de compreender a organização do trabalho e a agência das pessoas envolvidas diretamente no processo de produção. As histórias individuais e as negociações coletivas são tramadas nas escolhas que envolvem saberes e fazeres da época.

Este capítulo faz parte de um estudo maior sobre as artes gráficas paranaenses relacionado ao fim da litografia comercial, a partir, principalmente, de entrevistas efetuadas por Rosirene Gemael<sup>1</sup> para a Casa da Memória

---

<sup>1</sup> Estas entrevistas foram realizadas entre os anos de 1974 e 1975, para a produção de uma exposição chamada *Rótulos e embalagens antigos: litografia*, que foi inaugurada em 29 de outubro de 1975, em Curitiba, na Casa Romário Martins. A Casa Romário Martins passou a sediar o primeiro núcleo voltado à preservação dos suportes da memória de Curitiba, base inicial da Casa da Memória e da Diretoria de Patrimônio Cultural do município.

da Fundação Cultural de Curitiba (FCC) sobre as artes gráficas paranaenses, em que vários litógrafos são citados como: Adolfo Kloss, André Baus, Albano Agner de Carvalho, Alberto Thiele, Albino Hoefly, Albino Holzkamp, Alexandre Pohl, Alexandre Schroeder, Armin Henkel, Arnaldo Raschendorfer, os irmãos Estanislau e Guilherme Traple, Otto Stütz, Otto Shneck, Otto Smith, Max Scharppe, Paulo Rohrback, Rodolfo Körbel, Rômulo César Alves, entre outros.

Cada um destes nomes tem uma trajetória rica e complexa, e este capítulo elegeu Rodolpho Doubek como um bom exemplo dos cruzamentos entre os caminhos da arte e do design e as amplas possibilidades de apropriação e reinvenção destas duas áreas do conhecimento pela indústria gráfica.

As reflexões sobre Rodolpho Doubek, ou **Seo Rudy**, como é citado em depoimentos de seus conhecidos<sup>2</sup>, foram construídas a partir de duas fontes: a primeira são as entrevistas, dadas por ele mesmo e por conhecidos<sup>3</sup>, nas quais se podem ler os relatos sobre suas contribuições para a produção de postais, seus trabalhos de pintura na decoração de paredes de residências e comércios; seu auxílio nos desenhos dos motivos de vestidos utilizados e produzidos por sua esposa, que trabalhava como costureira, e seus estudos nas artes plásticas.

A segunda fonte são os materiais visuais obtidos no acervo da Casa da Memória da FCC e publicados entre 1928 e 1989; além de alguns quadros produzidos depois da sua passagem pelas artes plásticas, especialmente no ateliê de Alfredo Andersen<sup>4</sup>; outros materiais coletados são ilustrações publicitárias para jornais, revistas e livros; desenhos e ilustrações de mapas do Brasil; ilustrações científicas para livros e exposições e quadrinhos.

## DA DECORAÇÃO DE PAREDES À COLEÇÃO DE CARTÕES POSTAIS

Rodolpho Doubek nasceu em um domingo de Páscoa, no dia 15 de

---

2 **Seo Rudy** aparece em artigos de jornais e em material de exposições. Para detalhes, consultar referências.

3 São utilizadas as informações obtidas nas entrevistas de Rosirene Gemael em 1975, e outra em 1984 sobre o desenvolvimento da fotografia no Paraná. Além disso, utilizam-se material de exposições, artigos de jornal e documentos oficiais. Para ver detalhes sobre os documentos, consultar fontes.

4 Alfred Emil Andersen nasceu em Christianssand, ao sul da Noruega em 1860. Frequentou na Europa diversos ateliês particulares, e a Escola Real de Belas Artes de Copenhagen. Após um longo período de viagens, fixou residência no Paraná e abriu um ateliê, atuando como professor (<http://www.mcaa.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=115&tit=Museu-Casa-permite-conhecer-vida-e-obra-de-Alfredo-Andersen2019>).

abril de 1906. Seu pai era Antônio José Doubek, de origem alemã, e sua mãe, Ema Ida Raschendorfer, era de origem austríaca. Tinha um irmão, Hugo, e duas irmãs, Amanda e Amália. Sobre sua afinidade com o desenho, Rodolpho Doubek (1975, p.1) comentou: "(...) desde guri sujava as paredes".

Em 1921, aos 15 anos, Rodolpho foi convidado por Germano Roessler e seu filho, que eram seus parentes, para atuar como pintor decorador. No uso dos ornamentos, a maioria dos motivos retratados eram cópias, principalmente motivos gregos, e também vários tipos de frisos.

Paralelamente a esse trabalho, Rodolpho Doubek ingressou no ateliê de Alfredo Andersen, em 1923, com quem fez, por aproximadamente um ano e meio, o curso de pintor decorador, interrompendo no ano de 1925 para se dedicar aos esportes.

Rodolpho Doubek (1975, p.2) comenta:

É fiquei doido pelo esporte, principalmente atletismo e basquete e acabei abandonando a pintura temporariamente. Comecei na Sociedade Duque de Caxias. Depois fui para o exército e lá me tornei mais desportista ainda, porque assim me livraria do trabalho do quartel. Mais tarde pratiquei esporte também na Sociedade Rio Branco. (...) Ninguém acredita, mas eu sou campeão brasileiro de basquete. Foi em 1930.

De 1925 até aproximadamente 1935, atuou como atleta e organizador de atividades esportivas nos clubes de Curitiba, como a Sociedade Rio Branco e o Clube Duque de Caxias. Além do basquete, foi campeão de salto em altura em 1931 e de voleibol no ano de 1932 (MENDONÇA, 1989).



Figura 1 – Detalhes de desenhos feitos por Rodolpho Doubek durante os eventos esportivos que participava. Fonte: MENDONÇA, Maí, N. Memória de Vida. Casa da Memória – FCC. (1989, p. 3)

Nos dois desenhos (Figura 1) podemos observar um momento antes e um momento depois de um jogo de basquete, em 1928. No primeiro desenho, à esquerda, é possível ver todos os atletas perfilados com suas roupas íntegras e com cabelos bem arrumados. Nos desenhos pós-jogo, nota-se como as roupas e os cabelos estão em desalinho, observando-se até a presença de uns curativos. Mendonça (1989) relata que, na final do campeonato brasileiro de basquete de 1930, **Seo Rudy** fazia parte da seleção que foi campeã, mesmo com um nariz quebrado durante a partida.

Portanto, mesmo quando se dedicava mais intensamente aos esportes, de 1925 até o início da década de 1930, o desenho de Rodolpho Doubek fazia parte de seu cotidiano como um meio de expressar e representar suas experiências.

Mesmo afastado dos estudos do ateliê de Andersen, Rodolpho permaneceu trabalhando com Germano até o ano de 1928, quando seu primo, Arnaldo Raschendorfer, litógrafo e fotógrafo amador, o convidou para trabalhar com ele fazendo desenhos para litografias de Curitiba, como autônomo.

Arnaldo, que era sargento do exército, acabou transferido para o Rio de Janeiro para trabalhar em desenhos cartográficos no Serviço Geográfico Militar, e indicou Rodolpho para trabalhar na Sociedade Metalgráfica<sup>5</sup>, uma das oficinas para as quais prestava serviços.

Em 1929, Rodolpho Doubek, apesar de ter várias noções de desenho, inicialmente, foi contratado como um aprendiz. Pinto Junior (1975, p.5), que trabalhou com Rodolpho Doubek na Metalgráfica, comentou:

Quase todos que entravam lá, entravam praticamente aprendizes. Eu me lembro inclusive do caso de Doubek, que já era desenhista, mas não estava acostumado com litografia, e foi aprendendo até chegar a ocupar o lugar de Schroeder, quando o segundo afastou-se.

O tempo de aprendizado em uma oficina litográfica era, normalmente, de três anos e meio a quatro anos (ALVES, 1975; SCHARPPE, 1975; SCHNECK, 1975). Para se tornar um oficial litógrafo, para ocupar o cargo de Primeiro Desenhista ou Mestre Litógrafo, o tempo era ainda maior, podendo demorar décadas, pois dependia, além do conhecimento técnico, de que a vaga estivesse disponível.

---

5 Sociedade Metalgráfica era uma oficina litográfica responsável pela impressão de rótulos, latas, cartazes, selos, partituras musicais, entre outros. Foi a primeira empresa a imprimir em latas no estado do Paraná, em 1920, e também a primeira a comercializar, de modo industrial, as decalcomanias, no ano de 1917 (GEMAE, 1975; PRESAS; PRESAS, 2007).



Rodolpho teve uma trajetória peculiar na litografia, pois foi de aprendiz a Mestre Litógrafo da oficina em um ano e meio. Uma das razões para isso foi a que um dos sócios da oficina, Alexandre Schroeder<sup>6</sup>, precisou se afastar por motivos de saúde.

Outros motivos para esta ascensão tão rápida na oficina litográfica estão relacionados a seus conhecimentos teóricos e à prática de dez anos na decoração de paredes, exigindo que retratasse temas variados, além de suas aulas de pintura no ateliê de Andersen.

Os produtos criados e impressos eram: rótulos, cartazes, mapas, partituras de música, latas de folha de flandres e as decalcomanias (Figura 2), tanto para papel quanto para porcelana. A criação das peças poderia ocorrer de duas maneiras: a primeira, o cliente trazia uma ideia e/ou um esboço pronto para ser desenvolvido e aplicado pelo litógrafo; e a segunda, o litógrafo precisava desenvolver todo o desenho e, em alguns casos, até atribuir um nome ao produto.

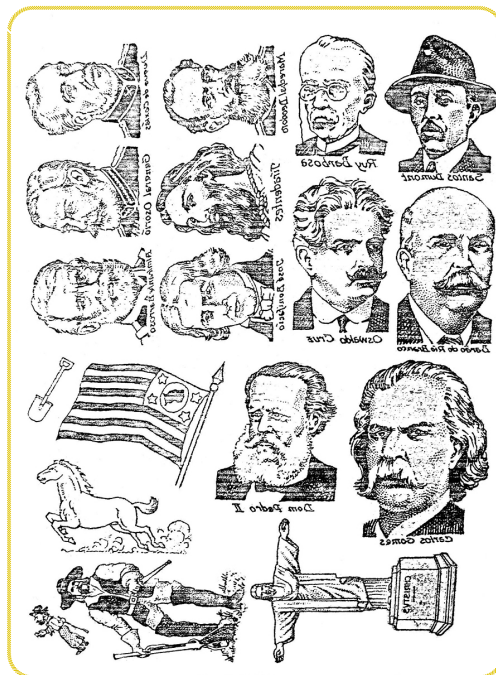


Figura 2 – Ilustrações para decalcomanias criadas por Rodolpho Doubek na década de 1930

Fonte: Litografias – Casa da Memória – FCC (2014)

6 Schroeder era um litógrafo alemão. Chegou a Curitiba no final do século XIX, formado em litografia em uma escola técnica alemã. Trabalhou por oficinas litográficas da cidade como a Impressora Paranaense, Litografia Progresso, Kirstein & Schroeder e Sociedade Metalgráfica. É considerado um dos principais mestres litógrafos do Paraná e responsável pela formação de diversos litógrafos (GEMAE, 1975).

Rodolpho Doubek (1975, p.3) comentou suas funções como primeiro desenhista:

Mais tarde, com o falecimento do senhor Schroeder, que era um dos chefes da firma, passei a ser o Primeiro Desenhista. Daí trabalhava mais o croqui, dando ideias, estas coisas. (...) Algumas firmas vinham com uma ideia mais ou menos bolada e cabia ao primeiro desenhista desenvolvê-la, fazer o desenho e submetê-lo a apreciação. Mas, geralmente era o próprio desenhista quem dava a ideia, desenvolvia, e punha o texto também. Um exemplo foi a ideia de um cartaz que fiz para uma facção política, mais tarde a União Democrática Nacional (UDN), a Confederação dos Tinguis. Bolei uma pessoa segurando um pinheiro, evitando que ele caísse. Eles gostaram, inclusive dístico que foi completado apenas por uma palavra pelo Erasto Gaertner. Fiz assim: O Paraná confia na capacidade e no esforço de seus filhos, e mandou finalizar: 'filhos dedicados'.

Sobre como era o seu processo de criação das peças gráficas, Rodolpho Doubek (1975, p.5) relatou:

Naquele tempo a gente não levava tão à sério este negócio. E também havia o plágio. A gente aproveitava uma ideia daqui, outra dali e formava o texto junto do anúncio. Eu pouco usava este recurso porque geralmente tinha o dom para bolar a ideia mais ou menos. Mas ideia razoável para aquele tempo, porque se fosse hoje em dia não. Está tudo modificado, avançadíssimo.

O aproveitamento de ideias, comentado por Rodolpho, era uma prática efetuada durante o aprendizado nas oficinas. Nas entrevistas de outros litógrafos, como de Schneck<sup>7</sup> (1975, p.3), é possível acompanhar um relato sobre como era este processo de aproveitamento de ideia:

A Litografia Progresso pegava os aprendizes para procurar motivos em revistas. Este serviço era meu no início; procurar na pilha imensa de revistas — a maioria delas americana: *Post*, *Saturday*, *Evening*. A gente achava alguma coisa parecida, mostrava para o mestre e ele não copiava, mas aproveitava a ideia. (...) isto de inspiração já está na gente. Como eu digo, conforme o nome do produto a gente já puxava e então idealizava alguma coisa sobre aquilo. (...) o próprio proprietário queria uma gasosa com nome de Bonita. Então ele dava uns dados e a gente desenvolvia o rótulo conforme o nome do produto; fazia-se do desenho um complemento deste nome.

---

<sup>7</sup> Schneck (1975, 2013) foi um litógrafo contemporâneo a Rodolpho, fez sua aprendizagem na Litografia Progresso, depois teve passagem pela Impressora Paranaense, quando, em 1944, decidiu trabalhar como autônomo para as litografias do Paraná.

Portanto, a ideia de plágio apresentada por Rodolpho Doubek também pode ser interpretada como uma fonte de inspiração para a criação de novas peças gráficas, nas quais poderiam existir alterações promovidas pelos litógraficos, tornando o material gráfico variado em termos de representações visuais<sup>8</sup>.

No período em que permaneceu na Sociedade Metalgráfica, Rodolpho realizou outras atividades, como: a prática de esportes (não com a mesma intensidade de antes); ocupou cargos administrativos de clubes de Curitiba, como da Sociedade Rio Branco e Duque de Caixas; foi cenógrafo, no Grupo de Teatro Alemão de Curitiba, também conhecido como **Handwerker-Unterstützungs-Verein** e foi ator, fazendo participações em papéis secundários (Figura 3), sempre com o nome de Franz (MENDONÇA, 1989).



Figura 3 – Elenco da peça *Im weissen roessl* (O cavaleiro branco), em 1937

Fonte: Mendonça (1989).

Nota: Seo Rudi é o primeiro garçom, da esquerda para a direita, indicado com uma flecha preta. Este é um cenário criado por ele.

Em uma destas participações, em uma peça na Sociedade Rio Branco, dirigida por Tadeu Morozowicz, uma das atrizes não compareceu ao teatro, e coube a **Seo Rudy** assumir seu papel, o de uma dançarina egípcia. Maquiado, de peruca e com uma roupa feminina improvisada, entrou no palco e gerou estranheza no público, pois não conheciam uma atriz com mais de 1,90. Ao final da peça, durante os aplausos, **Rudiana**, nome pelo qual seu personagem foi chamado durante a peça, tirou a peruca e causou ainda mais espanto, já que não era usual um homem se vestir e se comportar como uma mulher no teatro de Curitiba na época (MENDONÇA, 1989).

---

<sup>8</sup> Para maiores detalhes sobre a diversidade temática da produção visual das oficinas litográficas do Paraná, consulte: Witkoski (2009).

Rodolpho Doubek saiu da Sociedade Metalgráfica por influência da mesma pessoa que tinha lhe apresentado à litografia, Arnaldo Raschendorfer. Na década de 1930, Arnaldo retornou do Rio de Janeiro, graduou-se em Agronomia pela UFPR e iniciou seu trabalho na Seção Cartográfica do Departamento de Terras do Estado. Como Rodolpho já fazia mapas em litografia, acabou ingressando no serviço público e realizando curso de cartografia no Rio de Janeiro, tornando-se especialista em mapas.

Neste período, Rodolpho Doubek se afastou do processo de produção litográfica, ficando responsável apenas pela produção da ilustração, porém, suas atividades paralelas continuavam entre a arte e a indústria.

Seu primo Arnaldo, além de litógrafo, era fotógrafo amador e produzia seus próprios postais, prestando serviços a estúdios fotográficos de Curitiba, principalmente no desenho de letras. Com o repentino falecimento de Arnaldo, Rodolpho Doubek passou a ser procurado para realizar esses serviços.

Rodolpho Doubek, então, desenvolveu um método de desenhar as letras para os postais, nas folgas de seu trabalho na Seção Cartográfica. Como sabia das limitações da chapa e da baixa qualidade do desenho de tipos de superfície de vidro, observou que os invólucros de carteiras de cigarro passaram a contar com celofane, um tipo de polímero com a superfície bem lisa, onde a pena produzia linhas precisas e com a opacidade ideal para a ampliação fotográfica.

Basicamente, os fotógrafos traziam o material (celofane) com a descrição do texto que deveria ser colocado no postal e entregavam para Rodolpho Doubek. Os cartões postais eram vendidos nos estúdios, principalmente em datas comemorativas. O pagamento de Rodolpho Doubek era em cartões postais que ele mesmo ajudava a criar. Estes seus serviços renderam de 200 a 300 unidades de cartões postais de diferentes estúdios de Curitiba, os quais, somados aos cartões de Arnaldo, começaram a configurar sua coleção de postais, que até o final de década de 1980 contava com quase 10 mil exemplares diferentes. Para Schapochnik (1998, p. 424), cartões postais são parte da "(...) conquista da paisagem pelo olhar do viajante". Coletar cartões postais já era comum no período da Belle Époque brasileira e, com o aprimoramento da qualidade gráfica e fotográfica, esse hábito se intensificou, fixando cenários, construindo laços de identidade, fragmentos de lembranças. "Refiguradas nos postais, as imagens da cidade proporcionam

uma percepção afetiva e estética dos monumentos e paisagens, denotando o processo de interiorização e familiaridade com o local” (SCHAPOCHNIK, 1998, p. 426). O papel assumido por estas imagens postais articula-se com a memória, reinventando percursos do olhar para o passado.

Rodolpho Doubek, durante sua trajetória, sensibilizou-se com as questões relacionadas à história do Paraná, contribuindo com ilustrações para os volumes dos Arquivos do Museu Paranaense e para exposições e materiais para o Museu de Arqueologia e Artes Populares de Paranaguá (Figura 4), o Museu Ecológico da Reserva de Cambuí e o Instituto Histórico, Geográfico e Etnográfico do Paraná.



Figura 4 – Material gráfico criado para o Museu de Arqueologia e Artes Populares de Paranaguá

Fonte: Litografias – Casa da Memória – FCC (2014)

Rodolpho também desenhou uma história em quadrinhos para a Associação de Defesa da Educação Ambiental (ADEA), chamada *O passeio no pico redondo* (Figura 5). Os desenhos, produzidos em preto e branco utilizando traços realistas, contam a história de um grupo de jovens que resolve ir até o pico redondo. Nesse trajeto, eles comentam sobre a poluição de rios e a prática das queimadas. Na diagramação da página, evitou o contorno das cenas, criando um contraponto com os balões de fala, retangulares e explicativos.



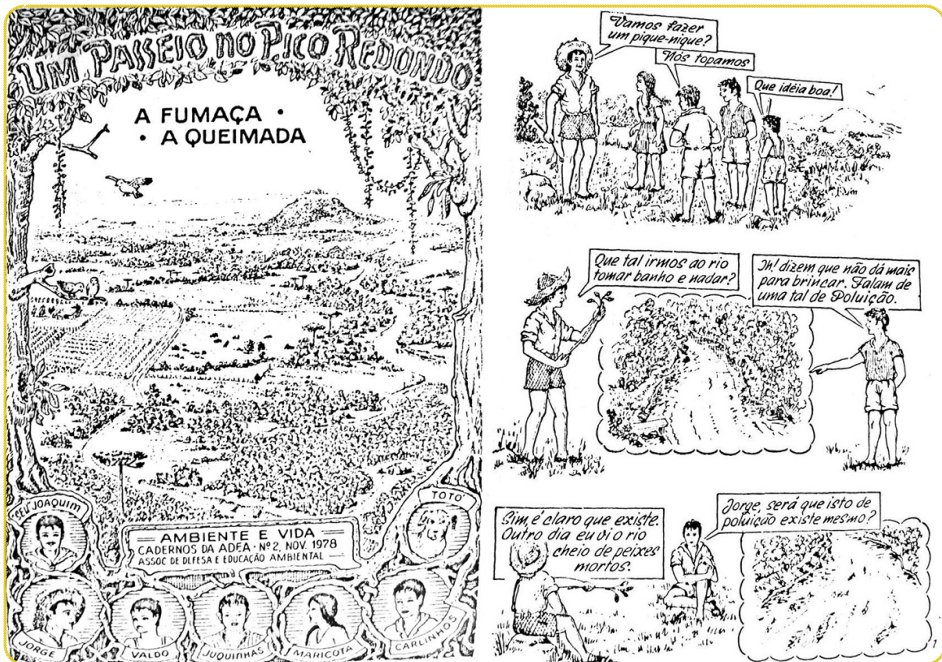


Figura 5 – Capa e primeira página da história em quadrinhos desenhada por Rodolpho Doubek à data de novembro de 1978

Fonte: Litografias – Casa da Memória – FCC (2014)

Após sua aposentadoria da Secretaria do Estado, continuou atuando a convite da UFPR na ilustração de livros didáticos, históricos, científicos, e até na criação de diplomas de *Doutor Honoris Causa* outorgados pela instituição a diversas autoridades, como os presidentes: Juscelino Kubitschek de Oliveira (1960), Humberto de Alencar Castelo Branco (1964) e Arthur da Costa e Silva (1968) (DOUBEK, 1984).

Erica Guilhermina Urban, esposa de Rodolpho Doubek, era costureira, e sua especialidade eram os bordados que executava nos vestidos de noivas e em enxovais, porém, o responsável pela criação dos desenhos das peças era Rodolpho, que preferia ficar no anonimato, enquanto várias noivas utilizavam seus desenhos e composições produzidos por sua esposa. Seu trabalho anônimo foi retratado nas mais variadas reproduções fotográficas dos casamentos curitibanos (MENDONÇA, 1989).

Alguns de seus trabalhos não foram fotografados e não há documentação a respeito, como a pintura no interior das casas no período em que era decorador, os desenhos para letreiros (luminosos com neon) para casas comerciais e sua produção litográfica.

A pintura e o desenho sempre foram atividades contínuas na vida de Rodolpho Doubek (Figuras 6 a 9) e, em 1941, ele voltou ao ateliê de Andersen, agora sob a responsabilidade de seu filho, Thorstien. Fez o curso de desenho e pintura durante quatro anos, porém, o próprio Rodolpho Doubek se considerava um **pintor de meia tigela** (DOUBEK, 1975. p.1). Participou de várias exposições de salões de artes paranaenses, tendo inclusive algumas menções honrosas em seus quadros.



Figura 6 – Pequeno Jardineiro, óleo sobre tela, 1940  
Fonte: Memória da vida de Rodolpho Doubek (1989).  
Nota: Rodolpho Doubek: menção honrosa no Salão da Primavera do Clube Concórdia.



Figura 7 – Rodolpho em seu Ateliê em 1981  
Fonte: Mendonça (1989).

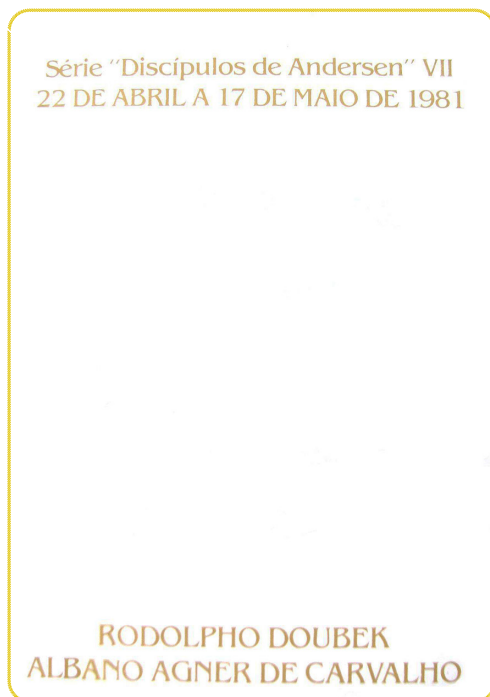


Figura 8 – Capa do folder de apresentação da exposição *Discípulos de Andersen*, em 1981

Fonte: Litografias – Casa da Memória – FCC (2014).

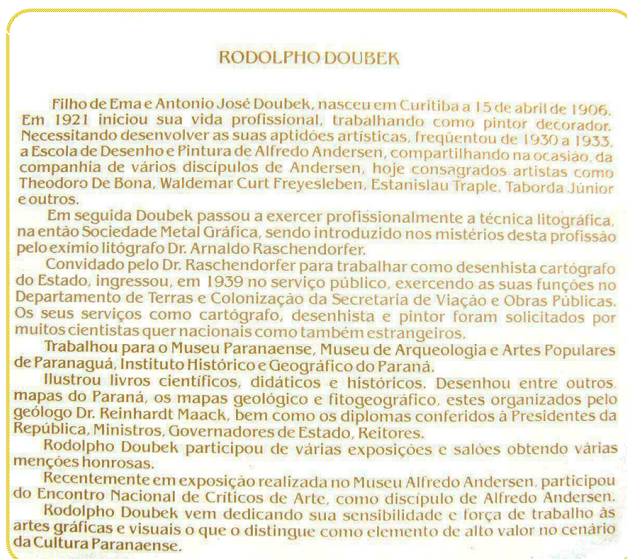


Figura 9 – Interior do folder um breve relato da trajetória de Rodolpho Doubek

Fonte: Litografias – Casa da Memória – FCC (2014)



A vasta produção visual de Rodolpho Doubek pode indicar alguns caminhos percorridos pelos litógrafos que, assim como ele, também estavam envolvidos com outras áreas, a exemplo de Armin Henkel e seu estúdio fotográfico, Arnaldo Raschendorfer com suas fotografias para postais, Estanislau Traple, aprendiz litógrafo, mas reconhecido como artista plástico, entre outros exemplos<sup>9</sup>.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas produções de **Seo Rudi** pode-se detectar sua busca pelos detalhes, visando à perfeição em tudo o que se propunha fazer, como nos desenhos dos jogos (Figura 1) onde se vê, nas expressões faciais e nos objetos na cena, mesmo sendo um estudo, uma preocupação em representá-los o mais próximo possível do real; nas suas decalcomanias (Figura 2) e nos rostos das personalidades, com uso de pontos e linhas, propiciando os volumes de cabelos, barbas e roupas; nos cenários de teatro (Figura 3) montado com o máximo de cuidado, na tentativa de simular não apenas as locações, mas também as condições climáticas<sup>10</sup>; sobre seus quadros (Figura 6), Guido Viaro (1943) comentou: “(...) são muito objetivos, (...) Doubek mostra sinais de certa virtude”. Porém, Guido Viaro (1943) chamava a atenção que era necessária: “(...) buscar uma visão mais larga, (...) investigar mais a essência das coisas e não ilustrar apenas a superfície”. Rodolpho Doubek prezava os detalhes e os efeitos de realismo, buscando a semelhança entre o objeto representado e o desenho. Até mesmo em sua história em quadrinhos, como na capa, o detalhamento da paisagem, os adornos que envolvem os personagens e as folhas que destacam a tipografia do título, percebe-se a força da proporção, da perspectiva e riqueza do traço.

---

9 Armin Henkel era um aprendiz litógrafo da Imprensa Paranaense. Pouco tempo depois de se tornar oficial, abriu sua própria litografia, porém sua maior demanda era por serviços fotográficos, e acabou transformando sua oficina em estúdio. Para maiores detalhes, consulte: Salturi (2012). Estanislau foi aprendiz litógrafo na Imprensa Paranaense, e simultaneamente frequentava o ateliê de Alfredo Andersen fazendo aulas de pintura. Para maiores informações sobre as obras de Estanislau, consulte: Banco Banestado (1980). Para maiores detalhes da trajetória de Arnaldo, consultar as entrevistas de Rosirene Gemael com Rodolpho Doubek (1975, 1984).

10 Mendonça (1989) relata que em uma peça, Doubek produziu um encanamento com furos do tamanho e em posições que pudessem simular uma chuva no palco, o dispositivo era operado por duas pessoas com baldes.

Sua esposa, Erica Guilhermina Urban Doubek, relata que, para fazer um diploma *Honoris Causa* para UFPR, Rodolpho ficou 72h trabalhando sem descanso até finalizar o trabalho. Esta situação pode nos dar uma ideia da dedicação e do empenho presentes no trabalho de Rodolpho (MENDONÇA, 1989).

A trajetória de Rodolpho Doubek, contada a partir da materialidade de sua produção, permite vislumbrar como era múltipla a criação destes artistas gráficos paranaenses em meados do século XX. Com uma produção visual intensa e diversificada, seu traço estava presente nos mais variados artefatos do cotidiano, como no rótulo de uma bebida, no cartaz fixado na parede, no vestido usado por uma mulher no dia de seu casamento, no letreiro da placa do comércio, nas fotografias retratadas nos postais, nos desenhos aplicados nas porcelanas por meio da decalcomania, nos mapas usados em viagens, nos desenhos e frisos feitos nas residências, nos quadros vistos em exposições, nos quadrinhos educacionais, no cenário das peças de teatro, nas ilustrações vistas em livros didáticos, entre outros.

A linguagem de Rodolpho Doubek dialogou com a moda, decoração, narrativas sequenciais, novos usos e aplicações dos processos litográficos. Seu trabalho mostra a importância técnica e visual dos decalques, dos postais como modos de apropriação das transformações urbanas, das técnicas de impressão, da expressão gráfica, atravessando as fronteiras entre arte e design. Rodolpho Doubek transitava entre a arte e as artes gráficas, a decoração de interiores e a tipografia, a representação artística e a cartografia, conectando diferentes áreas de atuação, tornando mais complexa a tarefa de historiar o design.

Refletir sobre a história do design implica pensar sobre os fazeres e saberes de quem produzia estes materiais gráficos, como usavam e adaptavam os equipamentos tecnológicos, os novos sistemas de impressão, tirando partido da maior velocidade de produção ou maior qualidade de imagem. Como transmitiam suas experiências, vivências e visões de mundo na sua produção material.

## REFERÊNCIAS

- ABRASHEV, B.; GADJEV, V. **Enciclopedia ilustrada de los instrumentos musicales: todas las épocas y regiones del mundo**. Potsdam: H. F. Ullmann, 2006.
- ALVES, Jose Alves. Entrevista a Rosirene Gemael. Depoimento gravado no dia 12 de agosto de 1975. Fundação Cultural de Curitiba. Casa da Memória. 1975.
- DOUBEK, Rodolpho. Entrevista a Rosirene Gemael. Depoimento sem data. Fundação Cultural de Curitiba. Casa da Memória. 1975.
- DOUBEK, R. **Fotógrafos pioneiros do Paraná**. [Entrevista cedida a] Rosirene Gemael. Depoimento em 3 de março de 1984. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba, Casa da Memória, 1984.
- LITOGRAFIAS. Pasta de materiais de autorias diversas. Disponível em Casa da Memória – FCC. Acesso em: 4 de nov. 2014.
- GEMAE, R. Schroeder e Kirstein, rótulos e embalagens antigas – litografia. **Boletim Informativo da Casa Romario Martins**, Curitiba, v. 2, n. 15, out. 1975.
- MEMÓRIA da vida de Rodolpho Doubek. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 01 maio 1989. Coluna Artes Visuais, Exposição do Solar do Barão.
- MENDONÇA, M. N. **Memória de vida**. Curitiba: Casa da Memória – FCC, 1989.
- JUNIOR, Cesar P.. Entrevista a Rosirene Gemael. Depoimento gravado em no dia 15 de setembro de 1975, em Curitiba. Fundação Cultural de Curitiba. Casa da Memória.1975.
- PRESAS, G. F.; PRESAS, J. F. **Memórias e histórias da indústria gráfica do Paraná**. Curitiba: SIGEP/ABIGRAF-PR, 2007.
- SALTURI, L. A. A paisagem paranaense fotografada por Armin Henkel. **PROA: Revista de Antropologia e Arte**, v. 1, n. 4, 2012. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/proa/article/view/2342>. Acesso em: 27 nov. 2018.
- SCHAPOCHNIK, N. Cartões postais, álbuns de família e ícones da intimidade. In: SEVCENKO, N. (Org.). **História da vida privada no Brasil: República da belle époque à era do rádio**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 3, p. 423-512.
- SCHNECK, Otto C. [Entrevista cedida a] Alan Ricardo Witikoski. Depoimento gravado em 16 de setembro de 2013, em sua residência em Curitiba: 2013.
- SCHNECK, Otto C. Entrevista a Rosirene Gemael. Depoimento gravado em no dia 30 de dezembro de 1975, em Curitiba. Fundação Cultural de Curitiba. Casa da Memória. 1975
- SCHRAPPE, S. Oscar. Entrevista a Rosirene Gemael. Depoimento gravado em nos dias 20 e 25 de setembro de 1975, na Imprensa Paranaense. Fundação Cultural de Curitiba. Casa da Memória. 1975
- THOMPSON, E. P. **A formação da classe operária inglesa: a árvore da liberdade**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

BANCO BANESTADO. **Série discípulos de Andersen IV: Estanislau Traple**. Governo do Estado do Paraná; Secretaria de Estado da Cultura e do Esporte; Coordenadoria do Patrimônio Cultural Museu Alfredo Andersen, 1980.

VIARO, G. Pintores novos do Paraná. Coluna Cultura Artística, sem número. **Jornal da Tarde**, 08 ago. 1943.

WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011.

WITIKOSKI, A. R. **Design, cultura e tecnologia nos rótulos de cachaça da cidade de Curitiba nas décadas de 1950 e 1960**. 2009. 252 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2009. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/curitiba/estrutura-universitaria/diretorias/dirppg/programas/ppgte/banco-teses/dissertacoes/2009>. Acesso em: 27 nov. 2018.

**SISTEMAS TECNOLÓGICOS  
DE PRÁTICAS MUSICAIS:  
CONTEXTOS, ARTEFATOS  
E HORIZONTES**

Fernanda Bornancin Santos  
Rafael Togo Kumoto



## INTRODUÇÃO

Seria possível compreender a prática de uso de instrumentos musicais a partir de suas relações com tecnologia e sociedade?

Tendo em vista as diversas mudanças no panorama mundial em termos sociais, políticos, econômicos e culturais ao longo do século XX, podemos afirmar que percepção e criação musical não estão ligadas unicamente ao desenvolvimento e à aplicação de técnicas de criação, interpretação e performance por meio de instrumentos musicais. Autores como Mateiro e Ilari (2012) mostram que fatores como a Primeira Guerra Mundial, o declínio do pensamento individualista do século XIX e o surgimento, nas artes, do impressionismo (contemporâneo ao estudo da atonalidade na música ocidental) contribuíram para o desenvolvimento de um pensamento mais coletivo e democratizador. A educação começa então a ser direcionada à coletividade, de modo que as escolas de música e os conservatórios deixam de ser exclusivamente pensados para os alunos superdotados. Ao mesmo tempo, Straw (2012) pontua que a questão da materialidade da música vem acompanhada de um conjunto de contradições e paradoxos. A partir das ideias de Henning (1993), Straw (2012, p. 227) argumenta que, historicamente, a música é comumente vista como “(...) uma das mais etéreas e abstratas formas de cultura, mesmo sendo certamente aquela mais embutida em infraestruturas materiais na vida cotidiana<sup>1</sup>”, como instrumentos, partituras, casas de shows e aparelhos eletrônicos.

Straw destaca ainda a consideração de Atalli (1985, apud STRAW, 2012) de que a “(...) música é somente significativa dentro de um contexto, pois o objeto da música não tem valor em si mesmo”. Assim, ao fazermos um paralelo com a reflexão de Voloshinov (1926), de que a arte não está centrada nem na psique do criador, nem no objeto de arte, e sim na comunicação estética entre artista e público — mediada por meio da criação artística — podemos entender que o contexto de criação, interpretação e performance é fundamental para compreender melhor, inclusive, os diversos horizontes culturais que permeiam a ideia de estética musical.

---

1 “(Long considered) one of the most ethereal and abstract of cultural forms, music is arguably the one most embedded in the material infrastructures of our daily lives” (tradução nossa).

Levando em conta a ideia do senso comum de que a música, sendo tomada como imaterial e abstrata, é embutida e localizada na materialidade do instrumento, este, por sua vez, é muitas vezes pensado como artefato isolado e neutro, de modo que as outras materialidades que constituem a música são ocultadas. Defendemos, portanto, a ideia de que o instrumento musical é apenas um dos componentes dos vários sistemas tecnológicos possíveis no âmbito das práticas musicais, constituindo-se por meio das outras materialidades desses sistemas, que se constroem e se formam a partir do *background* de valores e escolhas culturais de cada contexto.

A partir dessas premissas, construiremos a nossa reflexão em três momentos:

- a) como a música se constitui por meio de diversas materialidades a partir da perspectiva de sistemas tecnológicos;
- b) como o circuito produção-circulação-consumo de instrumentos musicais, tomado como componente do sistema, constitui-se a partir da complexa rede na qual e pela qual eles constroem e são construídos;
- c) além disso, visa-se também problematizar como neles são embutidos traduções, valores e concepções de acordo com os contextos que se inserem e são inseridos.

## PRÁTICAS MUSICAIS COMO SISTEMAS TECNOLÓGICOS

As diversas materialidades que compõem as práticas musicais são compostas de tecnologias. Cowan (1997) define tecnologia como as criações humanas que possibilitam a exploração, transformação ou manipulação do ambiente em que as pessoas vivem. Nesse sentido, animais e plantas — e até mesmo a linguagem — são tecnologias, visto que possibilitam o controle do meio social.

A definição de Cowan (1997) nos ajuda a problematizar o uso de instrumentos musicais, visto que implica a relação direta entre tecnologia e agência humana. De modo geral, a condição de existência de uma tecnologia implica outras tecnologias e, sobretudo, a sua apropriação. Os conjuntos de tecnologias decorrentes dessa apropriação compõem sistemas tecnológicos (COWAN, 1997). Hughes (1989, p. 86) ainda acrescenta que as características dessas tecnologias derivam de seus respectivos sistemas:



Um artefato — seja físico ou não — funcionando como componente em um sistema, interage com outros artefatos, todos os quais contribuem diretamente ou através de outros componentes para um objetivo comum. Se um componente é removido de um sistema ou se suas características mudam, os outros artefatos no sistema irão alterar suas características de acordo<sup>2</sup>.

A prática musical, dessa forma, pode ser enxergada como um intrincado processo social que envolve inúmeros sistemas tecnológicos; sua condição de existência supera a equação compositor-intérprete-instrumento, e passa a considerar fatores ambientais, históricos, econômicos e sociais. Os próprios conceitos de composição, interpretação e instrumentação podem ser relativizados: ao descrever fisicamente a vibração da matéria e a transmissão do som através do ar, Straw (2012) justifica a materialidade (no sentido molecular) da música, mas acaba por nos permitir compreender a complexidade do processo musical. Reforçamos, ainda, outra possível materialidade desse processo a partir do caráter socialmente construído dos sistemas tecnológicos. Para Hughes (1989), pessoas que constroem sistemas de energia inventam e desenvolvem não apenas geradores e linhas de transmissão, mas também formas organizacionais como a manufatura elétrica e companhias de serviço. De modo similar, no âmbito musical, os **artefatos físicos** (seres vivos e seus respectivos sistemas fisiológicos, instrumentos, aparatos musicais) são acompanhados por **organizações** (escolas de música, conservatórios, auditórios, teatros, estações de rádio, indústria fonográfica), seus **componentes incorporados** (pedestais, partituras, notações musicais, métodos de ensino, tratados de harmonia e rítmica) e **artefatos legislativos** (leis de direitos autorais, contratos de gravadora, direitos de uso de imagem).

Uma das características primárias da construção de sistemas é a habilidade de forçar à unidade a partir da diversidade, centralização em face do pluralismo e coerência frente ao caos (HUGHES, 1989). Essa construção muitas vezes envolve a destruição de sistemas alternativos, e contribui com a standardização dos processos e a reiteração de uma visão determinista e linear da tecnologia (FEENBERG, 2010).

---

2 “An artifact — either physical or non-physical — functioning as a component in a system interacts with another artifacts, all of which contribute directly, or through other components, to the common system goal. If a component is removed from a system or if its characteristics change, the other artifacts in the system will alter characteristics accordingly” (tradução nossa).

## ABORDAGEM SCOT, CÓDIGOS TÉCNICOS E ARTEFATOS MUSICAIS

Em vista de explicitar como os sistemas e seus componentes não têm uma determinação a priori, e que, ao contrário, são definidos a partir de escolhas, interesses e valores de atores, grupos sociais e seus respectivos contextos e horizontes culturais, partimos das ideias da abordagem *Social Construction Of Technology* (SCOT) de Bijker, Kline e Pinch (OUDSHOORN; PINCH, 2003) e dos conceitos de **elementos e códigos técnicos** (FENG; FEENBERG, 2008).

De acordo com a abordagem SCOT, diferentes grupos sociais podem construir diferentes significados de uma tecnologia, tanto no processo de seu desenvolvimento quanto no momento de seu uso e consumo. Para Feng e Feenberg (2008), é mais **fácil** revisar e alterar a configuração de um dispositivo durante as primeiras tentativas de sua concepção, momento em que o código técnico ainda não foi delineado; contudo, Kline e Pinch (OUDSHOORN; PINCH, 2003) afirmam que mesmo uma tecnologia estabilizada pode ser apropriada e reprojeta por usuários, **agentes da mudança tecnológica**.

Em termos de construção e concepção de instrumentos musicais, podemos exemplificar as ideias anteriormente citadas a partir do caso do metalofone Orff.

O metalofone (Figura 1) é um instrumento musical pertencente à família dos idiofones<sup>3</sup>, constituído por barras metálicas retangulares, de comprimentos gradualmente menores à medida que se caminha dos graves para os agudos. As barras estão organizadas em duas filas, cromaticamente, e são presas a uma armação em pontos nodais de vibração (HENRIQUE, 1999). A sua extensão é de duas oitavas e meia (28 teclas); contudo, esta extensão refere-se apenas a um dos modelos existentes, o mais utilizado na orquestra, que é transportável numa mala. A origem do metalofone confunde-se entre o jogo de sinos alemão, o *glockenspiel* (Figura 2), cujas peças foram eventualmente substituídas por barras metálicas para que o instrumento se tornasse mais portátil, e a família dos xilofones originária da marimba.

---

<sup>3</sup> Classificação de instrumentos musicais no qual o som é gerado a partir do próprio corpo do instrumento que vibra para produzir o som, sem a necessidade de nenhuma tensão (ABRASHEV; GADJEV, 2006).



Figura 1 – Glockenspiel em forma de barras metálicas

Fonte: Flamurai (2006).



Figura 2 – Glockenspiel em forma de sinos

Fonte: Osenberg (2008).

A marimba (Fotografia 1), instrumento originado do folclore africano e disseminado nos continentes asiático e americano, começou a ser produzida para uso comercial nos Estados Unidos em 1910, mas só obteve entrada em orquestras sinfônicas na Segunda Guerra Mundial (Fotografia 2). Entrementes, em 1921, Herman Winterhoff criou o vibrafone (Fotografia 3), a princípio para fazer efeitos sonoros especiais, mas que aos poucos se transformou em um instrumento solista na música erudita e no jazz (ABRASHEV; GADJEV, 2006).



Fotografia 1 – Marimba folclórica  
Fonte: Dickins (2010).

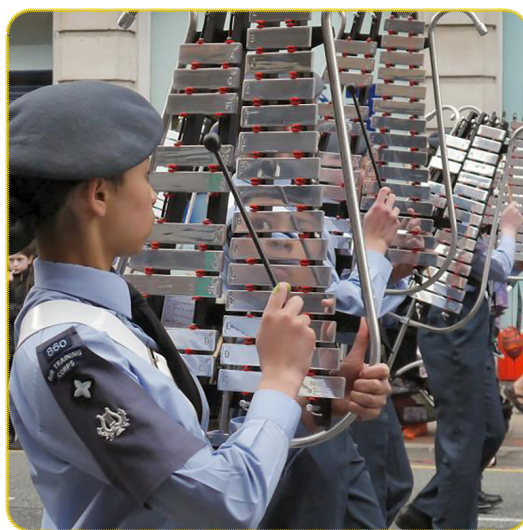


Fotografia 2 – Marimba de orquestra  
Fonte: Marimbaone (2008).



Fotografia 3 – Vibrafones  
Fonte: VXLA (2010).

Interessante perceber como as construções alternativas de instrumentos idiofonos são marcadas pelos horizontes culturais nos quais se inserem e como o código técnico de cada variante está diretamente relacionado ao contexto de uso do instrumento. No caso do metalofone utilizado em bandas marciais, por exemplo, existe um modelo suficientemente portátil para se tocar durante as marchas. Ao invés de ser sustentado em um suporte sobre o chão, é montado em uma estrutura com a forma de uma lira, recebendo por isso a designação de **lira** ou **Glockenspiel-lira** (Fotografia 4). Ao longo do século XIX, podem-se destacar outros exemplos relevantes: as versões de teclado do **Glockenspiel** e do xilofone, que dispensavam o uso de baquetas. Para essas versões, foram escritas duas peças: *A flauta mágica*, de Mozart, e *Daphnis et Cloë*, de Ravel; entretanto, o instrumento não sobreviveu e logo foi substituído pela **Celesta** (Fotografia 5), um tipo de metalofone cujas lâminas são mais finas, com massa extra nas extremidades, que produzem sons comparativamente mais graves (HENRIQUE, 1999). Além disso, a presença dos ressoadores fez com que o som não fosse verdadeiramente *staccato*<sup>4</sup>, conferindo-lhe um aspecto cristalino e delicado, mas suficientemente penetrante e presente para sua execução junto à orquestra.



Fotografia 4 – Glockenspiel-lira

Fonte: Dixon (2013).

---

4 Segundo o dicionário on-line Oxford Languages, é um tipo de articulação que resulta em notas muito curtas.





Fotografia 5 – Celesta  
Fonte: Museumsinsulaner (2009).

No caso do metalofone e do xilofone Orff, seus códigos técnicos estão diretamente relacionados ao desenvolvimento da pedagogia musical de Carl Orff e de sua posição como compositor de música erudita, famoso, sobretudo, pela sua cantata *Carmina Burana*, de 1937. A pedagogia Orff parte do entendimento básico de que linguagem, música e movimento estão originalmente interligados pelo fenômeno rítmico, visando, assim, o ensino musical a partir da prática. Desde o princípio, seus alunos são incentivados à improvisação de melodias simples, alternadas por ostinatos e bordões<sup>5</sup> (MATEIRO; ILARI, 2012). Todos os exercícios são realizados em turma, em uma formação semelhante a de uma orquestra, que também se divide em funções e instrumentos distintos para executar peças simples. A partir desse contexto de uso, Orff elaborou uma série de instrumentos musicais, que inclui chocalhos, pandeiros, pratos e tambores de funções distintas. Seus metalofones e xilofones — que também são categorizados para cumprir papéis específicos — possuem teclas removíveis, permitindo ao aluno conhecer o instrumento gradativamente: ao recebê-lo pela primeira vez, o aluno dispõe de apenas duas teclas para improvisar; à medida que a sua confiança, habilidade e percepção aumentam, recebe novas teclas, até que seu instrumento possua todas as notas da escala cromática (Fotografia 6).

---

<sup>5</sup> Frase ou tema musical que se repete persistentemente.



Fotografia 6 – Instrumental Orff  
Fonte: Société Studio 49 (2011).

Em termos tecnológicos, Orff, ao basear seu sistema de ensino no uso de unidades móveis, permite que os elementos técnicos do metalofone e do xilofone possam ser manipulados a partir da agência dos indivíduos, flexibilizando o código técnico dos metalofones tradicionais e possibilitando o branqueamento de sua caixa-preta.

Todavia, Mateiro e Ilari (2012) destacam que o conceito artístico que permeia a obra pedagógica de Orff nem sempre foi compreendido. A *Orff-Schulwerk* (obra escolar, 1930-1935), cujo fundamento é o pensamento musical elementar, foi muitas vezes considerada primitiva.

## **AFFORDANCES E POSSIBILIDADES DE ARTEFATOS MUSICAIS**

O conceito de *affordance*   outro aspecto relevante no circuito de produção-circulação-consumo de instrumentos musicais. Almquist e Lupton (2010) argumentam que, frequentemente, os projetistas e fabricantes incorporam aos artefatos pistas e indicadores que sugerem funcionalidade; todavia, essa perspectiva de tentar embutir todas as experiências e percepções possíveis do artefato em sua configuração acaba por ignorar a agência das pessoas ao defini-las em relação ao objeto (REDSTR M, 2006). Em contrapartida, os artefatos possibilitam múltiplas *affordances* que não estão necessariamente relacionadas à sua função pretendida, ou programada no objeto pelo seu designer. A variedade de modelos de metalofones e xilofones apresentada anteriormente, nos mostra como artefatos de mecanismo semelhante — teclas sonoras acionadas pelo movimento pendular de baquetas — podem ser significados e apropriados por diferentes grupos sociais para os mais diversificados fins.

Essa multiplicidade de *affordances* dos artefatos também pode ser destacada no arquivo de produções audiovisuais do projeto *The take away shows* do blog francês de música La Blogothèque. Desde 2006, o projeto idealizado pelo diretor de vídeos musicais Mathieu Saura, mais conhecido como Vincent Moon, e pelo produtor Christopher Abrie (Chryde), propõe registrar, periodicamente, performances musicais em várias localidades do mundo, em espaços tidos como não convencionais para a prática musical, tais como ruas movimentadas, becos, banheiros de bar, cozinhas, pontes e viadutos (MUNT, 2011). Por esse motivo, os músicos que participam desses registros são frequentemente levados a performatizar seu repertório com adaptações, favorecendo a escolha de instrumentos acústicos portáteis, instrumentos convencionais adaptados e artefatos do cotidiano, como postes, móveis, panelas e até mesmo a paisagem sonora dos grandes centros urbanos. No vídeo, **White hat**, de Thiago Petit with Dom La Nena... (2014), a noção de *affordance* pode ser localizada quando a performance musical inclui o som de estouros de pipoca em uma panela e de batidas na porta do armário da cozinha e no tampo da mesa (Figura 3).



Figura 3 – White hat

Fonte: Thiago Petit with Dom La Nena... (2014).

Em outra publicação do Blogothèque, o trio francês *We were evergreen* é registrado tocando sob uma ponte, próximo ao leito de um rio que corre ao fundo. Utilizam, para essa canção, um xilofone de teclas removíveis, como aquele desenvolvido para a pedagogia Orff, e um metalofone de teclas fixas, embutidas em uma maleta plástica, próprio para a musicalização infantil.



Ambos os instrumentos são executados no chão, sobre um tapete estendido no início do vídeo (Figura 4). Adicionalmente, presenciamos um violão, um ukulele — instrumento de cordas semelhante ao cavaquinho, introduzido no Havaí por viajantes portugueses (ABRASHEV; GADJEV, 2006) — e um pandeiro meia-lua, que é pisado contra o chão para produzir som (WE WERE..., 2012). Além disso, em uma de suas aparições nas Mahogany Sessions (EVERGREEN – EIGHTEEN, 2011), uma das inúmeras produções audiovisuais no YouTube derivadas dos *Take away shows* (MUNT, 2011), o metalofone também é utilizado em combinação com um *toy piano*, apoiados em um pedestal de teclado e executados simultaneamente, como mostra a Figura 4.



Figura 4 – Eggs

Fonte: Evergreen – Eighteen (2011).

O *toy piano* (piano de brinquedo), por sua vez, inventado em 1872, foi projetado como um instrumento educacional para crianças, com teclado e proporções reduzidas em relação ao piano convencional. Em 1947, John Cage, a partir de seu trabalho intitulado *Suite for toy piano*, alterou a concepção do artefato de brinquedo para instrumento de concerto, ao utilizar o caráter tido como limitador de seu teclado (de, em média, 12 a 36 teclas, sendo que o piano convencional moderno tem 88 teclas) para desenvolver linhas melódicas (UNCAGED TOY PIANO, 2014). Nas décadas recentes, um número cada vez maior de músicos passou a envolver *toy pianos* em suas composições, proporcionando, inclusive, a criação de um concurso de composição musical tematicizado pelo instrumento. Na descrição do site do próprio concurso:

(O projeto) UnCaged Toy Piano cria oportunidades para músicos, artistas e compositores descobrirem e desenvolverem a linguagem do *toy piano* ao promovê-lo em concertos, gravações e festivais. Ao realizar uma chamada de trabalhos por ano, o UnCaged Toy Piano incentiva compositores e artistas de qualquer idade, gênero, etnia, e condições financeiras a criar obras para este instrumento. (UNCAGED TOY PIANO, 2014)<sup>6</sup>.

A partir desses casos, não pretendemos esgotar as possibilidades de uso de metalofone e *toy piano*, mas sim apontar como artefato e *affordances* estão diretamente relacionados ao contexto de uso e seus atores sociais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em oposição ao pensamento de Adam Smith (apud CHANAN, 1994), que declarou caráter perecível e efêmero à música (STRAW 2002), afirmamos que os sistemas tecnológicos de práticas musicais ultrapassam os limites de seus instrumentos. A partir da relação apresentada por Hughes (1989), entre os variados componentes e seus sistemas, podemos pensar, por exemplo:

- a) a configuração de seus **artefatos físicos**: possibilidades de organizações onde o ensino e a aprendizagem ocorrem, da mesma forma como diversos modos de produção e circulação de gravações e de transmissões;
- b) de seus **componentes incorporados**: tanto na concepção do que seriam instrumentos musicais quanto seus elementos e códigos técnicos, onde e como seus usos poderiam ser vivenciados, assim como nos dispositivos de transmissão — *compact disc* (CD), formatos de arquivo, players virtuais;
- c) de seus **artefatos legislativos**: leis de regulação de direitos autorais, uso de imagens, licenças de uso, como a *creative commons*, contratos como os de gravadoras ou empresários.

Esses exemplos relativizam a noção do que se compreende por música e como essas decisões e seleções possibilitam maior ou menor democratização do meio.

---

6 “UnCaged Toy Piano creates opportunities for musicians, artists and composers to discover and develop its inherent language while promoting it in performances, installations, workshops and educational programs. By holding a competition annually, the UnCaged Toy Piano encourages composers and artists of any age, gender, ethnicity, and background to create works for this instrument” (tradução nossa).

Para Williams (2000), ignorar esses diversos fatores significa não perceber os diversos processos sociais disfarçados de classificação e hierarquização das práticas, que buscam valorar e legitimar as formas de uso, escolhas e posicionamentos de certos grupos sociais em detrimento de outros. Assim, a inserção de um instrumento de musicalização infantil no circuito de concertos de música erudita pode legitimar o uso do *toy piano* dentro daquilo que podemos considerar como uma expressão artística válida. Em outras palavras, se não fosse por essa valoração do circuito formal da música ocidental, talvez John Cage sequer precisasse ter legitimado tal prática.

Quanto à questão das *affordances*, reiteramos o pensamento de Almqvist e Lupton (2010) de que as possibilidades desencadeadas por diferentes atores e grupos sociais (incluindo aqueles que podem não ser usuários pretendidos) em relação a um objeto não são previsíveis, mas isso não significa que as características imbuídas em sua concepção possam ou não promover maior grau de acesso para democratização das práticas. Talvez por isso, os exemplos de vídeos comentados puderam ser desenvolvidos por meio de instrumentos musicais considerados primitivos e simplórios, muitas vezes voltados à musicalização infantil, e outros artefatos que muitas vezes não são sequer considerados como musicais. Este acontecimento talvez tivesse maiores impedimentos para ser concretizado com o uso de outros instrumentos, como o vibrafone e a marimba, que, a partir de seus códigos técnicos, provavelmente não sugerem a mesma noção de mobilidade e portabilidade. Contudo, é interessante notar no vídeo **Forasteiro** (Fotografia 7), com o músico Thiago Pethit... (2011), como o piano vertical (também conhecido como **piano armário**) é pensado e usado para a performance musical: apesar de sua configuração standard e de a convenção cultural sugerir que o instrumento seja usado tal qual um armário, imóvel e enclausurado em ambientes fechados, o artista opta por fazer que o piano seja levado, por três pessoas, no meio do viaduto do Minhocão/SP.



Fotografia 7 – Forasteiro  
Fonte: Thiago Pethit... (2011).

Os diferentes modos de agir constatados nos casos mencionados parecem confirmar o posicionamento sistêmico que envolve as práticas musicais e, em um grau mais amplo, toda apropriação de conhecimentos, saberes e técnicas, ou seja, tecnologias (QUELUZ; LIMA FILHO, 2005), mas, mais do que isso, nos apontam para a constante possibilidade de negociação, muitas vezes de maneira assimétrica, entre atores e grupos sociais distintos (HALL, 2003). Longe de vislumbrar um esgotamento, consideramos que os assuntos abordados neste capítulo devem ser problematizados, evitando-se quaisquer concepções deterministas e lineares a respeito de tecnologia, sistemas tecnológicos, ou dos processos estéticos de um modo geral.

## REFERÊNCIAS

- ABRASHEV, B.; GADJEV, V. **Enciclopedia ilustrada de los instrumentos musicales: todas las épocas y regiones del mundo**. Potsdam: H. F. Ullmann, 2006.
- ALMQUIST, J.; LUPTON, J. Affording meaning: design-oriented research from the humanities and social sciences. **Design Issues**, Massachusetts, v. 26, n. 1, p. 3-14, 2010. Disponível em: <http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/desi.2010.26.1.3>. Acesso em: 28 nov. 2018.
- ATTALI, J. **Noise: the political economy of music**. Minneapolis: University of Minneapolis Press, 1985.
- COWAN, R. S. **A social history of American technology**. Nova York: Oxford University Press, 1997.
- CHANAN, M. **Musica practica: the social practice of western music from Gregorian chant to postmodernism**. Londres: Verso, 1994.
- DICKINS, H. **Balafon**. 2010. Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/dorkomatic/4656138184>. Acesso em: 28 nov. 2018.
- DIXON, D. **Bell lyre**. 2013. Disponível em: <http://www.geograph.org.uk/photo/3501977>. Acesso em: 28 nov. 2018.
- EVERGREEN – EIGHTEEN. [S. l.: s. n.], 2011. 4 vídeo. Publicado pelo canal Mahogany Sessions. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4BUhrMP5Js0>. Acesso em: 28 nov. 2018.
- FEENBERG, A. Racionalização subversiva: tecnologia, poder e democracia. In: NEDER, R. T. (Org.). **A teoria crítica de Andrew Feenberg: racionalização democrática, poder e tecnologia**. Brasília: Observatório do Movimento pela Tecnologia Social na América Latina: CDS: UnB: Capes, 2010. p. 67-93. Disponível em: <https://www.sfu.ca/~andrewf/coletanea.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2018.

FENG, P.; FEENBERG, A. Thinking about design: critical theory of technology and the design process. In: VERMAAS, P. E. et al. (Ed.). **Philosophy and design: from engineering to architecture**. Dordrecht: Springer, 2008. p. 105-118. Disponível em: [http://www.researchgate.net/publication/225909365\\_Thinking\\_about\\_Design\\_Critical\\_Theory\\_of\\_Technology\\_and\\_the\\_Design\\_Process](http://www.researchgate.net/publication/225909365_Thinking_about_Design_Critical_Theory_of_Technology_and_the_Design_Process). Acesso em: 28 nov. 2018.

FLAMURAI. **Glockenspiel-mallettech**. 2006. Disponível em: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Glockenspiel-mallettech.jpg>. Acesso 28 nov. 2018.

HALL, S. A questão multicultural. In: SOVIK, L. (Org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003. p. 51-100.

HENNION, A. **La passion musicale: une sociologie de la médiation**. Paris: Métailié, 1993.

HENRIQUE, L. **Instrumentos musicais**. 3. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1999.

HUGHES, T. P. The evolution of large technological systems. In: BIJKER, W. E.; HUGHES, T. P.; PINCH, T. J. (Ed.). **The social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology**. Massachusetts: MIT Press, 1989. p. 86-89. Disponível em: <https://bibliothek.wzb.eu/pdf/1986/p86-9.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2018.

LIMA FILHO, D. L.; QUELUZ, G. L. A tecnologia e a educação tecnológica: elementos para uma sistematização conceitual. **Educação & Tecnologia**, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, p. 19-28, jan./jun. 2005. Disponível em: <https://seer.dppg.cefetmg.br/index.php/revista-et/article/view/71>. Acesso em: 28 nov. 2018.

MARIMBAONE. **Marimba one 4000 series**. 2008. Disponível em: [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Marimba\\_One\\_4000\\_Series.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Marimba_One_4000_Series.jpg). Acesso em: 28 nov. 2018.

MATEIRO, T.; ILARI, B. (Org.). **Pedagogias em educação musical**. Curitiba: InterSaber, 2012.

MUNT, A. New directions in music vídeo: Vincent Moon and the 'ascetic aesthetic'. **Text**, n. 11, abr. 2011. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1959.14/133956>. Acesso em: 28 nov. 2018.

MUSEUMSINSULANER. **Celesta Schiedmayer MIM 1592**. 2009. Disponível em: [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Celesta\\_Schiedmayer\\_MIM\\_1592.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Celesta_Schiedmayer_MIM_1592.jpg). Acesso em: 28 nov. 2018.

OSENBERG, A. **Glockenspiel**. 2008. Disponível em: [http://pixabay.com/p-289317/?no\\_redirect](http://pixabay.com/p-289317/?no_redirect). Acesso em: 28 nov. 2018.

OUDSHOORN, N.; PINCH, T. **How users matter: the co-construction of users and technologies**. Cambridge: MIT Press, 2003.

REDSTRÖM, J. Towards user design? On the shift from object to user as the subject of design. **Design Studies**, v. 27, n. 2, p. 123-139, March 2006. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0142694X05000359>. Acesso em: 28 nov. 2018.

SOCIÉTÉ STUDIO 49. **Instrumentarium Orff-Schulwerkde la société studio 49**. 2011. Disponível em: [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Intrumentarium\\_Orff-Schulwerkde\\_la\\_soci%C3%A9t%C3%A9\\_Studio\\_49.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Intrumentarium_Orff-Schulwerkde_la_soci%C3%A9t%C3%A9_Studio_49.jpg). Acesso em: 28 nov. 2018.

STRAW, W. Music and material culture. In: CLAYTON, M.; HERBERT, T.; MIDDLETON, R. (Ed.). **The cultural study of music: a critical introduction**. 2<sup>nd</sup> ed. Londres; Nova York: Routledge, 2012.

STRAW, W. Music as commodity and material culture. **Repercussions**, v. 7-8, p. 147-172, 2002. Disponível em: <http://www.ocf.berkeley.edu/~repercus/wp-content/uploads/2011/07/repercussions-Vol.-7-8-Straw-Will-Music-as-Commodity-and-Material-Culture.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2018.

THIAGO PETHIT WITH DOM LA NENA – WHITE HAT I A TAKE AWAY SHOW IN BRAZIL. [S. l.: s. n.], 2014. 3 vídeo. Publicado pelo canal La Blogothèque. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=r\\_a6FcfC7BI](https://www.youtube.com/watch?v=r_a6FcfC7BI). Acesso em: 28 nov. 2018.

THIAGO PETHIT: FORASTEIRO – A TAKE AWAY SHOW. [S. l.: s. n.], 2011. 1 vídeo. Publicado pelo canal La Blogothèque. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=24L5qwRMkl4>. Acesso em: 28 nov. 2018.

UNCAGED TOY PIANO. **About**. Disponível em: [http://uncagedtoypiano.org/?page\\_id=73](http://uncagedtoypiano.org/?page_id=73). Acesso em: 28 nov. 2018.

VOLOSHINOV, V. N. Discurso na vida e discurso na arte. **Zvezda**, n. 6, p. 244-267, 1926.

VXLA. **Vibraharp at century mallet**. 2010. Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/vxla/5049505433>. Acesso em: 28 nov. 2018.

WE WERE EVERGREEN – EGGS – A TAKE AWAY SHOW. [S. l.: s. n.], 2012. 2 vídeo. Publicado pelo canal La Blogothèque. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4BUhrMP5Js0>. Acesso em: 28 nov. 2018.

WILLIAMS, R. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

**TECNOLOGIA E REPRESENTAÇÃO  
DE USUÁRIOS/AS NAS TIRAS  
CÔMICAS DO BLOG  
*VIDA DE SUPORTE***

Thiago Estevão Calixto de Castro  
Marilda Lopes Pinheiro Queluz





## INTRODUÇÃO

A relação entre tecnologia e sociabilidade é particularmente rica no período atual. Conforme exposto por Lima Filho e Queluz (2005) a tecnologia — ou o que é compreendido como tecnologia — desempenha papel fundamental na construção do universo real e simbólico. É o universo tecnológico que marca a existência do sujeito contemporâneo, todo ele é construído através de diferentes linguagens.

No livro *Does technology drives history?*, Smith e Marx (1994, p. 4, tradução nossa) sintetizam esse processo: “(...) o sentido do poder tecnológico como um agente crucial de mudança tem um lugar proeminente na cultura da modernidade”. Nesse contexto cultural emergem novas formas de compreender o mundo, possíveis a partir da pluralização de mediações tecnológicas e sua conseqüente influência nas práticas artísticas contemporâneas (MACHADO, 1997).

Uma das linguagens ou formas de comunicação influenciadas pela condição tecnológica atual é a das histórias em quadrinhos. A própria origem dos quadrinhos no século XX, a partir do qual sua linguagem se desenvolveu, pode ser localizada na expansão da cultura de massa e da reprodutibilidade técnica da mídia impressa: os jornais norte-americanos e as tiras diárias que os acompanhavam. Os quadrinhos ainda encontram no papel um de seus suportes possíveis, mas atualmente também ocupam a internet, os tablets e celulares, configurando novas relações de produção e distribuição.

Paiva (2018) defende que é chegado o momento de enfrentar os novos jogos de linguagem de nosso tempo. Considerando a posição de prioridade ocupada pela imagem visual em nossos mecanismos perceptivos e cognitivos, é necessário refletir sobre “(...) sua capacidade de reproduzir (...) sentimentos, crenças e valores” (LEITE, 1998, p. 44). Analisar imagens, portanto, consiste em analisar valores culturais materializados de um dado contexto. Neste capítulo, especificamente, refletimos sobre as representações de usuário em quadrinhos de humor, um tipo específico de imagem. Joly (2007, p. 42, grifo do autor) resume bem a compreensão que norteia esta análise:

(...) aquilo a que chamamos uma **imagem** é algo de **heterogêneo**. O que quer dizer que ela reúne e coordena, no âmbito de um quadro (de um limite) diferentes categorias de signos: **imagens** no sentido teórico do termo (**signos icônicos**, analógicos), mas também **signos plásticos**: cores, formas, composição interna ou textura, e a

maior parte do tempo também **signos lingüísticos**, da linguagem verbal. É a sua relação, a sua interação, que produz o sentido que aprendemos mais ou menos conscientemente a decifrar (...).

Os quadrinhos na internet corresponderiam ao paradigma **pós-fotográfico**, isto é, uma imagem cuja produção e recepção ocorre fundamentalmente através de aparelhos tecnológicos (SANTAELLA; NÖTH, 1998). Segundo Machado (1997, p. 222), imagens técnicas são "(...) as sintetizadas em computadores e essa é uma premissa mais ou menos inquestionável". Santaella e Noth (1998, p. 186) nos lembram de uma característica essencial do paradigma pós-fotográfico: "(...) sua capacidade para absorver e transformar os paradigmas anteriores".

De fato, ainda segundo Santaella e Nöth (1998), na sociedade contemporânea praticamente não há imagem que escape das malhas numéricas. Por isso, como defende Jobim e Souza (2003, p. 89), "(...) a imagem técnica deve ser decifrada para que as diversas camadas de significado nela contidas possam emergir no discurso em forma de texto". No espaço da web, os quadrinhos experimentam dinâmicas que necessariamente passam pela condição de **síntese numérica**, isto é, dado computacional: seja quando o autor digitaliza seu desenho, convertendo-o em informação, seja quando o leitor toma contato com essa informação através de um computador pessoal conectado à internet.

Essa é uma transformação em desenvolvimento acelerado. O processo de entrada de quadrinhos na rede ocorreu no final da década de 1990, especialmente nos anos 2000, quando alcançou uma dimensão significativa a ponto de gerar uma qualificação nova: *webcomics*, quadrinhos on-line através dos quais se engendram novas relações entre autor e leitor. A palavra é uma composição de *comics*<sup>1</sup>, como são chamados os quadrinhos na língua inglesa, e **web**, palavra que se refere ao espaço que ocupam, a internet.

É justamente o formato das tiras cômicas que predomina no suporte digital. Em relação ao jornal, sua estrutura não sofreu grande alteração. Contudo, o mesmo não pode ser dito sobre outros aspectos relacionados às tiras na web, particularmente no que se refere a suas possibilidades interativas e liberdade temática. Neste espaço o leitor participa mais ativamente do processo de criação, enquanto o autor possui uma liberdade cujos quadri-

---

1 O formato nasceu e se consolidou a partir das tiras de humor publicadas em jornais, chamadas *comics*. Essa origem difundiu o uso da palavra *comics* para qualificar quadrinhos em geral, e não apenas as tiras.

nhos impressos não forneciam. Certos nichos temáticos, que teriam público pequeno demais no jornal, encontram na rede seu público-alvo. No Brasil, assim como em outros países, as tiras cômicas encontraram terreno fértil nos blogs. Ramos (2013, p. 82) fornece uma boa síntese desse cenário:

Por apresentarem uma tecnologia de fácil acesso e permitirem interação direta com o leitor, os blogs viabilizaram a criação de espaços temáticos sobre determinado desenhista, personagem ou série. As tiras, por terem o formato curto, relativamente fixo e de leitura mais rápida, algo próprio da internet, tenderam a ser a forma de quadrinhos mais explorada no meio virtual, a ponto de o maior volume de produções do gênero nos anos seguintes estar na internet, e não mais exclusivamente nos cadernos de cultura dos jornais impressos.

O casamento de tiras cômicas e internet tem sido muito bem-sucedido, a ponto de o maior volume de tiras cômicas produzidas no país, na virada da primeira década do século XXI, encontrar-se na internet (RAMOS, 2013). Além das características já mencionadas — distribuição e interatividade autor/leitor — as tiras cômicas on-line têm a possibilidade de arquivamento facilitada. O leitor pode facilmente consultar narrativas anteriores e empreender uma relação mais significativa com o conjunto de trabalhos que lhe interessar, fortalecendo uma das já citadas características dos quadrinhos humorísticos on-line: seu caráter de **nicho cultural**.

## A TECNOLOGIA E AS TIRAS CÔMICAS NA INTERNET

Em primeiro lugar, conforme afirmam Lima Filho e Queluz (2005, p. 7), “(...) devemos evitar uma visão fatalista da tecnologia, uma visão determinista que considere os sistemas tecnológicos como que dotados de autonomia, chegando a dominar a vida humana”. Em seu texto, os autores discutem sobre um elemento central para a análise dos efeitos sociais da transformação tecnológica: um sistema tecnológico não é dotado apenas de máquinas e processos produtivos, mas também de pessoas e organizações. Dialogando com Nye (1997, p. 4-5 apud LIMA FILHO; QUELUZ, 2005, p. 21), sustentam que os sistemas tecnológicos são culturalmente construídos, consequência de uma “complexa negociação”.

Os quadrinhos constituem uma manifestação específica da linguagem humana, produzida a partir de determinados padrões tecnológicos, historicamente situados. Não se pode afirmar que a mudança tecnológica resulta necessariamente numa transformação radical desse tipo de linguagem, mas é necessária uma análise das novas possibilidades comunicativas e identitárias que os quadrinhos apresentam no ambiente da cibercultura.

O fatalismo e a “**irreversibilidade**” da tecnologia podem levar a uma “instrumentalidade racionalizante” (LIMA FILHO; QUELUZ, 2005, p. 23), isto é, o contexto em que, em nome de uma suposta racionalidade tecnológica, perdem espaço outras formas de saberes<sup>2</sup>: assim surge a visão **instrumental** de tecnologia, que a entende apenas como técnica, isto é, aplicação prática dos saberes e conhecimentos. Essa visão contrasta com a **relacional**, que compreende a tecnologia como construção, aplicação e apropriação dos saberes e conhecimentos, sociabilidade em diversas formas (como os quadrinhos).

Enquanto produção cultural, os *webcomics* exemplificam a dinâmica relação entre tecnologia e sociabilidade. Diferentes sujeitos em relação direta com o **mesmo** ambiente tecnológico — a **internet** — desenvolvem respostas muito diferentes às possibilidades que o ambiente proporciona. Os *webcomics*, objetos desta análise, por exemplo, utilizam um sistema tecnológico para estabelecer humor sobre as dificuldades enfrentadas pelos sujeitos em interação com a tecnologia, e, portanto, são em certa medida paradoxais: pensam a tecnologia mediados por ela, adquirindo uma característica de **metalinguagem**. Nessa crítica, contudo, remetem à própria condição tecnológica da existência humana.

Feenberg (2002, p. 22) afirma que “(...) a filosofia da tecnologia esqueceu que ela nada mais é do que um artefato sociocultural e que, por isso, não está livre de influências históricas, políticas e culturais. Em última análise, que está sujeita a luta de classes”. Para Feenberg (2002, p. 22), e esta ideia é pertinente para pensar as tiras on-line, é necessária “(...) uma crítica holística da tecnologia e uma teoria de suas potencialidades democráticas”.

Esse posicionamento exige uma avaliação crítica de sistemas tecnológicos e dos elementos consequentes destes sistemas. Como descreve Pacey (1990, p. 16), os “(...) sistemas e artefatos tecnológicos devem ser entendidos como parte da vida e não como uma coisa que pode ser colocada num com-

---

2 Tais como o conhecimento da vivência, relativo às diferentes experiências que os sujeitos constroem a partir de sua relação com as coisas, como ocorre com os diferentes usuários que utilizam aparelhos.

partimento separado”. Essa é a visão relacional de tecnologia, que sustenta a análise das tiras cômicas pretendida neste capítulo. Dessa forma, a tecnologia não é somente o controle racional da natureza, como o determinismo tecnológico nos leva a crer, mas intrinsecamente social.

Para interpretar os efeitos sociais da tecnologia, diferentes concepções teóricas surgiram. De acordo com Vessuri (1991), no artigo *Perspectivas no estudo social da ciência*, uma das principais correntes de análise da tecnologia foi a do construtivismo, que concebe os fatos e artefatos científicos como inteiramente construídos. Para Cuttcliff (2000), o construtivismo considerou que a ciência e a tecnologia não são puramente objetivas, mas dependentes de fatores socialmente determinados, ainda que construídas materialmente. Este enfoque atribui grande importância ao **comportamento dos atores**, isto é, dos sujeitos relacionados na produção e disseminação de conteúdo tecnológico. Seguindo este princípio, podemos imaginar a participação dos autores de quadrinho na internet como um tipo específico de ator, que utiliza o suporte digital para a produção de artefatos culturais, sendo influenciado e influenciando através dele.

## AS TIRAS CÔMICAS VIDA DE SUPORTE

As tiras ou *webcomics* do blog *Vida de suporte* (SUPORTE, 2018b), iniciadas em 2009, são um exemplo da invasão de tiras na internet brasileira. O blog possui milhares de acessos diários, figurando entre os quatro mil sites mais acessados do Brasil (ALEXA, 2018). O autor e criador do blog, André Farias, retrata situações cotidianas vividas por analistas de suporte em tecnologia e informática, utilizando quadrinhos. Ao exercer suas funções no atendimento ao usuário e na solução de problemas na empresa, o que poderia ser a simples aplicação de conhecimento técnico se transforma numa verdadeira **dor de cabeça**, visto que existe um abismo entre estes diferentes sujeitos envolvidos no uso de aparelhos e sistemas informatizados: o usuário e o analista de suporte.

Dessa forma, o humor das tiras *Vida de suporte* surge essencialmente a partir dos desencontros e confusões semânticas consequentes da interação humana com a tecnologia, isto é, a atribuição de diferentes significados a um mesmo objeto, resultando em confusão (e no efeito humorístico que o autor

procura obter do leitor). Nas palavras do criador das tiras: “Na época, e de certa forma até hoje, as tirinhas serviam como um **cano de escape**, mais ou menos uma forma de exorcizar os demônios do meu trabalho como profissional de TI” (GUSMÃO, 2013).

Uma característica interessante de boa parte das tiras é justamente uma interatividade entre autor e leitores. Segundo Farias (apud GUSMÃO, 2013), “(...) boa parte das tirinhas serem baseadas em histórias reais vivenciadas pelos leitores do site”. Basicamente, leitores relatam histórias engraçadas — geralmente relacionadas à tecnologia — e o autor compõe a tira cômica:

Recebi as primeiras sugestões de histórias de amigos e clientes que também eram profissionais de TI. A medida que a audiência foi crescendo aumentou também a quantidade de emails de leitores relatando histórias (sur)reais vivenciadas por eles e pedindo que fossem transformadas em tirinhas. Não sei exatamente o número, mas creio que, hoje em dia, a quantidade de emails recebidos com histórias seja um terço dos emails com flagras (GUSMÃO, 2013).

O conteúdo humorístico do blog é baseado na tríade:

- a) tiras cômicas ficcionais;
- b) tiras cômicas baseadas em  **fatos reais**;
- c)  **flagras de atendimento**.

Este último tipo de humor não consiste em quadrinhos, mas geralmente em *printscreens*, isto é, imagens tiradas de atendimentos feitos por analistas de suporte a partir de situações interacionais. Os dois últimos tipos são enviados por e-mail para o autor.

Os temas e as dificuldades sofridas pelo analista de suporte, que lida com tecnologia, passam longe de ser  **apenas tecnológicos**. Nesse sentido, a análise das tiras é uma interessante fonte de crítica sobre as interações entre sistemas técnicos e sujeitos. Nessa análise, certos cuidados teórico/metodológicos são necessários. A abordagem foi inspirada no estudo de Ramos (2009) sobre a  **leitura dos quadrinhos**, considerando a composição do significado das tiras como uma síntese de textos. Refletimos sobre “(...) a presença de diferentes signos (verbais e visuais) no mecanismo que leva o leitor a produzir coerência dentro de um processo sociocognitivo interacional” (RAMOS, 2009, p. 14).

## O USUÁRIO

Segundo o dicionário Houaiss (HOUAISS; VILLAR, 2013), o substantivo **usuário** define “aquele que, por direito de uso, serve-se de algo ou desfruta de suas utilidades”. Obviamente a questão não é tão simples, envolvendo uma ampla gama de discussões, essencialmente ligadas ao universo de produção e consumo. No que se refere à produção, o usuário é um indivíduo **imaginado** e preconcebido pelos desenvolvedores para utilizar os objetos que fabricam. A partir de uma referência culturalmente construída e baseada num conjunto de expectativas sociais, verdadeiras ou não, criam-se relações de identificação.

No contexto de utilização da infinidade de produtos que a sociedade capitalista produz, por sua vez, o **usuário** é a pessoa que interage **de fato** com esses produtos. E é precisamente a utilização prática a fonte dos problemas: o usuário não se **comporta**. Sua imagem real, portanto, não coincide com aquela imaginada pelo designer. A postura inicial em relação a esse tipo de situação é adjetivá-la como **erro**: a pessoa não sabe usar o aparelho, não entende suas funções, sua linguagem. O que configura um erro do ponto de vista técnico, contudo, merece uma análise atenta.

Como discutem Pinch e Oudshoorn (2003), os usuários também *atuam* no desenvolvimento da tecnologia em geral, não existindo um uso da tecnologia que possa ser deduzido do objeto em si, apenas usos dominantes. Na introdução, intitulada *How users and non users matter*, os autores convidam os historiadores e sociólogos da tecnologia a escolher o usuário, em vez do artefato ou do tecnólogo, como ponto de partida nas análises de tecnologia.

Nesse sentido, é interessante analisar justamente o ponto em que ocorrem choques: a tensão social consequente da relação usuário/analista de suporte, utilizando como fonte as tiras cômicas.

Para começar a análise, vejamos a imagem de usuário que aparece pela primeira vez no blog *Vida de suporte* (Figura 1). A tira começa com um quadro contendo o texto “Baseado em uma história real”, condicionando o leitor a interpretar a tira como a retratação cômica de uma experiência verdadeira. Na sequência da tira há outros elementos comuns à linguagem dos quadrinhos, como as onomatopeias, que indicam o som de toque do telefone no segundo quadro, bem como os apêndices de fala. O apêndice de fala relativo ao protagonista corresponde a um traço simples, enquanto o do telefone possui a característica convencional de diálogo mediado por aparelhos.



Figura 1 – Vontade de Chorar

Fonte: [https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2009/08/suporte\\_2.jpg](https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2009/08/suporte_2.jpg) Acesso em: 08 de jul. 2019.

A sequência narrativa descreve o analista de suporte atendendo a uma **usuária** que enfrenta dificuldades para entender o funcionamento de um sistema relativo a saldos financeiros. Trata-se de um pagamento retroativo, que elimina uma dívida do passado com recursos financeiros do presente. Sem entender esse efeito, houve confusão sobre a consequência do pagamento sobre o saldo da usuária.



O analista tenta explicar a situação durante uma hora e vinte cinco minutos, como nos informa o sexto quadro, sem obter sucesso. Seu fracasso gera uma resposta da usuária na penúltima parte: “To com vontade de chorar!!!”. No oitavo e último quadro da tira, entra em ação o efeito inesperado da tira cômica: quem está chorando é o analista, apesar do **problema** afetar a outrem. É precisamente o que Ramos (2011, p. 52) descreve a seguir: “(...) o desfecho surpreendente é evidenciado pela presença de um elemento-chave, que permite a passagem de uma leitura ‘séria’ para outra, ‘não-séria’ ou jocosa. Em geral, essa passagem se dá no fim da narrativa”. O elemento chave, nessa tira, é o choro do analista, que percebemos pela união de signos verbais “Buaaaa...”, e visuais como expressão facial, lágrimas, distância em relação ao telefone.

Existem vários elementos interessantes que compõem o humor da tira acima, mas nos focaremos em apenas dois deles. Em primeiro lugar, esta é a primeira imagem do usuário estabelecida pelo autor, que imaginou — e desenhou — uma mulher branca e jovem. Essa **mulher** se transforma, a partir dessa tira, na representação central de usuário, afetando a significação adquirida por estes sujeitos e sua interação com sistemas tecnológicos em tiras posteriores. Não são somente as mulheres que se **atrapalham** com tecnologia, mas este é o sentido dominante na leitura da maior parte das tiras produzidas em *Vida de suporte*. Sendo assim, as tiras remetem a questões de gênero e tecnologia.

Em segundo lugar, existe uma construção discursiva que sustenta o humor: a usuária é colocada como fonte do problema (e como causa do choro). Sua incompreensão ocorreu porque não entendia o significado da palavra **retroativo**, particularmente num contexto em que outros signos numéricos chegavam à sua percepção com sentidos diversos. Devemos lembrar, contudo, que os sistemas financeiros informatizados geralmente operam dentro de uma lógica matemática e computacional bastante abstrata para a maioria da população, e que esta lógica muitas vezes influi nas interfaces com as quais o usuário interage e se relaciona.

Em suma, se a linguagem desses sistemas fosse mais simples e acessível, confusões como essa talvez pudessem ser evitadas. Podemos concluir que a tira, ao representar esse tipo de interação social, incorpora e reproduz valores do determinismo tecnológico, pois sugere indiretamente que os sujeitos devem se adaptar às dinâmicas da tecnologia. Quando não o fazem,

são fonte de problemas que nem o analista de suporte é capaz de resolver, provavelmente porque este opera com um sistema de conhecimento que não atende à demanda da **usuária**.

A identificação com questões de gênero é uma constante no humor do *Vida de suporte*. Na segunda vez em que é retratada uma interação entre analista e usuário, por exemplo, também temos contato com o desenho de uma mulher. É uma tira do tipo **baseada em fatos reais**, nesse caso enviada por **Arnaldo** (Figura 2), como nos informa o primeiro quadro.



Figura 2 – Clique duas vezes no ícone, por favor

Fonte: [https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2010/03/suporte\\_34.jpg](https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2010/03/suporte_34.jpg)  
Acesso em: 08 jul. 2019.

Novamente o analista dialoga ao telefone, uma constante em seu trabalho. Nesse caso, instrui a usuária a realizar alguns comandos relativamente simples para quem está familiarizado com computadores e seus sistemas operacionais: operar o mouse, um objeto da realidade material, e utilizar suas funções para interagir com as informações da tela de vídeo, que serve de suporte às imagens técnicas, e, portanto, da realidade virtual. A usuária não tem

clara noção da distância um tanto quanto abstrata que separa essas duas coisas, e tenta **clicar** no ícone imagético com o objeto em si, e não com o signo icônico que identifica sua posição na tela, geralmente uma seta diagonal. Não esperamos que realize esse tipo de ação, o que causa o efeito de humor.

De acordo com Oost (2003), objetos materiais podem adquirir sentido de gênero, particularmente no que se refere aos computadores. Parece ser o caso da representação de usuária das tiras humorísticas do *Vida de suporte*. Ela é usualmente retratada da mesma forma em diferentes tiras: uma mulher branca de meia idade com grandes dificuldades em sua interação com a tecnologia. É pertinente assinalar, todavia, que “(...) diferentes grupos atribuem significados diferentes e frequentemente conflitantes a computadores” (OOST, 2003, p. 194). Sendo assim, a opção de André Farias é uma escolha representativa específica, influenciada por sua experiência social e cultural.

De todo modo, outra característica de seu blog parece corroborar a relação entre tecnologia e gênero. Com o sucesso crescente do site e suas tiras, especialmente entre pessoas que trabalham ou estão familiarizadas com tecnologias diversas, o site passou a contar com uma sessão diferente, intitulada **musa do suporte da semana**. Nela, convida leitoras que atuem como analistas de suporte — e maiores de idade — a enviarem fotos ao blog, concorrendo a figurar na página. Surpreendentemente, uma grande quantidade de leitoras aderiu à convocatória, e o site conta com uma sessão exclusiva para as **musas do suporte**, já com treze páginas recheadas com fotos de mulheres que lidam com suporte e tecnologia informática em geral. Parece que, por lidar com tecnologias de valores preponderantemente vistos como **masculinos**, é necessário reiterar uma imagem referencial de **feminilidade**. Ao fazer isso, vinculam-se a um padrão que identifica a mulher como **objeto do olhar**. Ao refletir sobre os modos de ver ao longo das experiências pictóricas e publicitárias no ocidente, Berger (1999, p. 49) ressalta, especialmente com relação ao corpo feminino:

(...) os homens atuam e as mulheres aparecem, os homens observam as mulheres. As mulheres contemplam a si mesmas enquanto são olhadas. Isso determina não apenas a maioria das

relações entre homens e mulheres mas também a relação das mulheres consigo mesmas. O observador que a mulher leva dentro de si é masculino: a observada é feminina. Deste modo converte a si mesma em um objeto, e particularmente em um objeto visual, uma visão.

## TECNOLOGIA, SOCIABILIDADE E APROPRIAÇÃO DA REDE

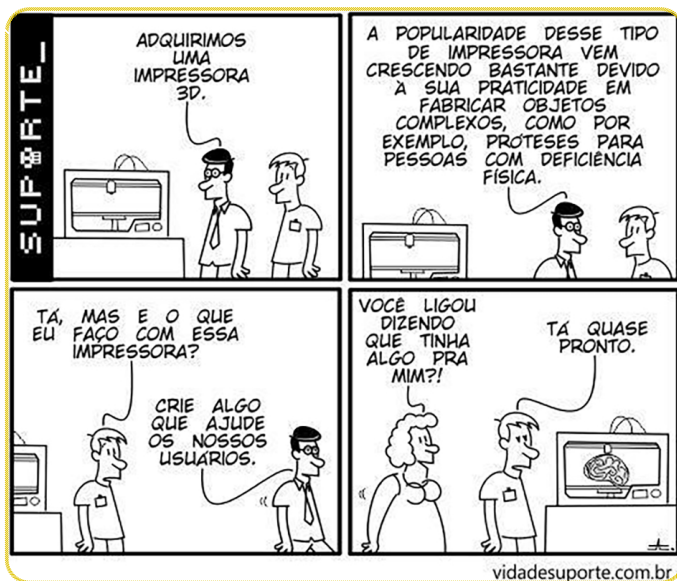


Figura 3 - Impressora 3D

Fonte: [https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Suporte\\_984.jpg](https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Suporte_984.jpg)

Acesso em: 8 jul. 2019.

Na Figura 3, o humor decorre da insinuação de que a **usuária** não tem um cérebro, isto é, não consegue entender os problemas que traz para o analista, por mais banais e corriqueiros que sejam para o técnico. Paradoxalmente, a própria tecnologia traria esta solução, na forma das impressoras **3D** e na sua capacidade de fabricar o órgão.

O humor da tira remete à condição da tecnologia na sociedade contemporânea: não é ela que resolverá os problemas derivados de suas interações. Afinal, não é possível imprimir um cérebro **programado** com o comportamento esperado pelos designers de um **usuário** ideal, apenas criar

condições sociais para que aparelhos e sistemas tecnológicos possam ser compreendidos, isto é, tenham sentido para as pessoas. Em suma, a relação com a tecnologia não é neutra, e não serve a todos da mesma forma. Na Figura 4, outro lado dessa problemática é revelada.



Figura 4 – Não tem preço

Fonte: [https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Suporte\\_982.jpg](https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Suporte_982.jpg)  
Acesso em: 8 jul. 2019.

Esta tira está relacionada a uma complexa gama de relações sociais que surgiram com a tecnologia. Em primeiro lugar, faz referência à difusão da internet e ao acesso crescente de vários usuários à rede, resultando no desenvolvimento de uma nova gama de comportamentos. Na sequência, a tira reflete sobre o desenvolvimento das redes de relacionamento e sua popularização a partir do século XXI, atraindo para esse espaço cibernético um público-alvo com uma noção por vezes deslocada dos **jogos de vaidade** desses ambientes: as mães, pais, tias ou avós.

Diferentemente do jovem padrão, que constrói minuciosamente sua representação, escolhendo imagens que atendam à sua vaidade, a senhora da tira constrange o filho ao colocar na **rede** fotos que o envergonham, repetindo na internet um tipo de sociabilidade antes pertinente ao espaço do-

méstico: mostrar o álbum de fotos da família para visitas, pessoas com maior grau de intimidade. Este tipo de sociabilidade nasce a partir de artefatos técnicos, mas causa efeitos sociais imprevisíveis, o que afasta a concepção de um determinismo tecnológico: diferentes sujeitos utilizam a tecnologia e apropriam-se da rede de formas variadas. Esse exemplo nos incita a pensar no comportamento do usuário de uma forma menos restritiva.

Na esteira dessa discussão, é possível estabelecer contraste com alguns posicionamentos de Franco (2008) sobre os quadrinhos digitais, ou as *HQtrônicas*, conforme o termo que criou. Em seu estudo, *HQtrônicas: do suporte papel à rede Internet*, Franco (2008) vislumbrava uma grande revolução da linguagem dos quadrinhos. Basicamente, via nos artefatos tecnológicos a existência de novas e ricas possibilidades: adição de som, animações e vídeos (FRANCO, 2008). Diante dessas possibilidades, imaginou que os quadrinistas, ao se tornarem **usuários** de tecnologia, fariam uso de toda essa gama de opções para tornar mais rica e complexa a linguagem que já utilizavam: os quadrinhos.

De certa forma, contudo, Franco (2008) estabelece um raciocínio instrumentalizante, imaginando que as potencialidades tecnológicas seriam determinantes para a produção cultural feita a partir delas. Sua análise ocorreu há mais de uma década, e a revolução que concebeu não se concretizou. Ao invés da adição de elementos multimidiáticos, a maior parte dos quadrinhos digitais parece ter desenvolvido novas formas de sociabilidade, um tipo de processo criativo em que o autor é afetado pelos leitores de forma mais poderosa.

É este, pelo menos, o caso do *Vida de suporte*, que conta com as tiras inspiradas nos **casos** enviados por leitores. Essas histórias são transformadas nas tiras humorísticas, posteriormente veiculadas com uma dedicatória: "Inspirado por histórias reais enviadas por Maicon". Dessa forma, o artista estabelece uma comunicação criativa, em que ideias e experiências de outros sujeitos afetam o seu próprio trabalho. A Figura 5 é um desses casos.



Figura 5 – Ostentação

Fonte: [https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/04/Suporte\\_973.jpg](https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/04/Suporte_973.jpg) Acesso em: 8 jul. 2019.

Ela serve como exemplo para as dificuldades comunicacionais que acompanham os diálogos sobre tecnologia. O analista instalou um programa antivírus no computador da usuária, o **McAfee**. Para o técnico, não há mistério em relação ao significado da palavra e as funcionalidades que o programa traz. Contudo, a confusão ocorre quando a usuária estabelece sua própria interpretação sobre o programa, a partir de sua bagagem cultural. Nesse caso, a palavra **McAfee**, longe de significar o nome do programa — e sobrenome de seu criador — adquire outro sentido: a de **MC**, abreviatura de **mestre de cerimônias**, utilizada por músicos do funk ou rap. O que para um sujeito tem um significado estritamente técnico, para outro adquire sentidos específicos.

Estes exemplos do humor na forma de tiras nos mostram que a relação social com a tecnologia é carregada de tensões, usos e entendimentos variados. Os problemas cotidianos que o autor representa nos impedem de analisar sistemas tecnológicos como mera aplicação de conhecimento cientí-

fico, conforme outros autores já citados discutiram. É a sociabilidade que cria e transforma esses sistemas, tão fundamentais para o momento cultural em que estamos. A imagem de tecnologia e usuário que a análise das tiras delinea é, sobretudo, a de constante desencontro. Ficam evidentes algumas das distâncias culturais entre técnicos e usuários, bem como as problemáticas de sociabilidade consequentes desse desnível.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No período contemporâneo, indubitavelmente tecnológico, é necessária constante discussão sobre os efeitos inter-relacionados entre tecnologia, sociabilidade e cultura. A revisão ininterrupta da relação contida no trinômio tecnologia, ciência e sociedade pode afastar o chamado **fetiche da tecnologia**, discutido por Novaes e Dagnino (2004), bem como uma visão instrumental de aparatos tecnológicos. É conveniente estabelecer aquilo que Feenberg (2002, p. 22 apud NOVAES; DAGNINO, 2004, p. 193) chama de “(...) crítica holística da tecnologia e uma teoria de suas potencialidades democráticas”.

Este é justamente um dos resultados observados neste capítulo: verificar alguns dos tensionamentos sociais que as tiras *Vida de suporte* evidenciam. O humor, longe de ser neutro, é considerado aqui como indicativo de valores culturais e identitários na construção das representações de usuários. Conforme afirma Shifman (2007), a suposição básica que permeia este debate é a de que o humor pode servir como uma alternativa no entendimento de processos culturais e sociais. Nesse sentido, uma das premissas é a de que o estudo sistemático do humor em sistemas tecnológicos pode traçar um perfil cultural e identitário mais diversificado no cenário contemporâneo.

Por fim, esta provocação pretende abrir caminho para a discussão acadêmica pertinente à tecnologia e sua interação com a realidade brasileira. A Figura 6 indica o teor dessa relação.





Figura 6 – Problemas de USB

Fonte: [https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2010/02/suporte\\_26.jpg](https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2010/02/suporte_26.jpg) Acesso em: 8 jul. 2019.

Nela observamos dois homens jovens em interação com um monitor (as setas atuam como signos plásticos que representam a luz de uma tela). Esse contexto pressupõe a existência de algum aparelho tecnológico, provavelmente computacional. Essa suspeita é confirmada pelo segundo quadro, quando a sigla **USB** (*universal serial bus*) é utilizada para se referir ao acontecimento testemunhado na tela. Por se tratar de um tipo de entrada utilizada em aparelhos de computação, inferimos que a relação estabelecida pelos dois personagens é com um computador.

Identificamos o outro personagem (à direita) como mais analista de **TI**, pois nossa percepção tem contato com o contorno dos crachás no tronco de ambos. A usuária não aparece nessa tira, o que não a impede de se tornar objeto de discurso do analista. Ao ser indagado pelo outro personagem, seu colega, se o tipo de erro com o qual se depara é de origem **universal serial bus**, responde: “Não. Usuário super burro” (SUPORTE, 2018e). Dessa forma, o efeito de humor ocorre porque um termo técnico é transformado em jogo de palavras, adjetivando o usuário com características negativas: super burro.

Obviamente, a qualificação **burro** é subjetiva. Contudo, essa é a impressão geral que se tem ao ler o humor do blog: a da limitação cognitiva do usuário, que não sabe como usar, fazer ou entender as coisas com as quais se relaciona. E assim, aos poucos, esse conjunto de imagens, dezenas de quadrinhos, constitui uma representação específica no complexo universo imagético brasileiro, representação essa que pode ter algo de pertinente a nos dizer sobre algumas questões da realidade social do nosso país.

A relação analista/usuário é um ponto de tensão que merece nosso olhar atento. Esses desencontros são representativos de um processo, isto é, o da proliferação de aparelhos tecnológicos na vida das pessoas, junto das demandas que os acompanham, tais como o entendimento de termos da língua inglesa. Quando boa parte da população sofre ainda com os desafios da linguagem materna, a expansão do consumo e o efeito globalizador que o acompanha complicam essa relação.

Como nos lembram Feng e Feenberg (2008, p. 117), “(...) a questão frente à sociedade não é sobre aceitar ou rejeitar tecnologia, mas sobre como valores alternativos podem ser trazidos para o processo de desenvolvimento”, de forma que o usuário não seja qualificado como **burro** ou **incapaz**, mas que suas relações e dificuldades com a tecnologia sejam utilizadas como referência básica para uma revisão dos valores e sistemas tecnológicos que nos rodeiam.

## REFERÊNCIAS

- ALEXA. Disponível em: <https://www.alexa.com/siteinfo/vidadesuporte.com.br>. Acesso em: 29 nov. 2018.
- BERGER, J. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- CUTTCLIFF, S. H. **Ideas, machines, and values: an introduction to science, technology, and society studies**. New York: Rowman & Littlefield, 2000.
- FARIAS, A. **Adaptação de uma história real enviada por Arnaldo**. 2009. Disponível em: [https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2010/03/suporte\\_34.jpg](https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2010/03/suporte_34.jpg). Acesso em: 29 nov. 2018.
- FEENBERG, A. **Critical theory of technology**. New York: Oxford University Press, 1991.
- FEENBERG, A. **Transforming technology: a critical theory revisited**. 2nd ed. New York: Oxford University Press, 2002.
- FENG, P.; FEENBERG, A. Thinking about design: critical theory of technology and the design process. In: VERMAAS, P. E. et al. (Ed.). **Philosophy and design: from engineering to architecture**. Dordrecht: Springer, 2008. p. 105-118. Disponível em: [http://www.researchgate.net/publication/225909365\\_Thinking\\_about\\_Design\\_Critical\\_Theory\\_of\\_Technology\\_and\\_the\\_Design\\_Process](http://www.researchgate.net/publication/225909365_Thinking_about_Design_Critical_Theory_of_Technology_and_the_Design_Process). Acesso em: 28 nov. 2018.
- FRANCO, E. **Hqtrônicas: do suporte papel à rede internet**. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2008.

GUSMÃO, G. Tirinhas eram cano de escape, diz criador do Vida de Suporte. **Exame**, dez. 2013. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/tirinhas-eram-cano-de-escape-diz-autor-do-vida-de-suporte>. Acesso em: 28 nov. 2018.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. de S.; FRANCO, F. M. de M. **Houaiss**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013. 1 CD-ROM.

ÍNDICES educacionais no Brasil estão abaixo da média da OCDE. **Educação**, jun. 2013. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/educacao/indices-educacionais-no-brasil-estao-abaixo-da-media-da-ocde,5d2bb4d07187f310VgnCLD2000000dc6eb0aRCRD.html>. Acesso em: 28 nov. 2018.

JOBIM E SOUZA, S. Dialogismo e alteridade na utilização da imagem técnica em pesquisa acadêmica: questões éticas e metodológicas. In: FREITAS, M. T.; JOBIM E SOUZA, S.; KRAMER, S. (Org.). **Ciências humanas e pesquisa: a leitura de Mikhail Bakhtin**. São Paulo: Cortez, 2003. p. 77-94.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. 11. ed. Rio de Janeiro: Edições 70, 2007. Disponível em: <https://flankus.files.wordpress.com/2009/12/introducao-a-analise-da-imagem-martine-joly.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2018.

LEITE, M. L. M. Texto visual e texto verbal. In: FELDMAN-BIANCO, B.; LEITE, M. L. M. (Org.). **Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais**. Campinas: Papirus, 1998. p. 37-50.

LIMA FILHO, D. L.; QUELUZ, G. L. A tecnologia e a educação tecnológica: elementos para uma sistematização conceitual. **Educação & Tecnologia**, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, p. 19-28, jan./jun. 2005. Disponível em: <https://seer.dppg.cefetmg.br/index.php/revista-et/article/view/71>. Acesso em: 28 nov. 2018.

MACHADO, A. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 1997.

McCLOUD, S. **Reinventando os quadrinhos: como a imaginação e a tecnologia vêm revolucionando essa forma de arte**. São Paulo: M. Books, 2006. Disponível em: <http://carlosdamascenodesenhos.com.br/wp-content/uploads/2013/10/REINVENTANDO-OS-QUADRINHOS-SCOTT-McCLOUD.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2018.

NOVAES, H. T.; DAGNINO, R. O fetiche da tecnologia. **Organizações e Democracia**, v. 5, n. 2, p. 189-210, 2004. Disponível em: <http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/orgdemo/article/view/411>. Acesso em: 29 nov. 2018.

OOST, E. V. Materialized gender: how savers configure the users' femininity and masculinity. In: OUDSHOORN, N.; PINCH, T. (Ed.). **How users matters: the co-construction of users and technology**. Cambridge: The MIT Press, 2003. p. 193-208.

OUDSHOORN, N.; PINCH, T. (Ed.). **How users matters: the co-construction of users and technology**. Cambridge: The MIT Press, 2003.

PACEY, A. **La cultura de la tecnología**. México: Fondo de Cultura Económica, 1990.

PAIVA, C. C. de. **Walter Benjamin e a imaginação cibernética: experiência e comunicabilidade na era do virtual**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cardoso-claudio-paiva-walter-benjamin.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2018.

RAMOS, P. **Faces do humor: uma aproximação entre piadas e tiras**. Campinas: Zarabatana Books, 2011.

RAMOS, Paulo. A Leitura dos Quadrinhos. São Paulo: Contexto, 2009.

RAMOS, P. Tiras cômicas na web: o papel revolucionário dos blogs na circulação de tiras no Brasil. In: LUIZ, L. (Org.). **Os quadrinhos na era digital**: HQtrônicas, webcomics e cultura participativa. Nova Iguaçu: Marsupial, 2013. p. 81-93.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998.

SHIFMAN, L. Humour in the age of digital reproduction: continuity and change in internet-based comic texts. **International Journal of Communication**, v. 1, p. 187-209, 2007. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11>. Acesso em: 29 nov. 2018.

SMITH, M. R.; MARX, L. (Ed.). **Does technology drive history? The dilemma of technological determinism**. Cambridge: The MIT Press, 1994.

SUPORTE. **Baseado em história real enviada por Valéria Gimenez e Elis Andres**. Disponível em: [https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/04/Suporte\\_973.jpg](https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/04/Suporte_973.jpg). Acesso em: 29 nov. 2018a.

SUPORTE. Disponível em: [http://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Suporte\\_984.jpg](http://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Suporte_984.jpg). Acesso em: 29 nov. 2018b.

SUPORTE. Disponível em: <https://vidadesuporte.com.br/>. Acesso em: 29 nov. 2018c.

SUPORTE. Disponível em: [https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Suporte\\_982.jpg](https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Suporte_982.jpg). Acesso em: 29 nov. 2018d.

SUPORTE. Disponível em: [https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2010/02/suporte\\_26.jpg](https://vidadesuporte.com.br/wp-content/uploads/2010/02/suporte_26.jpg). Acesso em: 29 nov. 2018e.

VESSURI, H. M. C. Perspectivas recientes en el estudio social de la ciencia. **Interciencia**, v. 16, n. 2, p. 60-68, mar./abr. 1991. Disponível em: [ftp://ftp.ige.unicamp.br/pub/CT010/aula%201/Vessuri\(1991\).pdf](ftp://ftp.ige.unicamp.br/pub/CT010/aula%201/Vessuri(1991).pdf). Acesso em: 29 nov. 2018.

**MATERIALIDADES E  
REPRESENTAÇÕES NOS USOS DA  
ESTAÇÃO-TUBO EM CURITIBA**

Suelen Christine Caviquiolo  
Gilson Leandro Queluz



## INTRODUÇÃO

Este capítulo fez parte da pesquisa de doutorado sobre as negociações sociais envolvidas no design do transporte público na cidade de Curitiba a partir de 1989. Nele, pretendemos explorar como os grupos sociais envolvidos no sistema de transporte da cidade de Curitiba lidam com representações e materialidades na disputa pelo controle do seu design. Propomos, então, uma discussão das estações-tubo, que são plataformas de embarque empregadas em duas linhas de ônibus da cidade. Essa questão será tratada de forma interdisciplinar, por meio de abordagens dos estudos de ciência, tecnologia e sociedade dedicadas à análise da construção de sistemas socio-técnicos na história e em visões que situam o design como aspecto da cultura material, em um "(...) processo através do qual indivíduos e grupos constroem sua identidade, vivenciam a modernidade e lidam com a mudança social"<sup>1</sup> (ATTFIELD, 2000, p. 13-14, tradução nossa). Reportagens jornalísticas, imagens e relatos documentados foram as fontes que possibilitaram essa reflexão e serão tratadas como representações<sup>2</sup> produzidas no processo histórico de negociação do design do transporte em Curitiba.

## A CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS TUBOS E DOS LIGEIRINHOS

No ano de 1991, foi incluída no sistema de transporte coletivo de Curitiba a Linha Direta. O novo ônibus, identificado pela cor prateada, objetivava fazer os trajetos em tempo reduzido. Para isso, tinha menor número de paradas em relação às outras linhas e usava um sistema de embarque que buscava semelhança com o dos metrô. O embarque para essa linha acontecia por meio de estações em formato tubular, onde o pagamento da passagem era feito ao cobrador logo na entrada. Seu nivelamento com o piso do ônibus permitia um acesso mais rápido em relação àquele feito por degraus.

---

1 "The aim is to expand the definitions of design so as, not only to include its more usual role of 'things with attitude', but also to include a consideration of it as a process through which individuals and groups construct their identity, experience modernity and deal with social change" (ATTFIELD, 2000, p. 13-14).

2 Jornais, revistas, desenhos e fotografias, nesse trabalho, são entendidos como meios de comunicação que operam como meios de produção, produzindo simultaneamente significações e materialidades que, ao fazerem sentido para quem os interpreta, também estão envolvidos nos processos de representação (HALL, 2003; WILLIAMS, 2011).

O folder usado para a divulgação da Linha Direta pela prefeitura, na época comandada pelo prefeito arquiteto e urbanista Jaime Lerner, buscava reforçar a semelhança com o metrô e atribuía ao novo ônibus o apelido de *ligeirinho*, descrevendo-o como:

É mais uma maneira de facilitar a vida dos curitibanos. Quem usa ônibus para ir à escola, ao trabalho, para o lazer, gastará menos tempo em suas viagens. A linha direta usará ônibus especiais que param somente nas estações-tubo. São exatamente estas estações que fazem com que a linha direta fique muito parecida com um metrô. Um metrô que usa ônibus e que circula nas ruas e avenidas (CURITIBA, c1991).

O ônibus ligeirinho (Figura 1) iniciou sua circulação num sábado, 13 de abril de 1991, depois das dez horas da manhã. Sua viagem inaugural contou com a presença do prefeito, autoridades e jornalistas que embarcaram por uma estação-tubo no centro da cidade com destino ao terminal do bairro Boqueirão (LERNER, 1991). A chegada do prefeito no local, de acordo com o jornal da época, foi comemorada com fogos e apresentações das bandas da polícia militar, da prefeitura e de uma dupla sertaneja chamada Ligeirinho e Pé na Tábua. Os discursos da equipe da prefeitura e seus afiliados políticos vinculavam os novos ônibus às ideias de modernidade e velocidade, enaltecendo as intervenções na cidade frente aos problemas econômicos e sociais enfrentados pelo país:

Este é um momento histórico, em que o brilho desta manhã se reflete na cor cinza desses ônibus que nos aproximam do próximo milênio, mostrando que não há crise, não há dificuldades, quando se usa a cabeça para fazer as coisas. Se podemos fazer bem feito, o Paraná e o Brasil também podem. Curitiba vive hoje ligeirinho, rumo aos seus 300 anos, ao próximo milênio. Viva Ligeirinho, viva Curitiba. (LERNER, 1991, p.5).



Figura 1 – Fotografia do ônibus ligeirinho e da estação-tubo em folder de divulgação da prefeitura  
Fonte: Prefeitura Municipal de Curitiba (c1992).



Nesses discursos, identificamos um esforço para atualizar a imagem de Curitiba construída na década de 1970, como cidade modelo, moderna e de primeiro-mundo. É dessa época a implantação do plano diretor que vinculou o desenho da cidade ao transporte de massa<sup>3</sup>. Em 1974, durante a primeira gestão de Jaime Lerner como prefeito indicado, foi inaugurado o ônibus expresso, que circulava em vias exclusivas e tornava o trajeto mais veloz. É a partir desse momento que o desenho e a imagem do transporte e da cidade passam a se constituir mutuamente, tidos como modernos e voltados para o futuro. Esses valores também podem ser lidos na própria constituição material dos veículos e mobiliário urbano, contudo, nossa reflexão aponta que o uso cotidiano tem produzido outros significados.

Estudos dedicados a pensar a história da tecnologia como um processo não linear permitem ver o design do sistema de transporte e seus artefatos — ônibus, terminais e mobiliário urbano — como um “(...) processo pelo qual considerações sociais e técnicas convergem para produzir dispositivos concretos adequados a contextos específicos” (FENG; FEENBERG, 2008, p. 113). O trabalho de García (1993, p. 118) mostra como estratégias de marketing e publicidade, empregadas pelo poder público na década de 1990, contribuíram para um padrão discursivo dominante, onde a ênfase na criatividade dos urbanistas para qualificar as intervenções da prefeitura “(...) acaba se tornando um redundante artifício que subordina e obscurece toda a gama de condicionantes institucionais, econômicos, políticos e culturais que, com efeito, fazem possível a realização destes projetos”. Assim, propomos considerar, além dos projetistas, outros atores e/ou grupos sociais que interagiram — e transformaram — esse sistema, fosse nas intervenções diretas na materialidade ou nas mediadas por representações.

As pesquisas de Urban (1987), Oliveira (2000) e Neves (2006) trazem a história do planejamento urbano na cidade com maior ênfase em outros grupos sociais que deram forma ao transporte coletivo curitibano. Esses trabalhos demonstram de que maneira o design da cidade também foi enviesado no sentido de privilegiar o empresariado ou o mercado imobiliário. Esses interesses, ora questionados ora priorizados pelas gestões municipais, nunca deixaram de estar em tensão ou conflito com visões mais democráticas do planejamento.

---

3 Segundo García (1993, p. 123), “(...) o discurso articula as diferentes intervenções na área de transporte como uma série contínua e cumulativa de acertos. Dentro desta interpretação, aspectos conjunturais de diferentes períodos do planejamento curitibano são excluídos”.

## TRANSPARENTE, OPACO E INVISÍVEL

Desde a inauguração da Linha Direta em 1991, até 2009, com a implantação do eixo **linha-verde**, a paisagem da cidade foi cada vez mais povoada de estações-tubo, que foram interpretadas de formas variadas e contraditórias na cidade. Optamos por problematizar, como contradição, a relação entre as transparências dos materiais que constituem a estação-tubo e as opacidades que impedem passagem.

Então foi em 1989 que nós fizemos esse projeto da estação-tubo. Foi o primeiro dentro dessa linguagem, que depois passa a ter na Rua 24 Horas e no Jardim Botânico com a sua estufa. E a intenção era a seguinte: nós sempre achamos que espaços urbanos, eles tem que ser leves e transparentes.

(...)

Então, se o espaço é urbano, você tem que enxergar o céu, o sol, a lua e... abrigar o cidadão. Então, como se resolve isso? Com o ferro e o vidro. (...) Lá nos anos noventa, o primeiro exemplo dessa solução é a estação-tubo. (ASSAD, 2013).

No fragmento de entrevista acima, notamos como as propriedades materiais do vidro transparente tornam possível o encontro entre o que está dentro (o cidadão) e o que está fora (o céu, o sol, a lua...) em um espaço urbano. O arquiteto e urbanista entrevistado também citou a semelhança do tubo com outros projetos implantados na mesma época. A utilização do vidro nas estações-tubo produziu novos sentidos e também reforçou o conjunto histórico de representações, presentes no tensionamento entre transparência e controle no planejamento urbano de Curitiba, como podemos perceber no estudo de Souza (1999). Em seu trabalho dedicado ao significado do planejamento e das intervenções urbanas em Curitiba entre as décadas de 1960 e 1980, esse autor buscou analisar a configuração da cidade e de seus artefatos urbanos a partir do Plano Preliminar de Urbanismo. No trecho abaixo, discute a posição de total visibilidade das pessoas que aguardam os ônibus nos abrigos desenhados na década de 1970:

A posição de quem aguarda o ônibus expresso é de isolamento e ao mesmo tempo de completa exposição proporcionada pelo acrílico transparente dos biombos e pelas estruturas vazadas. Na ilha sobre a qual se ergue o abrigo, o “usuário” não encontra anteparo em paredes, sombras, colunas e, nem mesmo, na multidão das calçadas, da qual está irremediavelmente separado por questão de segurança e funcionalidade. (...) Ali o “usuário” é alvo fácil dos olhares protegidos que partem de dentro dos automóveis, das lojas e, até mesmo, dos módulos das viaturas policiais. Sua

mobilidade está restrita e, para os urbanistas, ser (sic) for possível regulá-la ainda mais, com barreiras que o “contenha e o guie”, tanto melhor. (...) Enfim, os urbanistas curitibanos demonstram habilidade em conferir uma plasticidade às práticas e normas num jogo em que a total transparência dos indivíduos é correlata à invisibilidade das forças que os constroem (SOUZA, 1999, p. 267).

Para projetistas oficiais dos artefatos urbanos em Curitiba, as propriedades do vidro transparente possibilitaram tornar visíveis os usos — desejados e indesejados — e contribuíram para o monitoramento dos modos de interação. Os consumidores e trabalhadores do sistema ficam então sujeitos ao controle dos órgãos oficiais e dos próprios cidadãos entre si, como podemos observar na descrição de cabine telefônica desenhada no Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC).

A cabine foi feita de vidro para ficar bem transparente, bem visível para a cidade enxergar bem em torno. O vidro é um material nobre. Talvez as pessoas tenham receio porque quando o vidro quebra faz muito barulho, mas a população tem respeito. O pessoal faz questão de telefonar na cabine porque enxerga tudo. Fica telefonando, vendo em torno, paquerando... As outras cabines tinham um problema, eram muito mais fechadas e o pessoal andava fazendo uso indevido. Agora, como se pode ver de dentro para fora quem está ali dentro, o pessoal tem realmente que telefonar (IPPUC, 1991, p. 279).

Como são transparentes, as estações-tubo e outros equipamentos urbanos da cidade também podem se tornar invisíveis, no sentido que orientam práticas e usos das pessoas que não os percebem mais. Segundo Miller (2013, p. 78-79), é justamente quando aceitamos os objetos, ou não nos damos conta de sua presença, que eles funcionam de modo mais efetivo, determinando nossas expectativas, “(...) estabelecendo o cenário, e assegurando o comportamento apropriado, sem se submeter a questionamentos”. Ele também alerta para o poder que os sistemas de coisas tomam quando deixamos de notá-los, podendo determinar nossas atitudes ou até mesmo fazer de nós as pessoas que somos.

Paradoxalmente, o material vidro não estaria somente mediando ou possibilitando os encontros entre o que está dentro e o entorno do objeto, mas também comunicando ideias e atuando como opaco, pois só é dado a ver o próprio objeto e não o que está dentro ou fora dele.

Já tínhamos os recursos de utilizar o vidro curvo — *triplex*, que é pra questões de proteção — e então esse desenho nasceu de termos um desenho limpo, que representasse aquilo que nós desejávamos, que era um avanço no transporte urbano.

(...)

Por isso o vidro. E o ferro pela leveza e facilidade. (...) Quer dizer, esse desenho é um desenho cuja intenção é ter uma linguagem límpida, transparente, que fosse coerente com o espaço urbano da cidade (ASSAD, 2013).

**CIDADES**

# A capital de um país viável

Curitiba, um paraíso da classe média, faz 300 anos com a fama de melhor e mais inovadora cidade do país

LAURENTINO GOMES E MARLETE SILVA

**A**o percorrer o sul do Brasil, no começo do século passado, o cronista francês Auguste de Saint-Hilaire descreveu-lhe vivamente seus interiores a vista o vilarejo que encontrou nas margens do Rio Iguaçu. Parcoureu em lugar de praias e baías. Em 1880, o imperador Pedro II permitiu no local, então conhecido como Vila Nova Sotobora da Láz, São Palha. Também não passou do que viu: "É uma cidade de capangas", reclamou. Atida bem que o francês e sua Majeidade não vieram o suficiente para ver esse acocorado. Hoje, teriam de engolir seus palácios. O hegemonio de nome cresceu e veio mudando o paralisar urbano pelo Brasil e pelo mundo inteiro.

Pode-se argumentar que uma cidade, por melhor que seja, nunca se torna um paraíso. Fatores de assim mesmo que os milhares de novos visitantes de Curitiba costumam se referir à ela. Capital ecológica, cidade-modelo e cidade-laboratório são algumas das expressões empregadas para definir a metrópole brasileira que mais prêmios e elogios colheu no exterior. A antiga Vila Nova Sotobora da Láz dos Pinhais está completando 300 anos esta semana com uma festa de aniversário. Um de seus convidados especiais é o autor espanhol José Carreras, que — para inaugurar programação de cantos e parabéns — fará no próximo fim de semana sua única apresentação no Brasil (veja quadro à pág. 76). Carreras nasceu em 50.000 pessoas em uma antiga pedreira transformada em anfiteatro à céu aberto.

Cidade de Curitiba, cidade habitada a centenas de metros em óptimas, possui de mudança em teatros, ruas em shopping centers e ônibus velhos em escadas.

**COMAR QUE FUNCIONA** — O aniversário da sexta maior capital brasileira não é uma festa qualquer. É uma celebração da classe média. Nunca o Brasil produziu um rebafo de classe média tão numeroso e tão próspero. Com 1,4 milhão de habitantes, quase a mesma população de Porto Alegre e de Recife, a capital paranaense está longe de ter a riqueza de São Paulo, a esbanjadora de Rio de Janeiro ou a variedade cultural de Salvador. O que a torna diferente entre as grandes capitais é outra peculiaridade: em Curitiba há as coisas funcionam. Os curitibanos podem deixar o carro em casa para ir trabalhar, já que há ônibus rápidos e eficientes que os levam a qualquer lugar. As ruas são limpas, a coleta de lixo funciona, não há congestionamento de trânsito nem poluição, os funcionários públicos são educados e nos fins de semana podem-se encontrar parques, teatros e cinemas sem medo de ser assaltado.

"Curitiba é uma das cidades mais avançadas que já vi em qualquer parte do mundo", surpreendeu-se Arthur Eggleton, ex-prefeito de Toronto, a maior cidade do Canadá, depois de percorrer a capital paranaense no ano passado. "É uma cidade-modelo para o Primeiro Mundo, não apenas para o Terceiro", sustenta Michael Cohen, chefe do departamento de desenvolvimento urbano de

Banco Mundial, em uma reportagem de página inteira publicada no ano passado pelo *The Wall Street Journal*, a revista do capitalismo americano. "Se existe uma cidade-modelo para o futuro, ela terá de fazer o que Curitiba está fazendo", completa Albert Appleby, responsável pelo departamento de proteção ambiental da cidade de Nova York.

É estranho imaginar que Curitiba seja uma ilha de tranquilidade num Brasil tumultuado. Chove demais, as calçadas são escorregadas, os motoristas atravessam o sinal vermelho, há favelas na periferia e até meninos de rua pedindo esmolas nas esquinas. Suas vitrolas, porém, são lindas. Curitiba é a capital brasileira com maior área verde por habitante, 24 metros quadrados, mais que o triplo do índice reconhecido pela Organização Mundial da Saúde. Tem o melhor sistema de transporte de massa do Brasil

**Onde Curitiba...**  
Porque é curitiba de Paraná é a cidade com melhor qualidade de vida do país, mas ainda está longe de ser uma metrópole perfeita

Ganha	Perde
A área verde de 54 milhões quadrados por habitante, é nove vezes maior que a de São Paulo e dez vezes maior que a de São Horizonte	7% da população mora em favelas, mais que em Porto Alegre e Salvador de São Paulo e São Horizonte
78% da população tem água quente, mais que em São Paulo e São Horizonte	A mortalidade infantil de uma para cada mil nascidos vivos de até 2 anos, é o dobro de São Paulo e Porto Alegre
60% das moradas têm rede de esgoto, mais que em São Paulo e São Horizonte	O número de analfabetos, um quinto da população em idade escolar, é maior que o de São Paulo e São Horizonte
A população de 1,4 milhão de habitantes de Curitiba é menor que a de São Paulo e Porto Alegre	Mais de 700 pessoas morrem por ano acidentadas no trânsito, um recorde entre as capitais brasileiras

VEJA, 31 DE MARÇO, 1993

Figura 2 – Matéria de revista sobre Curitiba, publicada em março de 1993

Fonte: Gomes e Silva (1993).

As palavras dos projetistas e os discursos de inauguração do ônibus límpido mostram que maneira buscou-se atrelar à configuração material dos veículos e estações de embarque ideias de modernidade e velocidade. Os investimentos nessas representações contribuíram para torná-los símbolos de uma cidade moderna e inovadora (Figura 2). Como material opaco, que não permite ser atravessado pela luz visível, podemos discutir a própria configuração da estação-tubo para impedir passagem. Seu design em grades e estruturas metálicas, permite ver através, mas não pode ser atravessado pelo corpo das pessoas sem o pagamento da passagem ou comprovação da isenção concedida pelo poder público<sup>4</sup>.

4 Em Curitiba, tem direito à isenção tarifária — garantido por diferentes leis e decretos federais, estaduais ou municipais: idosos/as maiores de 65 anos, aposentados/as por invalidez, pessoas com deficiência ou patologias crônicas, oficiais de justiça, fiscais da Urbanização de Curitiba S.A. (URBS), empregados das empresas de transporte coletivo, carteiros uniformizados, policiais e guardas municipais fardados e crianças de até cinco anos de idade (URBANIZAÇÃO DE CURITIBA S.A., 2018b).

## FURAR O TUBO, PULAR A CATRACA E OCUPAR O ÔNIBUS

O trabalho de Williams (2011) emprega o conceito de hegemonia, de Antonio Gramsci, para compreender o sistema de significados e valores organizados e vividos, que se torna dominante e eficaz em uma sociedade a partir de processos de incorporação. Para que a cidade e seu sistema de transporte sejam interpretados como modelo, é necessário o engajamento das pessoas nos valores presentes nas representações, seja reproduzindo esse discurso por meio de imagens e textos, seja reforçando-o nas práticas cotidianas. Esse engajamento, a partir do convite ou prescrição para que a população se envolva no projeto da cidade modelo, acaba por excluir ou diminuir toda representação ou prática contrária às imagens positivas da cidade. Mesmo assim, os significados e valores alternativos ou opostos ao dominante podem ser acomodados ou tolerados em determinadas situações. As representações positivas do transporte coletivo em Curitiba sempre foram mais ou menos tensionadas quando aproximadas a algumas notícias cotidianas ou aos discursos dos movimentos sociais organizados.

Ônibus, estações-tubo e outros artefatos do transporte se tornaram símbolos da cidade de Curitiba. Como símbolos, estão sujeitos às lutas pela atribuição de novos sentidos por diversos grupos que interpretam e concebem essas coisas de maneiras diferentes. As interpretações podem ser materializadas em imagens e atitudes de apropriação que propõem novas formas de ver, pensar e interagir. Canclini (2008), quando discute os monumentos históricos em relação aos conflitos urbanos, propõe uma reflexão útil para pensar as disputas pelo significado do transporte público em Curitiba. O autor discorre sobre a prescrição de modos de percepção e de comportamentos adequados a cada situação, a partir de uma ordem que classifica rigorosamente as coisas e as linguagens que delas falam, mas que é transgredida todo momento na vida urbana.

As lutas semânticas para neutralizar, perturbar a mensagem dos outros ou mudar seu significado, e subordinar os demais à própria lógica, são encenações dos conflitos entre as forças sociais: entre o mercado, a história, o Estado, a publicidade e a luta popular para sobreviver (CANCLINI, 2008, p. 301).

Em uma luta não restrita à semântica, foi necessário furar o tubo para colocar em evidência o código-técnico do sistema de transporte na cidade<sup>5</sup>. “Furar o tubo” e “furar a catraca” são expressões usadas em Curitiba para fazer referência ao ato de tomar ônibus sem pagar a tarifa. Como foi discutido no item anterior, as estações-tubo permitem o atravessamento da luz, mas não das pessoas que não podem ou não querem pagar a passagem para embarcar no veículo. Se alguém resolve furar o tubo precisa, na verdade, desviá-lo, fazendo a entrada no ônibus pela porta de desembarque (Figura 3).



Figura 3 – Fotografia veiculada em matéria de jornal com o título *Eles não pagam passagem*  
Fonte: Neves (2013).



Figura 4 – Fure o tubo: Movimento Passe Livre  
Fonte: Movimento Passe Livre Curitiba (2011).

5 Código-técnico é um conceito proposto por Feenberg (2011) em sua Teoria Crítica da Tecnologia. Buscando defini-lo para os propósitos de nosso trabalho, ele seria o ponto de interseção entre as escolhas sociais e as especificações técnicas, ou melhor, a tradução das primeiras nas segundas. Essa tradução ou sedimentação de valores e interesses pode tanto acontecer em artefatos particulares, como um ônibus; em regras e procedimentos, como a operação das linhas ou o regime de trabalho de motoristas; ou mesmo em domínios técnicos inteiros.



A expressão “fure o tubo” é usada como palavra de ordem do Movimento Passe Livre de Curitiba (MPL Curitiba)<sup>6</sup>. Em imagem veiculada no mês de abril de 2011, furar o tubo ganhou a conotação de intervenção na própria gestão do transporte coletivo (Figura 4). Nessa representação, a estação-tubo recebeu a marca da URBS, agência responsável pelo gerenciamento, operação e planejamento do transporte coletivo. Ao ser punhalada, a estação estourou como um balão, expelindo ar e notas de dinheiro. Ao furar o tubo (não pagar a passagem), é possível esvaziar uma tecnologia baseada na exploração privada do transporte<sup>7</sup>. Quando inflado com dinheiro, o tubo ganha forma, estrutura, faz sentido para o sistema gerido pela URBS. A estrutura de vidro e aço, empregada nessas estações de embarque, ganha uma versão leve e frágil, formada por uma película que pode se romper quando lhe é aplicada uma força pontual de contestação.

No canto inferior direito da imagem, foi inserida a marca do MPL formada por um desenho de uma pessoa quebrando uma catraca ou roleta com um chute. Logo abaixo, um bloco retangular com o texto “PASSE LIVRE” em letras caixa-alta em negrito. A catraca é um equipamento que permite ou limita o acesso de pessoas a determinados espaços, geralmente associada a entradas de teatros, estádios, estações de ônibus e metrô ou veículos de transporte coletivo. Para o MPL, em muitas cidades do Brasil, a catraca tornou-se símbolo de uma política de transporte urbano que privilegia os interesses empresariais, buscando obter cada vez mais lucro com um direito transformado em serviço. Imagens de sua destruição e/ou transposição são usadas pelos movimentos que lutam pelo passe livre e pelo direito de usufruir os equipamentos públicos. Pular ou destruir a catraca é romper com a função original do artefato, que incorpora a obrigatoriedade de pagamento para poder passar de um lugar a outro.

---

6 O MPL, “(...) é um movimento social autônomo, apartidário e horizontal, cuja principal luta centra-se na gratuidade do transporte público de qualidade. Foi oficializado em 2005, em Porto Alegre, na Plenária Nacional pelo Passe Livre, organizada durante o Fórum Social Mundial” (MARICATO et al., 2013). O coletivo MPL de Curitiba foi desligado do movimento nacional em 2013 “(...) por quebra dos laços de confiança e pelo desrespeito deste aos termos expressos em nossa Carta de Princípios (O MPL se coloca contra todo tipo de preconceito — racial, sexual, gênero etc.)” (MOVIMENTO PASSE LIVRE SÃO PAULO, 2013).

7 De acordo com seu estatuto, a URBS é uma sociedade de ações e de economia mista, com personalidade jurídica de direito privado, declarada de utilidade pública. É essa agência que contrata e regulamenta a atividade das empresas que executam o sistema de transporte (URBANIZAÇÃO DE CURITIBA S.A., 2018a).

## O TRABALHO DENTRO DO TUBO

Em agosto de 2011, um telejornal local exibiu reportagem sobre a multa que foi aplicada a um cobrador de ônibus pela empresa que o empregava. O motivo dessa penalidade teria sido o imprevisto de uma cortina no interior da estação-tubo onde trabalhava, buscando se proteger do frio. A mesma reportagem apurou que, de acordo com a URBS, somente é permitido o uso de roupas mais quentes sobre os uniformes pelos cobradores, enquanto as estações-tubo são padronizadas com um anteparo de vidro que "(...) de certa forma protege do vento" (G1 PR, 2011). Outro problema com as condições de trabalho dentro dos tubos foi tratado pela mídia durante uma onda de calor que atingiu a cidade. No dia 28 de janeiro de 2014, os jornais locais noticiaram a medição da temperatura no interior de uma estação-tubo no centro de Curitiba que, no início da tarde, registrou 57,5°C. Entre as providências tomadas pela prefeitura, houve a permissão para que os/as trabalhadores/as vestissem bermuda e o início de testes com mantas térmicas na parte superior do tubo (G1 PR, 2014a, 2014b).

Os dois eventos citados evidenciam os investimentos do poder público na manutenção das formas e transparências aparentes, enquanto o sofrimento dos/as trabalhadores/as denuncia as dimensões mais opressoras desse artefato símbolo da cidade. O código-técnico da estação-tubo incorpora o caráter privado do sistema de transporte coletivo, onde o direito de circular pelo espaço é transformado em mercadoria, onde a catraca e o trabalho/corpo do cobrador são os dispositivos programados para selecionar quem pode ficar dentro e quem deve ficar fora. A materialidade do transporte, entendida como sistema técnico, incorpora todo um conjunto de leis, normas, regulamentos e regimes de trabalho para que ele funcione de maneira eficiente, no sentido de atender aos interesses daqueles que controlam e são beneficiados pelo seu design (FEENBERG, 2002). Essas histórias também manifestam pressões para que os artefatos sejam diferentes, no entanto, as relações de poder que organizam e mantêm o sistema de transporte na cidade procuram impedir transformações mais radicais.



## DESMATERIALIZAR O TUBO, DEMOCRATIZAR A TECNOLOGIA

A estação-tubo, na cidade de Curitiba, foi um artefato projetado e construído com a intenção de ser acessível e de parecer límpido e transparente. À medida que suas contradições emergem nos usos e nas representações, os interesses que lhe deram forma são evidenciados. Por não serem condizentes com as demandas sociais, passam a ser questionados por meio de protestos, intervenções diretas na materialidade e por formas criativas de usar ou evitar o uso (Figuras 5 e 6).

Ao desviar do tubo para embarcar nos ônibus, os jovens fura-catracas acabam usurpando um direito que não lhes foi dado. Nessa ação, mostram que a estação de embarque, apesar de oferecer um abrigo elegante em uma plataforma que leva ao ônibus, não o faz de forma democrática. Os cobradores e cobradoras do tubo, ao buscarem transformar a tecnologia que envolve e constriem seus corpos e movimentos, colocam em questão seu próprio papel como trabalhadores no interior de um sistema que busca anexá-los como dispositivos programados para gerarem mais-valia aos empresários do transporte. São os corpos dos/as motoristas e cobradores/as do transporte coletivo que sofrem o choque das disputas entre os interesses públicos e privados, na negociação do tempo, dos acessos e do espaço num sistema tecnológico que não consegue comportar a liberdade e a dignidade humanas de forma plena.

Feenberg (2010) buscou mostrar que grupos de pessoas formados no entorno de uma tecnologia, compartilhando identidades, podem alterar a sua configuração. O questionamento da funcionalidade das estações-tubo e, em menor grau, da exploração privada do transporte, tem sido cada vez mais frequente, criando um cenário de possibilidades mais inclusivas e democráticas. Esse outro caminho poderia, talvez, tornar Curitiba novamente reconhecida por inovar em termos de transporte público urbano.

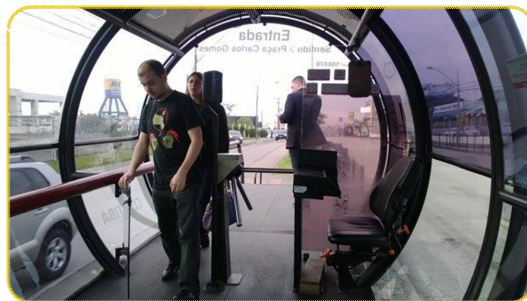


Figura 5 – Fotografia de estação-tubo durante greve dos/as cobradores/as

Fonte: Aniele Nascimento (AL HANATI, 2014).



Figura 6 – Fotografia publicada em matéria de jornal com o título *Estações-tubo danificadas durante protesto voltam a operar*

Fonte: Antonio More (MAROS; CRUZ; RIEGER, 2013).

## REFERÊNCIAS

- AL HANATI, Yuri. et al. Urbs irá à Justiça para que Sindimoc pague pelo prejuízo da greve, **Gazeta do Povo**, Curitiba, 26 jun 2014, Vida e Cidadania. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/greve-onibus-curitiba/conteudo.phtml?id=1479509>. Acesso em: 20 ago. 2014.
- ASSAD, A. A. [áudio de entrevista cedida a] Álvaro Borba. Curitiba: CBN Curitiba, 2013.
- ATTFIELD, J. **Wild things**: the material culture of everyday life. New York: Berg Publishers, 2000.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2008.
- FEENBERG, A. Racionalização subversiva: tecnologia, poder e democracia. In: NEDER, R. T. (Org.). **A teoria crítica de Andrew Feenberg**: racionalização democrática, poder e tecnologia. Brasília: Observatório do Movimento pela Tecnologia Social na América Latina: CDS: UnB: Capes, 2010. p. 67-93. Disponível em: <https://www.sfu.ca/~andrewf/coletanea.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2018.
- FEENBERG, A. **Transforming technology**: a critical theory revisited. 2nd ed. New York: Oxford University Press, 2002.
- FENG, P.; FEENBERG, A. Thinking about design: critical theory of technology and the design process. In: VERMAAS, P. E. et al. (Ed.). **Philosophy and design**: from engineering to architecture. Dordrecht: Springer, 2008. p. 105-118.
- G1 PR. **Cobrador de ônibus é multado por improvisar cortina em estação-tubo**. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2011/08/cobrador-de-onibus-e-multado-improvisar-cortina-em-estacao-tubo.html>. Acesso em: 28 nov. 2018.

G1 PR. **Com o calor, temperatura chega a 57°C em ponto de ônibus de Curitiba.** 2014a. Disponível em: <http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2014/01/com-o-calor-temperatura-chega-57c-em-ponto-de-onibus-de-curitiba.html>. Acesso em: 28 nov. 2018.

G1 PR. **Manta é instalada em estação-tubo de Curitiba para amenizar calor e frio.** 2014b. Disponível em: <http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2014/01/manta-e-instalada-em-estacao-tubo-de-curitiba-para-amenizar-calor-e-frio.html>. Acesso em: 28 nov. 2018.

GARCÍA, F. E. S. **Curitiba imagem e mito:** reflexão acerca da construção social de uma imagem hegemônica. 1993. 189 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1993.

GOMES, L.; SILVA, M. A capital de um país viável. **Veja**, São Paulo, p. 68-73, mar. 1993.

HALL, S. The work of representation. In: HALL, S. (Ed.). **Representation:** cultural representations and signifying practices. London: Sage Publications, 2003. p. 13-74.

INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA. **Memória da Curitiba urbana:** planejamento urbano: concepção e prática. Curitiba, 1991.

LERNER oferece “Ligeirinho” como uma resposta ao Brasil. **Correio de Notícias**, Curitiba, 14 abr. 1991.

MARICATO, E. et al. **Cidades rebeldes:** passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2013.

MAROS, A.; CRUZ, E.; RIEGER, T. Estações-tubo danificadas durante protesto voltam a operar. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 24 jun. 2013. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/estacoes-tubo-danificadas-durante-protesto-voltam-a-operar-bjfia2rehgt1j9zrzqvuu91q/>. Acesso em: 28 nov. 2018.

MILLER, D. **Trecos, troços e coisas:** estudos antropológicos sobre cultura a material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MOVIMENTO PASSE LIVRE CURITIBA. **Fure o tubo!** 2011. Disponível em: <https://fureotubo.wordpress.com/2011/04/19/fure-o-tubo/>. Acesso em: 28 nov. 2018.

MOVIMENTO PASSE LIVRE SÃO PAULO. **Nota do MPL Nacional sobre a expulsão do coletivo de Curitiba.** 2013. Disponível em: <https://saopaulo.mpl.org.br/2013/05/19/nota-do-mpl-nacional-sobre-a-expulsao-do-coletivo-de-curitiba/>. Acesso em: 28 nov. 2018.

NEVES, L. S. **Movimento popular e transporte coletivo em Curitiba (1970-1990).** Curitiba: Editora Gráfica Popular: CEFURIA, 2006.

NEVES, R. Eles não pagam passagem. **Gazeta do Povo**, 28 mar. 2013. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/especiais/talento-jornalismo/2013/eles-nao-pagam-passage-m-ao0pggpltvik1kp3bjwnc8z5h/>. Acesso em: 28 nov. 2018.

OLIVEIRA, D. de. **Curitiba e o mito da cidade modelo.** Curitiba: Ed. da UFPR, 2000.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. Secretaria Municipal dos Transportes. **Linha direta:** ligeirinho pra você. c1991. Disponível em: <https://www.urbs.curitiba.pr.gov.br/uploads/historiaTransporteAnexo/6f687826336076a044e8cf519679adb56fbb9739.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. **Sistema Rápido de Transporte**. c1992.

SOUZA, N. R. de. **Planejamento urbano, saber e poder**: o governo do espaço e da população em Curitiba. 1999. 315 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

URBAN, T. **Transporte coletivo**. Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba, 1987.

URBANIZAÇÃO DE CURITIBA S.A. **Estatutos**. Disponível em: <http://www.urbs.curitiba.pr.gov.br/institucional/estatuto>. Acesso em: 28 nov. 2018a.

URBANIZAÇÃO DE CURITIBA S.A. **Isenções**. Disponível em: <http://www.urbs.curitiba.pr.gov.br/utilidades/tarifas>. Acesso em: 28 nov. 2018b.

URBS irá à justiça para que Sindimoc pague pelo prejuízo da greve. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 26 jun. 2014. Disponível em: <http://www.superinformado.com.br/noticias-do-parana/urbs-ira-a-justica-para-que-sindimoc-pague-pelo-prejuizo-da-greve/>. Acesso em: 29 nov. 2018.

WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011.

**LAMBE-LAMBE:  
POLÍTICA E POESIA  
NOS MUROS DAS CIDADES**

Kando Fukushima



## INTRODUÇÃO

Os cartazes do tipo lambe-lambe convivem com diversos tipos de manifestações visuais e disputam nosso olhar. Para além de uma taxionomia possível para este tipo de produção (*street art*, cartazes de protesto, etc.), interessa ao autor identificar nesses trabalhos sua relação com o panorama visual da cidade e suas múltiplas linguagens, como espaço de negociação entre os cidadãos, muitas vezes anônimos, e o conjunto social.

Os exemplos são restritos àqueles encontrados na região central de Curitiba/PR, e na capital paulista. Embora certamente esse tipo de comunicação possa ser encontrado em várias cidades de todo o país, não se pretende abordar o tema como prática generalizada nem em seu conteúdo nem em sua forma.

Mesmo que permaneçam por pouco tempo num mesmo lugar, seja pela **limpeza** eventual de alguém que se incomoda pelo seu aspecto visual ou pela opinião enunciada, seja pela sobreposição de um novo lambe-lambe, eles se apresentam como alternativa importante para publicizar e debater assuntos urgentes de um determinado grupo, expressar questões poéticas individuais ou a mistura de ambas as finalidades.

Deparamo-nos com os lambe-lambes. Não precisamos ligar nenhum aparelho, ficar **on-line**; basta andar pela cidade e cruzar o olhar com eles. Diferentemente de um cartaz institucional, não estará afixado num edital, mural de uma instituição ou nos espaços previamente planejados do mobiliário urbano. Eles se encontram em lugares muitas vezes inusitados, atrás de uma placa de trânsito, por cima de outro cartaz ou estampando uma lixeira.

## LAMBE-LAMBE E A CIDADE

Cartazes do tipo lambe-lambe possuem a peculiaridade de serem definidos pela técnica com que eles são afixados, geralmente com colas caseiras. As colas podem ser feitas com misturas de água e vinagre com amido de milho, farinha de trigo, polvilho doce ou mesmo a diluição da cola branca comum. Por este aspecto técnico, eles geralmente são feitos em papéis de baixa gramatura, até 90g/m<sup>2</sup>, para facilitar a colocação. Eles utilizam a cidade como suporte e são distribuídos principalmente em tapumes, caixas de telefonia, paredes das estruturas de viadutos e postes.

Os tamanhos, estilos e técnicas de impressão dos lambe-lambes são bastante variados, incluindo peças únicas, produzidas manualmente, ou tiragens pequenas impressas em fotocopiadoras, serigrafia e outros processos de impressão.

Outra característica que podemos citar diz respeito ao conteúdo desses cartazes. Embora não seja um consenso, é comum associarmos essa técnica com temas relacionados às críticas sociais ou propostas poéticas, sendo este um trabalho que parte da análise desses exemplos.

Pode-se dizer que os cartazes comerciais que utilizam este tipo de técnica são cada vez mais raros nos grandes centros urbanos, ainda que possamos encontrar pequenos cartazes de promoção de eventos culturais, ou propagandas de empreendimentos comerciais e de serviços de pequeno porte (Figura 1), normalmente de caráter informal, utilizando esse tipo de suporte.



Figura 1 – Anúncios colados em poste no centro da cidade de Curitiba. Um deles se refere a um curso de cabeleireira e outro de *amarração amorosa*

Fonte: Autoria própria (2014).

Uma explicação possível para a diminuição do uso desse tipo de material gráfico está relacionada às leis municipais que tratam da poluição visual e dos mecanismos criados ao redor deste tema, em forma de espaços institucionalizados para a publicidade na paisagem urbana, como no caso dos mobiliários urbanos específicos para essa finalidade. Esse mobiliário acentua a hierarquia social, com finalidades bem mais restritas, geralmente de propaganda de estado e de grandes empresas, exigindo para seu uso investimentos financeiros bem maiores.



Como exemplo dessa tensão, cito o texto de apresentação da *Lei Cidade Limpa* do município de São Paulo, pela qual, com o argumento do bem comum (a limpeza da paisagem urbana), o estado estabelece espaços exclusivos para veiculação de imagens de propaganda:

O direito a um relacionamento mais livre e seguro com as áreas públicas. A Lei Cidade Limpa significa a supremacia do bem comum sobre qualquer interesse corporativo. Sua aplicação permitirá a São Paulo diminuir a poluição visual que há tantos anos prejudica nosso bem-estar e **promover uma melhor gestão dos espaços que, por concessão pública, poderão ter mobiliário urbano com propaganda**. Mais do que um texto com proibições, a lei é um meio para tornar São Paulo ao mesmo tempo mais estruturada e acolhedora. (PREFEITURA DA CIDADE DE SÃO PAULO, 2018, grifo nosso).

O mobiliário urbano a que a lei se refere inclui lixeiras, caixas de correio, relógios de rua, bancas de jornais e revistas, protetores de árvores, cabines de segurança e informação e abrigos de ônibus e de táxi, sendo estes últimos cada vez mais comuns, tornando a paisagem urbana **organizada**, mas privilegiando uma parcela bem pequena de interesses.

Se discutirmos a questão estritamente pelo viés da poluição visual urbana, e não como um espaço bastante complexo de tensões sociais que envolve interesses políticos e econômicos particulares, é possível identificar uma resistência por parte significativa dos habitantes das cidades a esse tipo de comunicação. Uma pesquisa realizada em Juiz de Fora/MG aponta de fato uma percepção negativa em relação aos lambe-lambes:

Os cartazes, também conhecidos como lambe-lambe, foram vistos como principais responsáveis pela poluição visual, seguidos pelas faixas e placas. Quase 80% dos entrevistados defendem o combate à poluição visual como uma das prioridades da prefeitura e 87% apoiariam iniciativas de tentar livrar a paisagem urbana de letreiros, anúncios e cartazes irregulares. (FELGA; FALCÃO; CUNHA, 2008, p. 3286).

Ramos (1994) pesquisou os grafites e pichações na cidade de São Paulo, suas diferenças, traçando um breve histórico dessas manifestações e discutindo a apropriação do espaço urbano pelos seus moradores. Os lambe-lambes também se materializam em decorrência de questões similares aos pesquisados pela autora.

A produção de linguagem urbana revela em seus múltiplos códigos, as tensões, marginalizações, disputas e reivindicações de seus habitantes, porque o que se escreve ou prescreve em seus muros é obra dos cidadãos, e não imposição das instân-

cias institucionalizadas. Nas pichações, grafites e murais temos a dimensão simbólica, paradigmática e sintagmática do urbano como espaço e tempo dos códigos da mídia, da cultura de seus habitantes (RAMOS, 1994, p. 33).

Além da aproximação com algumas das finalidades apontadas, vale notar que os lambe-lambes comumente dividem o mesmo espaço com pichações e grafites. Seja por afinidade visual e conceitual, seja por aproveitar as mesmas brechas de espaços no ambiente urbano, muitas vezes encontramos uma mistura de todas essas manifestações visuais, com um resultado visualmente caótico (Figura 2).



Figura 2 – Lambe-lambes e pichação sobrepostas em lixeiras e paredes

Fonte: Autoria própria (2014).

## LAMBE-LAMBE E O DEBATE POLÍTICO

Abordar os cartazes considerando apenas seu uso comercial, no sentido de promoção exclusiva de serviços e bens de consumo, é bastante restritivo, mesmo considerando-se as abordagens mais tradicionais. Sua utilização como meio de protesto, expressão política e socialização do conhecimento, é indissociável de sua história (BRIGGS; BURKE, 2004).

Os lambe-lambes são considerados tipos específicos de cartazes, uma vez que podem fugir das características mais comuns da reprodutibilidade industrial ou ainda às recomendações ligadas à objetividade, ausência de ambiguidades e síntese da mensagem, vinculadas a uma única mensagem, com uma linguagem dita **popular** e decifrável imediatamente (BARNICOAT, 1972; HOLLIS, 2001). Para os exemplos que fogem a essas orientações, com propostas artísticas ou peças cujas funções são mais amplas do que as vinculadas à propaganda, podemos utilizar o termo **pôster** representando essa diferenciação. Essa distinção, no entanto, é restritiva, uma vez que também não é consensual e não apresenta uma limitação definitiva dentre as categorias.

Os lambe-lambes que abordam os temas da crítica social são obras culturais que correspondem ao movimento de criação de sentido, na interpretação e crítica das condições materiais, expressam o sentimento e a experiência da vida cotidiana. São artefatos ligados ao direito de expressão, do uso dos espaços públicos, de crítica e posicionamento político.

A sua distribuição nos espaços públicos e privados é polêmica, uma vez que está associada com a poluição visual das cidades. No entanto, essas distribuições podem também ser entendidas como expressões de resistência à forma pouco democrática que os espaços públicos são disponibilizados como ambientes de comunicação e expressão.

Downing (2004) utiliza o conceito de mídia radical para discutir o campo de ação das modalidades de comunicação que expressam uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas. O autor divide em seis temas principais a discussão sobre as **mídias radicais**:

- a) talento artístico, que em diversos momentos apresentou as **centelhas de oposição**;
- b) níveis de memória, divididas principalmente em efêmeras e de longa duração;
- c) realidades pragmáticas, que se referem à forma como são organizadas e suas dinâmicas dentro do seu contexto histórico;
- d) movimentos sociais, como o núcleo central que as promove;
- e) duração, que observa a produção e seus impactos num espaço de tempo mais amplo e mutável, que não pode ser estagnado num momento específico, contra análises superficiais de audiência;

- f) a estrutura de poder, que se refere aos obstáculos e comumente aos alvos da mídia radical, mas também ressaltando as pequenas ações cotidianas, evitando um **fetiche das estruturas de poder**.

Embora não seja o objetivo utilizar essas categorias especificamente para analisar os lambe-lambes, pode-se dizer que elas serviram de referência para discutir a produção desses artefatos, sendo que elas estabelecem articulações entre a materialidade dos cartazes e seu contexto histórico, social, de circulação e uso.

Meneses (1985), num texto sobre museus de cidade, critica brevemente a relação dos museus modernos com seus visitantes, apontando que muitas vezes estes se comportam como *voyeurs* e não usufruem de uma interação e participação mais crítica com esses espaços. Em contrapartida, apresenta a cidade como forma, artefato, espaço socialmente apropriado, onde agem forças produtivas, territoriais, de formação e pressões sociais (MENESES, 1985). As imagens da cidade, conceito citado em referência a Kevin Lynch, são representações que extrapolam a expressão psicológica ou espiritual, mas são componentes da prática social global. Elas fazem parte de tensões onde se apresentam valores e legitimações no contexto social, quem as produz, em nosso caso, os lambe-lambes, não são **abstrações produtoras de imagem**, mas habitantes das cidades, lugar de ação de forças sociais.

Barnicoat (1972) considera os cartazes políticos ou **cartazes ideológicos**, como **gênero** desse tipo de peça gráfica. Para o autor, o marco fundamental para analisar este tipo de material está relacionado com o método coletivo de produção e criação desses materiais, segundo ele iniciados a partir de 1919 na Rússia e, posteriormente, com destaque para a produção do Atelier Populaire de 1968 na França. A influência deste último ainda é bastante notável até hoje.

Em momentos de grande debate político público, como ocorreu em várias cidades brasileiras em 2013 ou na véspera da Copa do Mundo de 2014, foi mais fácil encontrar diversos tipos de lambe-lambes de protesto. Alguns deles apenas instigavam à mobilização social, com textos que abordavam de forma geral a participação popular (Figura 3).



Figura 3 – Lambe-lambe em São Paulo onde se lê *Uma cidade muda não muda*  
Fonte: Autoria própria (2013).

Outros, vinculados a grupos organizados, protestavam contra temas específicos. O exemplo da Figura 4 está relacionado com movimentos contrários à realização da Copa do Mundo de Futebol no Brasil em 2014. Este lambe-lambe foi feito pelo grupo Território Livre, que em seus materiais gráficos citam os movimentos de maio de 1968 na França e utilizam imagens do Atelier Populaire e seus motes.



Figura 4 – Lambe-lambe em São Paulo do grupo Território Livre  
Foto: Autoria própria (2014).

Uma estratégia recorrente de utilização dos lambe-lambes, quando o local escolhido para a afixação permite, é a de compilar vários modelos diferentes de peças gráficas, mas que tratem de um mesmo tema. Dessa forma, o debate político e simbólico também é representado visualmente, sendo que um mesmo problema pode ser abordado de diversas formas, destacando aspectos específicos da questão. Esse tipo de situação pode ocorrer em dias próximos de um evento ou data comemorativa (por exemplo, 1º de maio, conhecido como Dia do Trabalho). Na Figura 5, a foto foi tirada em data próxima ao dia 25 de novembro, Dia Internacional de Combate à Violência Contra a Mulher, e podemos ver vários exemplos de materiais gráficos sobre o tema. Alguns são informativos ou descritivos, como um cartaz que apresenta a chamada para uma manifestação, outros só apresentam imagens de rostos com os olhos vendados. Apresentados de forma conjunta, a mensagem geral ganha mais espaço e dá visibilidade às discussões sobre o tema.



Figura 5 – Conjunto de lambe-lambes em Curitiba sobre o tema da violência contra a mulher  
Fonte: Autoria própria (2011).

Uma abordagem interessante dos temas políticos e sociais nos lambe-lambes acontece quando o design do cartaz se apropria de referências da indústria cultural. Nesses casos, pode existir uma perspectiva bem-humorada, mesmo tratando de temas sérios, ao mesmo tempo em que se espera do leitor do cartaz o conhecimento prévio de suas referências, o que pode ser restritivo. A Figura 6 apresenta uma foto tirada na parte posterior de um ponto de ônibus na cidade de Curitiba. Ela utiliza o texto em inglês, *shot racism*, sobre uma imagem repetida do personagem principal do filme *Django*



Livre (TARANTINO, 2012). É possível que a maioria das pessoas possa deduzir o significado do termo *racism*, e identificar a figura de um homem negro apontando uma arma, mesmo sem conhecer o personagem ou ter domínio da língua inglesa e, assim, ter empatia pelo tema e pela solução visual.

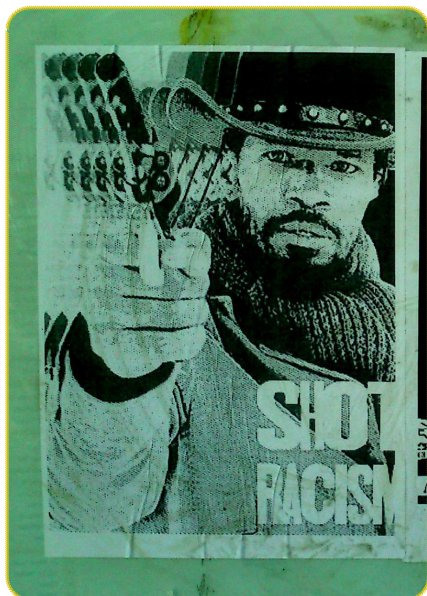


Figura 6 – Lambe-lambe no centro de Curitiba

Fonte: Autoria própria (2014).

Oliveira (2007) associa este tipo de produção visual principalmente às **culturas juvenis**, ou seja, das práticas cotidianas, experiências compartilhadas e da produção simbólica de jovens nos centros urbanos. Essa produção simbólica é fundamental para a criação das identidades, e refletir sobre ela é "(...) olhar para os imaginários, as afetividades, os desejos, os medos e frustrações" (OLIVEIRA, 2007, p. 64) com base em seus contextos históricos, matrizes sociais e culturais. Segundo Oliveira (2007, p. 72):

Ao se apropriarem simbolicamente dos espaços urbanos, os jovens os transformam, e eles ganham novo status no cotidiano da metrópole: de lugares de passagem e pouco propícios às construções identitárias e às relações grupais, passam a ser territórios recheados de afetividades, memórias, relações e identidades.

Sobre a relação entre essa produção visual e as motivações políticas, Oliveira (2007, p. 74-75) argumenta:

No lugar da atuação política convencional e institucionalizada, os jovens apontam para uma prática política mais pulverizada, atomizada e transitória. A performance, a instantaneidade e a efemeridade marcam as ações coletivas e a durabilidade das suas produções culturais; o resultado é uma paisagem urbana composta por painéis de fragmentos de imagens e textos que, recheados de sentidos, exigem leitura anárquica, rápida e direta.

## LAMBE-LAMBE COMO EXPRESSÃO POÉTICA

Embora não seja possível separar as questões políticas da expressão poética na produção dos lambe-lambes, cabe distinguir dentre os exemplos a produção de peças cujos objetivos aparentam ser menos voltados à crítica social direta.

Lefebvre (1969), além de destacar o papel da mobilização social e da luta política, dedica parte de seu livro *Direito à cidade* para expor o papel da Arte em suas propostas para as questões políticas dentro do espaço urbano.

Necessária como a ciência, não suficiente, a arte traz para a realização da sociedade urbana sua longa meditação sobre a vida como drama e fruição. Além do mais, e sobretudo, a arte restitui o sentido da obra; ela oferece múltiplas figuras de tempos e de espaços apropriados: não impostos, não aceitos por uma resignação passiva, mas metamorfoseados em obra (LEFEBVRE, 1969, p. 106).

Harvey (2013) descreve brevemente alguns conceitos relacionados à ideia de participação popular nas cidades, inclusive citando a obra de Henri Lefebvre. Sua argumentação passa por diversos exemplos históricos onde a resistência e a participação popular tiveram importância fundamental na reestruturação da organização das cidades. Segundo Harvey (2013, p. 28):

A liberdade da cidade é, portanto, muito mais que um direito de acesso àquilo que já existe: é o direito de mudar a cidade mais de acordo com o desejo de nossos corações. (...) ao refazer a cidade refazemos a nós mesmos —, então precisamos avaliar continuamente o que poderemos fazer de nós mesmos, assim como dos outros, no decorrer do processo urbano. Se descobriremos que nossa vida se tornou muito estressante, alienante, simplesmente desconfortável ou sem motivação, então temos o direito de mudar de rumo e buscar refazê-lo segundo outra imagem e através



da construção de um tipo de cidade qualitativamente diferente. A questão do tipo de cidade que desejamos é inseparável da questão do tipo de pessoa que desejamos nos tornar. A liberdade de fazer e refazer a nós mesmos as nossas cidades dessa maneira é, sustento, um dos mais preciosos de todos os direitos humanos.

Exemplos do uso dos lambe-lambes como expressão poética podem ser encontrados em lugares bem inusitados, e a surpresa ao nos depararmos com esses trabalhos faz parte da experiência. Um cartazete no formato A4 colado num vidro mostra uma vaca malhada estilizada. Ao seu redor flores, aparentemente rosas, adornam a composição (Figura 7). A representação desses elementos naturais contrasta com a sujeira da cidade, seus odores, com as pichações ao seu redor. Mesmo que a grande maioria das pessoas nem perceba a presença desse trabalho, é no mínimo instigante sua presença, o tema visual naquele ambiente deslocado. O cartaz ali é parte do conjunto da cidade, mas ele acentua a sensação de poluição visual ou, pelo contrário, inspira até uma certa tranquilidade bucólica.



Figura 7 – Lambe-lambe no centro de Curitiba  
Fonte: Autoria própria (2011).

Alguns lambe-lambes são peças únicas feitas à mão, pinturas colocadas na rua. Mesmo que seja possível identificar sua autoria em alguns casos, como no trabalho de Mozart Fernandes (Figura 8), para a grande maioria das pessoas que veem, os cartazes espalhados pelos espaços públicos são apenas mais um elemento no campo visual. Uma das propostas desses trabalhos está relacionada com a ideia de democratização do acesso às obras,

tornando visíveis algumas questões artísticas que poderiam ficar restritas aos espaços dos museus e galerias. As pessoas que contemplam o resultado na saída do trabalho, indo para a escola ou no caminho de suas compras, podem identificar ali algo que as inspire ou incomode, mas que de alguma maneira possa criar uma nova interação com a cidade.



Figura 8 – Lambe-lambe em São Paulo, possivelmente de autoria de Mozart Fernandes

Fonte: Autoria própria (2014).

Apesar de muitos lambe-lambes de vocação poética serem anônimos, existem também iniciativas como a do poeta Sérgio Vaz. Com o projeto **Poesia nos muros**, colocou nas paredes de São Paulo trechos de seus poemas, de **literatura periférica**, nos termos do autor. Seus textos tratam muitas vezes de questões associadas à inclusão social e ao cotidiano das periferias das cidades.

Nesse projeto, foram produzidos 500 cartazes com 11 frases diferentes da obra de Sérgio Vaz. Este trabalho atípico teve apoio da prefeitura de São Paulo e colaboração da designer gráfica Silvana Martins, que desenvolveu os cartazes a partir de composições tipográficas (Figura 9).

A fixação dos lambe-lambes foi realizada principalmente em bairros de São Paulo, como Capão Redondo e Jardim Ângela, e quando colocados em muros, foram autorizadas pelos proprietários desses espaços. No entanto, de acordo com entrevista com os autores, quando utilizados em postes ou viadutos, são rapidamente retirados, por conta da Lei Cidade Limpa (REDE BRASIL ATUAL, 2014).



Figura 9 – Lambe-lambes do projeto *Poesia no muro*, com textos de Sérgio Vaz, sendo colocado numa parede na Favela Monte Azul em São Paulo

Fonte: <http://doladodeca.com.br/sergio-vaz-apresenta-poesia-nos-muros/>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Discutir o espaço da cidade e os lambe-lambes pelo viés da Cultura Material ajuda-nos a reconhecer nesses artefatos a diversidade e complexidade de interesses envolvidos, as trajetórias e processos de significação. As peças gráficas apresentadas tornam evidentes algumas das questões sociais negociadas no cotidiano, e que materializam e fazem circular as percepções de grupos e indivíduos que se apropriam e participam da constituição do espaço público.

Existe um panorama bastante rico de registros gráficos urbanos que pode trazer contribuições importantes para os estudos em design, problematizando nossa percepção sobre as visualidades que constituem o contexto social.

Nesse sentido, vale destacar que os grafites, pichações, *stickers* e estêncil, embora não sejam objetos de análise neste capítulo, normalmente convivem e possuem similaridades com os cartazes lambe-lambes no que diz respeito aos temas, estilos, motivações e, apesar de compartilharem a percepção de serem grandes responsáveis pela poluição visual nas cidades, são também expressões de uma tensão social e são representados por múltiplas linguagens.

## REFERÊNCIAS

- BARNICOAT, J. **Los carteles**: su historia y lenguaje. Barcelona: Gustavo Gile, 1972.
- BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- DJANGO livre. Direção de Quentin Tarantino. Estados Unidos: Columbia Pictures; The Weinstein Company, 2012. 1 DVD (166 min.).
- DOWNING, J. D. H. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: SENAC São Paulo, 2004.
- FELGA, B. L.; FALCÃO, L.; CUNHA, M. Informação ou poluição: processos de descaracterização do espaço urbano. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: AEND-Brasil, 2008.
- HARVEY, D. **A liberdade da cidade**: cidades rebeldes. São Paulo: Boitempo, 2013.
- HOLLIS, R. **Design gráfico**: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. São Paulo: Documentos, 1969.
- MENESES, U. T. B. de. O museu na cidade x a cidade no museu: para uma abordagem histórica dos museus de cidade. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 5, n. 8/9, p. 197-205, 1985. Disponível em: [https://www.anpuh.org/arquivo/download?ID\\_ARQUIVO=1912](https://www.anpuh.org/arquivo/download?ID_ARQUIVO=1912). Acesso em: 01 dez. 2018.
- OLIVEIRA, R. de C. A. Estéticas juvenis: intervenções nos corpos e na metrópole. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 9, p. 63-86, mar. 2007. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/89>. Acesso em: 01 dez. 2018.
- PREFEITURA DA CIDADE DE SÃO PAULO. **Cidade limpa**. Disponível em: [http://www9.prefeitura.sp.gov.br/cidadelimpa/conheca\\_lei/conheca\\_lei.html](http://www9.prefeitura.sp.gov.br/cidadelimpa/conheca_lei/conheca_lei.html). Acesso em: 01 dez. 2018.
- RAMOS, C. M. A. **Grafite, pichação & cia**. São Paulo: AnnaBlume, 1994.
- REDE BRASIL ATUAL. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/cultura/2014/02/lambe-lambes-com-frases-poeticas-de-sergio-vaz-sao-espalhadas-em-bairros-perifericos-de-sp-9963/>. Acesso em: 14 set. 2014.

**INTERVENÇÃO URBANA  
COMO CONSTRUÇÃO SOCIAL E  
TECNOLÓGICA SOB A ÓTICA DOS  
MICRORROTEIROS DA CIDADE**

Fernanda Bornancin Santos  
Marilda Lopes Pinheiro Queluz



## INTRODUÇÃO

A agitada cidade de São Paulo, entre tantos trânsitos, prédios, caos e arte nas ruas, alguns pontos coloridos se destacam na paisagem de uma das maiores cidades da América Latina<sup>1</sup>. Chego mais perto. Noto pequenas descrições de cenas cotidianas, impressas em folha A4 e coladas sobre o ponto de ônibus.

De modo bem simplista, esse é um recorte/cena do processo de intervenção urbana dos Microrroteiros da Cidade. O projeto, idealizado pela roteirista Laura Guimarães<sup>2</sup> desde 2009, consiste em textos de até 140 caracteres que descrevem cenas inspiradas em acontecimentos do cotidiano. Inicialmente divulgado via Twitter, hoje o projeto se constitui, principalmente, na colagem semanal de textos impressos em papéis coloridos<sup>3</sup> sobre postes, muros e pontos de ônibus de São Paulo, a fim de estimular a visualização, a imaginação e o intercâmbio de histórias por meio das cenas descritas.

A ação de “colar uma história” pode aparentar ser quase uma brincadeira; contudo, sua prática performatiza diversos processos sócio-político-culturais da modernização tardia da América Latina. Em vista de buscar compreender o contexto no qual e pelo qual se materializam esses processos, procuramos, num primeiro momento, mapear o panorama sócio-político-cultural latino-americano no final do século XX e situar os coletivos de intervenção urbana no Brasil, para, por fim, problematizar os pontos nodais desses processos com as colagens dos Microrroteiros da Cidade.

## FINAL DO SÉCULO XX: DESLOCAMENTOS NO CONTEXTO LATINO-AMERICANO

Os processos de globalização da economia mundial, ocorridos na década de 1980 e de 1990, assim como os de multinacionalização nos anos 1960 e 1970, foram impulsionados pelo intenso ritmo de inovação econômico-tecnológica protagonizada pelos conglomerados transnacionais (DAGNI-

---

1 De acordo com o IBGE (2016), a população do município de São Paulo é de mais de 12 milhões de habitantes. Disponível em: <http://cidadedesapaulo.com/v2/pqsp/dados-e-fatos/?lang=pt>. Acesso em: 16 jun. 2019.

2 Roteirista formada em Cinema pela Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), procura relacionar seus trabalhos com arte e cotidiano.

3 Pôster artístico de tamanho variado colado com cola de polvilho/farinha, comumente chamado de lambe-lambe.

NO; THOMAS; DAVYT, 1996). O resultado foi uma reorganização da produção (fluxos de tecnologias e insumos, estruturas de decisão e controle), da comercialização (estratégias de mercados supranacionais, regulados por normas mundiais), de consumo em bases mundiais e uma radical diminuição da importância das fronteiras nacionais (DAGNINO; THOMAS; DAVYT, 1996).

Na América Latina, as medidas econômicas adotadas se caracterizam pela implementação de políticas de abertura, desregulamentação e acentuada privatização. Segundo Canclini (2000), ao comprovar que os salários retrocederam ao valor que tinham havia duas décadas e que a produção dos países mais prósperos — Argentina, Brasil e México — permaneceu estagnada durante os anos da década de 1980, questiona-se se a modernização é acessível para a maioria.

Tal processo de modernização impulsionou um grande deslocamento da população latino-americana do campo para as cidades. Países que, no começo do século XX tinham aproximadamente 10% de sua população nas cidades, concentram, na virada do século, 60% ou 70% em grandes aglomerações urbanas como a Cidade do México, Bogotá ou a grande São Paulo (CANCLINI, 2000).

Essas mudanças de configuração geraram manifestações culturais que não puderam mais se enquadrar no binômio culto/popular. Williams (1997) enfatiza que, na medida em que as antigas instituições eruditas foram reduzidas gradualmente pelos imperativos de uma fase mais dura do capitalismo, a fórmula tradicional minoria/massas perdeu a nitidez e se ampliaram os processos de negociação e apropriação.

Concomitantemente, a cidade passa a perder seu sentido público. A diminuição da visibilidade das estruturas macrosociais, devido à sua subordinação a circuitos não-materiais de comunicação que mediatizam as interações grupais, foi uma das causas pelas quais a credibilidade dos movimentos, tais como partidos políticos e sindicatos, sofre grande queda (CANCLINI, 2000).

Para Canclini (2000), a emergência de múltiplas exigências nas grandes aglomerações urbanas relaciona-se ao crescimento de reivindicações culturais e relativas à qualidade de vida, suscitando uma diversidade de órgãos porta-vozes: movimentos urbanos, étnicos, juvenis, feministas, ecológicos, etc. A partir desses processos, a mobilização social, assim como a estrutura da cidade, fragmenta-se em processos cada vez mais complexos e difíceis de totalizar.

Nesse contexto, Canclini (2005) argumenta que os processos culturais, que ocorrem dentro dessas bordas interculturais permeadas de tensões, constituem-se na heterogeneidade e na produção de hibridações. Martín-Barbe-



ro (2004) reitera a questão de que essa mobilização de novas sociabilidades, identidades e imaginários coletivos em formação supera dicotomias varridas pelas dinâmicas da transnacionalização econômica e da desterritorialização cultural. Esses novos movimentos estão repensando e reordenando o político justamente em termos culturais (MARTÍN-BARBERO, 2004).

## ARTE COMO PROCESSO: AÇÕES POLÍTICAS E ESTÉTICAS

Nas práticas artísticas, essa fragmentação das formas burocráticas de organização pode ser encontrada de forma mais explícita nos processos que procuraram introduzir uma mediação mais imediata entre a arte e seu público, objetivando fazer com que o espectador participe no tempo de criação das obras de arte (ARANTES, 2005).

No Brasil, quando o público é chamado a tocar nos Bichos (1960), de Lygia Clark, ou a vestir os Parangolés (1964) de Hélio Oiticica, é essa ideia de participação que está presente. O público pode sentir a obra, vesti-la, tocá-la, sentir seu cheiro, seu gosto, por meio de uma arte situacional e ambiental (AGUILAR, 2005).

Arantes (2005, p. 37) afirma que "(...) a superação dos limites do objeto e da obra de arte acabada, a preocupação com a participação do público, a utilização de novos suportes artísticos e a ruptura com o conceito de mimese" se tornam alguns dos nortes da produção artística. Deslocam-se as dicotomias de arte/vida, público/obra, autor/espectador, de modo que a arte mergulha na vida. Dessa democratização criativa ressalta-se a ideia de processo no fazer artístico, enfocando o modo como a ação se constitui com o público.

Herdeiras, em parte, das experimentações formais na arte do início do século XX e da arte situacional nos anos 1960 e 1970, as práticas de intervenção urbana podem ser vistas como um compósito de gêneros constitucionalmente híbridos, marcando lugares de intersecção entre o visual e o literário, o culto e o popular, o artesanal e a produção industrial, da circulação massiva dos grandes centros (CANCLINI, 2000). A apropriação coletiva do espaço, comumente tensa e negociada, estabelece-se através de introdução de imagens próprias, questionamentos sexuais, políticos e estéticos, assim como modificações nas marcas dos outros, caracterizando-se como "(...) prática social relacionada a modos de apropriação do espaço urbano" (PALLAMIN, 2010, p. 46).

Os artistas e coletivos da intervenção urbana são constituídos como — e pelos — processos sociais da cidade vivida, mas também constituem esses processos na medida em que lhes dão forma (CEVASCO, 2003) inferindo diallogicamente nos códigos de urbanidade e nas relações usuais com o espaço urbano, reconstruindo-os e reconstruindo-se (SILVA, 2006).

As práticas artísticas de rua, deslocadas do circuito de galerias e museus, consideram então essa cidade/suporte como coautor variável e de caráter transitório. Ou seja, um multiplicador capaz de trazer ao projeto de intervenção um alto grau de visibilidade e interatividade com seus constituintes: os indivíduos, o fluxo urbano coletivo, o trânsito, a arquitetura, a paisagem, o clima, a cultura e os demais fenômenos ocorrentes nesse espaço público onde tal intervenção se inscreve.

A partir desse prisma, a arte de rua é vista como um trabalho social, um ramo da produção da cidade, expondo e materializando suas conflitantes relações sociais (PALLAMIN, 2000). Configuram-se como um modo de enunciar, política e esteticamente, as referências do modo de vida e de pensamento de grupos que não dispõem de circuitos comerciais, políticos ou dos *mass media* para expressar-se (CANCLINI, 2000).

## COLETIVOS DE INTERVENÇÃO URBANA: CONSTRUÇÕES SOCIAIS E TECNOLÓGICAS

Partindo do pressuposto de que trabalho, tecnologia e ciência se constroem em relação integrada, a partir de um conceito de práxis (integração teoria e prática, isto é, ação-reflexão-ação), a tecnologia se constitui como extensão das possibilidades e potencialidades humanas (LIMA FILHO; QUELUZ, 2005).

A arte de rua configura-se nesses espaços como um modo “(...) desinstitucionalizado, efêmero, de assumir as novas relações entre o privado e o público, entre a vida cotidiana e política” (CANCLINI, 2000, p. 339). No Brasil, observa-se a existência de diversos projetos e coletivos de intervenção sobre os suportes da cidade (muro, poste, ponto de ônibus), tais como: Coletivo transversal (Brasília), Coletivo muda (Rio de Janeiro), Coletivo vivacidade (Goiânia), Mais amor por favor e Postesia (São Paulo), Polaróides (in)visíveis (Curitiba), entre outros; que visam interferir no espaço por meio de poéticas textuais (poemas, frases, jogo de palavras).

Dentre os vários grupos de coletivos, cada um adota um sistema para fazer o processo, lembrando que esse sistema não é fechado. Assim, tendo em vista a abordagem Social Construction of Technology (SCOT), na qual Pinch e Bijker (1989) notam que “(...) diferentes grupos sociais podem construir radicalmente diferentes significados de uma tecnologia”<sup>4</sup> (OUDSHOORN; PINCH, 2003, p. 3), os coletivos materializam suas ações de variados modos (pixo, *grafitti*, *sticker*, mural, lambe-lambe...) e essas se completam com as significações que outras pessoas constroem na ação materializada.

Nos coletivos, a colagem é um bom exemplo de como escritores e outros artistas visuais, que não usam o *grafitti* como expressão, podem fazer com que suas práticas também circulem pelo espaço público. No documentário sobre lambe-lambes intitulado Cola de Farinha.doc (2011), Mozart Fernandes, artista plástico da capital paulista, afirma que:

São Paulo vive o melhor momento da arte. É porque a arte justamente teve essa qualidade de sair da rua, (...) de dentro das salas. Até a parte de literatura que era uma parte muito pouco expressiva na *street art* se tornou algo de rua. (...) Vários artistas que não tinham a modalidade *street art*, poder participar do movimento por igual.

Miurrauze (COLA DE FARINHA.DOC, 2011), tatuador e interventor, por sua vez, complementa que:

(...) hoje tem vários outros que eu vejo que não assinam e nem colocam nada, tem muita gente que faz desenho a mão. (...) Tem bastante gente que trabalha em gráfica também, que roda na gráfica, roda na gráfica os trabalhos, faz uns negócios bem diferentes.

Por sua vez, quando Mozart Fernandes (COLA DE FARINHA.DOC, 2011) declara que, “(...) por exemplo, eu não sou um artista que conseguiria desenvolver minha técnica na rua, pintando na rua, mas eu posso fazer isso em casa e levar pra rua”, ele explicita como as tecnologias de intervenção são construídas a partir das escolhas dos atores do processo.

Além disso, faz-se relevante destacar como a arte de rua desestrutura as coleções de bens materiais e simbólicos, mas afirma o território (CANCLINI, 2000). Nessas territorialidades, sejam elas a rua, o viaduto, o muro de uma instituição, as lutas semânticas de neutralização, a perturbação da mensagem dos outros ou mudanças de seus significados “(...) são encenações dos conflitos entre as forças sociais: entre o mercado, a história, o Estado, a publicidade e a luta popular para sobreviver” (CANCLINI, 2000, p. 301).

---

4 “Different social groups, they noted, could construct radically different meanings of a technology” (Tradução nossa).

## MICRORROTEIROS DA CIDADE: OUTRO MODO DE NARRAR, OUTRO MODO DE LER

Em 2009, no início do projeto dos Microrroteiros da Cidade, Laura Guimarães criava e divulgava narrativas curtas inspiradas em acontecimentos e cenas da vida diária pela rede social Twitter<sup>5</sup>. A prática se iniciou como um exercício de observação do cotidiano para criação de roteiros, mas ao longo do tempo Laura passou a sentir necessidade de colar os textos pelas ruas de São Paulo. Em entrevista a Randi (2012), declara que visava “Colar, principalmente, em pontos de ônibus, pois é onde grande parte da população fica horas por dia sem ter o que fazer, só esperando”.

A composição dos pequenos roteiros em papéis coloridos tem, propositalmente, caráter imagético: o texto é escrito na linguagem de roteiro de cinema, fazendo uso de frases curtas e muita pontuação, com o intuito de instigar as pessoas a visualizar as cenas descritas e a imaginar histórias (Figura 1).



Figura 1 – Colagens de microrroteiros em muro e ponto de ônibus.

Fonte: Lauguimaraes (2014a); Lauguimaraes (2013).

Com essa mudança, a roteirista também passa a criar microrroteiros a partir das histórias relatadas por outras pessoas, ou seja, complexificando pontos de vista sobre o cotidiano e complexificando a questão de autoria. Ao criar espaço, colocando um computador e uma impressora sobre caixotes de feira, no meio da calçada, a roteirista estabelece um meio de pedir ao cidadão que esteja passando por ali que conte uma história do seu cotidiano para que essa seja traduzida em um lambe-lambe.

---

5 Twitter é uma rede social e servidor para *microblogging*, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 140 caracteres. Os textos são conhecidos como *tweets*, e podem ser enviados por meio do website do serviço, por serviço de mensagens curtas (SMS), por celulares, etc.

Devido às colagens de rua, o uso das redes sociais toma outro significado e hoje se centra no compartilhamento, via Facebook e Instagram, de fotografias que registram as intervenções dos microrroteiros na rua. Nesse circuito virtual, a produção e a circulação das fotografias são agenciadas tanto pela roteirista quanto pelos usuários, gerando fluxos de compartilhamento de relatos e trocas de opinião. Nota-se, assim, que a mudança no código técnico<sup>6</sup> (FENG; FEENBERG, 2008) do processo possibilitou maior participação dos cidadãos no processo artístico.

Na rua, no poste, no ponto de ônibus, pessoas rasgam, escrevem, desenham e completam a mensagem dos textos colados (Figura 2), de modo que a alteração do código dá maior espaço de participação às pessoas e amplia a "(...) flexibilidade interpretativa" (PINCH; BIJKER, 1989, p. 40) da tecnologia de intervenção urbana, ativando uma rede que envolve os mais variados atores na criação de narrativas do cotidiano paulistano.



Figura 2 – Intervenções sobre colagens

Fonte: Lauguimaraes (2012a); Lauguimaraes (2014b).

Outro aspecto relevante do fenômeno é a relação semântica que os microrroteiros articulam de modo intencional com outras intervenções. Laura Guimarães e outros artistas de rua, como Mozart Fernandes, Perê e Maicknuclear, criam obras colaborativas a partir de suas propostas originais, gerando significados distintos a partir da hibridação de linguagens, de modo que as tecnologias são selecionadas a partir de interesses dentre muitas possíveis configurações, não havendo uma linearidade ou determinação a priori.

---

6 Códigos técnicos, por vezes, são explicitamente caracterizados como requerimentos de projeto ou políticas do design de alguma tecnologia específica. Contudo, para além dessas especificações, os códigos também estão implícitos na cultura, sendo necessário que sejam compreendidos por meio de análise sociológica (FENG; FEENBERG, 2008).

Essa hibridação explicita como esses mosaicos visuais (Figura 3) das colagens alteram significativamente o espaço e, possivelmente, o contexto de interpretação e imaginação das mensagens.



Figura 3 – Exemplos de mosaicos visuais a partir de hibridações de intervenções

Fonte: Lauguimaraes (2014c); Lauguimaraes (2012b).

Nota-se, a partir dessas premissas, como as escolhas feitas na sistematização das práticas dos Microrroteiros da Cidade são fundamentais para uma maior abertura à participação e à inferência de diversos grupos de atores no processo (PINCH; BIJKER, 1989). Caso os textos continuassem sendo divulgados somente pelo Twitter, esse acesso seria mais limitado: primeiramente, devido às características da própria plataforma que impossibilita escrever e desenhar sobre a mensagem de outro usuário; em segundo lugar, pelo fato de que as pessoas que não têm conta nessa página ou não possuem acesso à internet não teriam modo direto de participação.

O ato de colagem de relatos textuais e imagéticos no mobiliário urbano propicia a geração de canais subversivos de comunicação entre os habitantes e transeuntes, criando possibilidades de encontro de imaginários e de repertórios diversos, nos quais se materializam disputas e negociações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nessa prática de atravessamento de memórias e imaginários, identificamos um "(...) modo de dizer que não somente fala-de, mas também materializa maneiras de fazer" (CERTEAU, 1980 apud MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 157). Certeau (1998, p. 175) argumenta que essas práticas podem ser enten-

didadas como do tipo tático: “(...) práticas microbianas, singulares e plurais, que constituem regulações cotidianas e criatividades sub-reptícias” com as quais as pessoas podem burlar a vigilância, a estratégia, característica de quem perpetua o exercício de poder.

Por sua vez, Williams (2011) assinala que esse poder/dominação deve ser complexificado, não devendo ser encarado simplesmente como uma imposição da classe dominante, facilmente identificável e isolável, sobre outras classes ou membros da sociedade, e sim como um processo continuamente ativo que vai se adaptando no vivido. Williams (2011, p. 55) argumenta que “(...) o processo só pode funcionar em uma sociedade complexa, se for algo mais substancial e flexível do que qualquer ideologia abstrata imposta” e, frente a isso, a questão da seleção — forma pela qual certos significados e práticas são escolhidos e enfatizados, enquanto outros são negligenciados e excluídos — se faz chave para uma compreensão mais esmiuçada dos processos.

A partir desses pressupostos, compreendemos que a prática de intervenção dos microrroteiros, ao descolecionar e democratizar a prática do roteiro, se faz muito significativa, pois medeia a articulação da memória (MARTÍN-BARBERO, 2004) da cidade. Apesar de suas narrativas curtas e fragmentadas, ousamos supor que essa prática talvez possa ser encarada como outro possível híbrido do relato popular — tal qual o folheto de cordel e o folhetim (MARTÍN-BARBERO, 2004) — pois a produção e circulação dos microrroteiros possibilitam seu consumo nas ruas, como algo que não se encontra só em livrarias ou em estabelecimentos tidos como apropriados para a leitura. Assim, na rua, no poste, no ponto de ônibus, pessoas rasgam, escrevem e desenham sobre os textos colados, de modo que as narrativas feitas pelas pessoas para as pessoas são acionadas como espelhos que refletem e que, ao mesmo tempo, refratam (BAKHTIN, 2006) imaginários e significados.

Contudo, retomando a noção de dominação tratada por Williams (2011), pomos em questão, para investigações futuras, quais processos de seleção estariam embutidos na tradução desses discursos: como ocorre a tradução do que foi relatado; a partir de que critério essa seleção é feita; o que é selecionado e o que não é desse relato e por quê; em que territórios da cidade esses processos de escuta acontecem e onde são colados.

Afinal, quem seleciona as palavras que serão coladas no muro da cidade?



## REFERÊNCIAS

- AGUILAR, G. M. **Poesia concreta brasileira**: as vanguardas na encruzilhada modernista. São Paulo: Edusp, 2005.
- ARANTES, P. **Arte e mídia**: perspectivas da estética digital. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2006. Disponível em: [http://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Bakhtin-Marxismo\\_filosofia\\_linguagem.pdf](http://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Bakhtin-Marxismo_filosofia_linguagem.pdf). Acesso em: 02 dez. 2018.
- CANCLINI, N. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo, 2005.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2000.
- CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CEVASCO, M. E. **Dez lições sobre estudos culturais**. São Paulo: Boitempo editorial, 2003.
- COLA de farinha.doc. Produção de MaicknucleaR. São Paulo: Fronteira Filmes, 2011. Disponível em: <http://curtadoc.tv/curta/artes/cola-de-farinha-doc/>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- DAGNINO, R.; THOMAS, H.; DAVYT, A. El pensamiento em ciencia, tecnología e sociedad en América Latina: una interpretación política de su trayectoria. **REDES**, v. 3, n. 7, p. 13-51, 1996. Disponível em: <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/56780c44d2729.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- FENG, P.; FEENBERG, A. Thinking about design: critical theory of technology and the design process. In: VERMAAS, P. E. et al. (Ed.). **Philosophy and design**: from engineering to architecture. Dordrecht: Springer, 2008. p. 105-118. Disponível em: [http://www.researchgate.net/publication/225909365\\_Thinking\\_about\\_Design\\_Critical\\_Theory\\_of\\_Technology\\_and\\_the\\_Design\\_Process](http://www.researchgate.net/publication/225909365_Thinking_about_Design_Critical_Theory_of_Technology_and_the_Design_Process). Acesso em: 28 nov. 2018.
- LAUGUIMARAES. **microrroteirosdacidade**. In: Instagram. Disponível em: <http://instagram.com/lauguimaraes>. Acesso em: 17 ago. 2014.
- LAUGUIMARAES. **microrroteirosdacidade**. In: Instagram. 2014a. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/rubE3dzhKE/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/rubE3dzhKE/?utm_source=ig_web_copy_link). Acesso em: 16 jun. 2019.
- LAUGUIMARAES. **microrroteirosdacidade**. In: Instagram. 2013. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/YKu65QzhAA/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/YKu65QzhAA/?utm_source=ig_web_copy_link). Acesso em: 16 jun. 2019.
- LAUGUIMARAES. **microrroteirosdacidade**. In: Instagram. 2012a. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/Raw5bgzhML/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Raw5bgzhML/?utm_source=ig_web_copy_link). Acesso em: 16 jun. 2019.



LAUGUIMARAES. **microrroteirosdacidade**. In: Instagram. 2014b. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/i17iYzhFI/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/i17iYzhFI/?utm_source=ig_web_copy_link). Acesso em: 16 jun. 2019.

LAUGUIMARAES. **microrroteirosdacidade**. In: Instagram. 2014c. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/kNa7llzhDi/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/kNa7llzhDi/?utm_source=ig_web_copy_link). Acesso em: 16 jun. 2019.

LAUGUIMARAES. **microrroteirosdacidade**. In: Instagram. 2012b. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/SvjXyMThN-/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/SvjXyMThN-/?utm_source=ig_web_copy_link). Acesso em: 16 jun. 2019.

LIMA FILHO, D. L.; QUELUZ, G. L. A tecnologia e a educação tecnológica: elementos para uma sistematização conceitual. **Educação & Tecnologia**, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, p. 19-28, jan./jun. 2005. Disponível em: <https://seer.dppg.cefetmg.br/index.php/revista-et/article/view/71>. Acesso em: 28 nov. 2018.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

OUDSHOORN, N.; PINCH, T. (Ed.). **How users matters**: the co-construction of users and technology. Cambridge: The MIT Press, 2003.

PALLAMIN, V. M. **Arte urbana**: São Paulo: região central (1945-1998): obras de caráter temporário e permanente. São Paulo: Annablume: FAPESP, 2000.

PINCH, T. J.; BIJKER, W. E. The social construction of facts and artifacts: or how the sociology of technology might benefit each other. In: BIJKER, W. E.; HUGHES, T. P.; PINCH, T. J. (Ed.). **The social construction of technological systems**: new directions in the sociology and history of technology. Massachusetts: MIT Press, 1989. p. 17-50. Disponível em: <https://bibliodrq.files.wordpress.com/2015/09/bijker-w-the-social-construction-of-technological-systems.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2018.

RANDI. **Entrevista**: Laura Guimarães. 2012. Disponível em: <http://intervencaourbanaribeirao.blogspot.com/?q=Laura+Guimar%C3%A3es>. Acesso em: 28 nov. 2018.

SILVA, A. **Imagínarios urbanos**. 5. ed. Bogotá: Arango Editores, 2006. Disponível em: <https://imaginariosyrepresentaciones.files.wordpress.com/2015/05/silva-armando-imaginarios-urbanos.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2018.

WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011.

WILLIAMS, R. **La política del modernismo**: contra los nuevos conformistas. Buenos Aires: Manantial, 1997.



**OS SIGNIFICADOS DO FOGÃO A GÁS  
NAS PÁGINAS DE *CASA E JARDIM*:  
A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM  
DA COZINHEIRA PRENDADA  
NA PERSPECTIVA DA CULTURA  
MATERIAL (ANOS 1950 E 1960)**

Ana Caroline de Bassi Padilha  
Marinês Ribeiro dos Santos



## INTRODUÇÃO

Este capítulo tem como objetivo refletir sobre a construção de significados acerca das práticas de cozinhar em torno do fogão a gás. O recorte de estudo está centrado em reportagens e anúncios publicitários veiculados durante as décadas de 1950 e 1960 na revista *Casa e Jardim*. Adotando esse periódico como fonte de pesquisa, utilizamos como referencial teórico os estudos em design e a abordagem da cultura material, buscando relacionar questões práticas e simbólicas que envolvem o uso do fogão e que traduzem a construção de vínculos e relações sociais. Os artefatos traduzem valores e comportamentos que são construídos socialmente e medeiam o relacionamento entre as pessoas. Para Santos (2005), os artefatos funcionam como mediadores das transformações socioculturais, políticas, econômicas e tecnológicas, podendo assumir valores de um determinado lugar e período.

No Brasil dos anos 1950, os processos de industrialização e urbanização ganharam um ritmo acelerado, desencadeando mudanças na vida e nos hábitos da população brasileira. Vários setores desenvolveram-se, como a indústria elétrica pesada, a de máquinas e equipamentos mais sofisticados, a automobilística, além da indústria do aço, petróleo e energia elétrica. A indústria de eletrodomésticos também se desenvolveu, possibilitando a ampliação do acesso ao consumo destes artefatos, bem como a apropriação de novos tipos de práticas de consumo doméstico (MELLO; NOVAIS, 1998).

Nesse panorama, surge, em 1952, a revista *Casa e Jardim*, uma publicação nacional especializada em decoração de interiores domésticos, cujo subtítulo era *Decoração, móveis, arquitetura e culinária*. A missão do periódico era "(...) apresentar soluções capazes de conciliar a preservação dos valores tradicionais da família com a modernização do espaço doméstico" (SANTOS, 2010, p. 63). Naquele período, as revistas direcionadas para públicos femininos destacavam que os principais ingredientes para a felicidade conjugal estavam pautados no bom desempenho da dona de casa nas tarefas domésticas. Logo, buscando criar uma identificação das mulheres com o espaço e o consumo domésticos, *Casa e Jardim* apresentava as tecnologias do lar como recursos que tanto favoreciam quanto glamorizavam as atividades cotidianas das donas de casa. Assim, a relação das donas de casa com as tecnologias do lar tinha uma associação simbólica com a noção de modernidade que ia além da função prática destes artefatos.

Compreendemos por tecnologias do lar as práticas sociais e os artefatos que contribuem para a realização das atividades domésticas e com os quais as pessoas interagem individual e coletivamente. Entre o vasto universo que engloba as tecnologias do lar, demos ênfase, neste capítulo, às práticas relacionadas ao uso do fogão, entendendo que a revista privilegiava, em seus discursos, a aquisição, a apropriação, bem como a utilização deste artefato no espaço da casa.

## DO FOGÃO A LENHA AO FOGÃO A GÁS

Nos séculos XVIII e XIX, as casas das famílias brasileiras apresentavam uma grande dependência do trabalho escravo no cumprimento das atividades domésticas. De acordo com Graham (1992, p. 45), havia uma grande “(...) diversidade de tipos e lugares do trabalho doméstico”, visto que, para a sua efetivação, era necessária a utilização de serviços que somente mais tarde passariam a ser fornecidos por companhias de serviços urbanos. Até 1860, os lares urbanos brasileiros não eram equipados com água encanada nem com sistema de esgoto. Sendo assim, as famílias mais abastadas financeiramente contavam com o serviço das criadas para transportar água, lavar roupas nos chafarizes públicos, cozinhar para a família, fazer compras diárias, costurar vestimentas, entre outras tarefas. O trabalho doméstico realizado pelas criadas era dividido entre trabalho interno, realizado dentro de casa, e trabalho externo, feito nos chafarizes públicos ou mercados. Trabalhar dentro de casa significava para as criadas maior contato, confiança e intimidade com a dona da casa, além de proteção aos perigos da rua. Já as criadas que desempenhavam o trabalho externo, mesmo realizando tarefas mais pesadas e que exigiam maior resistência, gozavam de mais liberdade para encontrar e conversar com criadas de outras famílias ou realizar alguma atividade pessoal, como um encontro amoroso (GRAHAM, 1992).

Segundo Silva (2008), a abolição da escravidão, em 1888, poderia ter gerado grandes transformações nos afazeres domésticos ao retirar o trabalho da mão de obra escravizada. Todavia, isso não aconteceu, já que havia um grande número de trabalhadores/as desempregados/as nos centros urbanos e, portanto, disponíveis para as atividades domésticas. A urbanização de grandes cidades, como São Paulo e Rio de Janeiro, propiciava uma de-

manda maior de ofertas de emprego nas atividades industriais e comerciais, mas era o trabalho doméstico que concentrava grande parte dessa mão de obra. Dentro de casa, o trabalho girava em torno da cozinha. As práticas de cozinhar exigiam ampla competência das cozinheiras tanto no preparo dos pratos, quanto no manuseio do fogão ou forno. O uso do fogão a lenha envolvia dificuldades no transporte do seu insumo e no seu acendimento, bem como exigia saberes particulares adquiridos principalmente por meio da experiência da cozinheira como, por exemplo, a quantidade ideal de calor para o preparo de diferentes alimentos. As cozinheiras controlavam o domínio da matéria-prima, como os ingredientes utilizados no preparo dos pratos; dos utensílios domésticos, como as panelas e, principalmente, do processamento, como o uso do forno e do fogão (SILVA, 2008).

O êxito da cozinheira era medido de acordo com sua habilidade em ajustar e controlar a temperatura do forno. Uma das formas de verificar se o forno estava pronto para ser usado consistia em colocar a mão sobre a chapa quente e contar. Se o tempo máximo sem queimar a mão fosse de três segundos era sinal de que ele já estava quente, ao passo que contar até vinte significava um forno praticamente frio. Outra maneira de conferir a temperatura era depositar um pedaço de papel no forno por quatro ou cinco minutos. Se o papel ficasse escurecido, era sinal de que o artefato estava aquecido o suficiente para o preparo de massas ou pães. As boas cozinheiras recebiam o título de **cozinheiras de forno e fogão**, enquanto as que cozinham utilizando apenas panelas eram conhecidas como **cozinheiras do trivial** (GRAHAM, 1992).

O surgimento dos fogões a carvão, fabricados em ferro fundido, começou a modificar as atividades realizadas no preparo das refeições. Silva (2008, p. 163) salienta que os fogões a carvão "(...) eram equipamentos mais compactos, com melhor isolamento térmico, que facilitaram não apenas o trabalho de preparo (com menor mobilização), mas também o de limpeza". Entretanto, foi o aparecimento dos fogões a gás que desencadeou grandes mudanças, pelo uso de combustível limpo e ininterrupto disponível por meio de redes de abastecimento, além da "(...) possibilidade de controle, inimaginável nos antigos equipamentos" (SILVA, 2008, p. 163).

Conforme ressalta Silva (2008), a presença de crianças e homens na cozinha era pequena, já que se tratava de um espaço totalmente voltado para as atividades domésticas, consideradas atribuições das mulheres. Dessa forma, com a introdução de novos equipamentos domésticos e o surgi-

mento da água encanada, luz, esgoto e gás, “(...) o trabalho doméstico foi colocado em evidência, além de ter mudado significativamente toda a rotina dos afazeres” (SILVA, 2008, p. 187) propiciando novas formas de organização do trabalho no lar.

A partir de 1920, acontecimentos como o desenvolvimento industrial, a mecanização do trabalho doméstico proporcionada pelo uso do gás e da eletricidade e a autonomização das donas de casa com a disseminação dos eletrodomésticos marcaram o início de um novo momento, denominado por Carvalho (2008, p. 24) de “(...) inflexão nas relações de gênero”. Assim, no final do século XIX e no século XX, os artefatos passaram a ser alvo de “(...) negociações híbridas e flexíveis entre os sexos, que vão recuperar, adaptar, reciclar, deformar, parodiar ou descontextualizar os sentidos tradicionalmente constituídos” (CARVALHO, 2008, p. 24).

Aproximadamente 40 anos depois, podemos verificar que essas transformações no ambiente da casa, especialmente na cozinha, eram assuntos discutidos e enfatizados em periódicos como *Casa e Jardim*. Na reportagem intitulada *No reino da cozinha*, publicada na edição de fevereiro de 1967, verificamos o destaque dado ao surgimento dos sistemas de eletricidade e gás, percebidos pelo periódico como propulsores da mecanização e modernização da cozinha:

A eletricidade e o gás foram responsáveis pelas primeiras inovações nesse ambiente. Depois, a coisa foi mais longe e novas características foram introduzidas, surgindo finalmente a cozinha moderna, planejada para facilitar o trabalho e, ao mesmo tempo, decorada e humanizada de modo à continuar sendo aquele ambiente gostoso e aconchegante do tempo da vovó, cozinhas que merecem se diga: aqui começa a hospitalidade (NO REINO DA COZINHA, 1967, p. 47).

Em outra reportagem, da edição de maio de 1960, o periódico enfatizava que a introdução dos fogões a gás nas rotinas das donas de casa modificou as atividades no ambiente doméstico, proporcionando maior eficiência e praticidade:

Em cada casa, a cozinha é um lugar sacrificado, mas não deixa de ser dos mais importantes recintos domésticos. E para a cozinha, vimos fogões tão bonitos, tão práticos e tão eficientes que, temos certeza, cozinhar neles será uma arte, uma satisfação, e não como em tempos antigos cujo mister representava trabalhos forçados com o uso de lenha e carvão (A FEIRA DO CONFORTO, 1960, p. 47).



Nesta seção, pudemos observar brevemente algumas das transformações ocorridas, no contexto brasileiro, nas práticas de cozinhar relacionadas ao uso do fogão. A seguir, enfatizaremos a importância da cultura material como recurso para a construção do modelo de **cozinheira prendada**, divulgado nas páginas da revista *Casa e Jardim* nos anos 1950 e 1960.

## A CULTURA MATERIAL COMO RECURSO PARA A CONSTITUIÇÃO DA COZINHEIRA PRENDADA

Os discursos textuais e imagéticos empregados na revista *Casa e Jardim* dos anos 1950 e 1960 sugeriam que os afazeres domésticos deveriam ser entendidos não apenas como uma tarefa, mas como uma expressão de amor e cuidado da dona de casa para com sua família. Conforme Hollows (2008) afirma, não só a casa é vista como um ambiente de cuidado, mas os valores como conforto e intimidade também são produzidos por meio de práticas de cuidados associadas com o trabalho doméstico feminino. A autora enfatiza que as práticas de consumo doméstico, percebidas também como trabalho doméstico, são realizadas por pessoas **predispostas a investir em práticas de cuidados**, que podem ser realizadas por homens e mulheres. Porém, a disposição para cuidar é frequentemente associada ao desempenho e experiência femininas. No contexto da revista *Casa e Jardim*, ao preparar refeições apetitosas e saudáveis, a dona de casa estaria expressando o seu amor e cuidado para com os/as filhos/as e o marido.

Miller (2013), autor do livro *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material*, considera que as pessoas fazem os artefatos assim como, na mesma medida, os artefatos fazem as pessoas. Logo, os artefatos "(...) não chegam a representar pessoas, mas a constituí-las" (MILLER, 2013, p. 37). O autor trabalha com dois conceitos importantes para o entendimento de cultura material: a objetificação e a materialidade. Ao abordar a cultura material, o autor afirma que "(...) grande parte do que nos torna o que somos existe não por meio da nossa consciência ou do nosso corpo, mas como um ambiente exterior que nos habitua e incita" (MILLER, 2013, p. 79). A objetificação, segundo Miller (2013), é o caráter recíproco do processo de constituição de sujeitos e cultura material. Assim, ao nos apropriarmos de um artefato e das práticas a ele relacionadas, estamos nos constituindo como determinados tipos de sujeitos, assim como também constituímos os significados e os usos do artefato ao integrá-lo às nossas práticas cotidianas.

Torna-se relevante salientar que, uma vez produzidas e incorporadas aos afazeres domésticos, as tecnologias do lar transformam-se em parte do que são as donas de casa. Partindo da ideia de que os artefatos nos fazem parte do processo pelo qual os fazemos, ocorre uma inter-relação entre sujeitos e as materialidades. Dessa forma, a relação da figura da dona de casa com as tecnologias domésticas tinha, nos anos 1950 e 1960, uma associação simbólica com a noção de modernidade e ia além da função prática dos eletrodomésticos: tanto as donas de casa participavam da incorporação das tecnologias domésticas em suas rotinas cotidianas, ao utilizarem esses artefatos para cuidar da casa e da família, atribuindo-lhes sentidos e significados particulares, quanto as tecnologias formavam as donas de casa modernas a partir de novas práticas que eram anunciadas como meios de proporcionar, entre outros fatores, maior praticidade, eficiência, elegância, conforto e tempo livre. Assim, corroborando a visão de Miller (2013, p. 120), ambos constituíam, "(...) reciprocamente um o outro".

Para Miller (2013, p. 107), o ser humano deseja "(...) de modo desesperado escapar da materialidade (...)" ou vive "(...) tentando acumular mais coisas materiais (...)" (ibid.). Conforme explica, a materialidade é algo que vai além do físico, palpável e tangível: a materialidade é, justamente, a imaterialidade. Assim, a importância dos objetos acontece não pela sua evidência ou porque, fisicamente, eles possam restringir ou habilitar. Ela está justamente no que não vemos. No livro *O casaco de Marx: roupas, memória, dor*, Stallybrass (1999, p. 19) aborda essa **invisibilidade** da materialidade ao afirmar que, "(...) apesar de toda nossa crítica sobre o materialismo da vida moderna, a atenção ao material é precisamente aquilo que está ausente". Quanto menos consciência tivermos dos artefatos que nos rodeiam, mais eles "(...) conseguem determinar nossas expectativas, estabelecendo o cenário e assegurando o comportamento apropriado, sem se submeter a questionamentos" (MILLER, 2013, p. 79). Ao discorrer sobre materialidade, Barbosa (2006, p. 109) afirma que:

(...) faz-se necessário perceber os objetos como coisas que possuem materialidades distintas, que nos afetam e provocam reações diferenciadas; que têm a capacidade de levar as pessoas para além delas mesmas, sem, para tanto, lhes negar a iniciativa e o controle das ações.

Na edição de março/abril de 1954, *Casa e Jardim* publicou uma crônica intitulada *Madama X assume o comando da cozinha*, onde uma dona de casa descobre "(...) as vantagens das modernas máquinas inventadas para o seu

conforto” (MADAMA..., 1954, p. 54). O texto começa com uma dona de casa, Madama X, **desesperada** ao notar que sua empregada Josefina se ausentara exatamente na noite de um jantar oferecido para dez pessoas em sua casa. Porém, ao entrar na cozinha, a **simples presença** dos artefatos domésticos **convida** Madama (1954, p. 54) à ação: “Inconscientemente, ela compõe um cardápio que pode ser feito quase que exclusivamente com suas máquinas e aparelhos”. O texto ressalta que, graças ao auxílio das tecnologias domésticas, o **jantar foi um sucesso**:

Madama X está encantada com estas descobertas. Desnecessário dizer, o jantar foi um sucesso inigualável. Jamais a sopa Vichysoise foi tão apetitosa (feita no liquidificador e guardada na geladeira até a hora de servir). Jamais as torradas para canapés ficaram tão regularmente douradas como as feitas na nova torradeira. E o tempero da salada! Molho russo batido no liquidificador e servido com frescas e cheias cabeças de alface que ela teve a sorte de encontrar na quitanda. (...) O assado, graças aos controles de temperatura do forno, ficou perfeito (MADAMA..., 1954, p. 55).

De acordo com a crônica, Madama (1954) sequer conhecia ou tinha manuseado anteriormente os eletrodomésticos que possuía em sua casa, visto que os serviços domésticos frequentemente eram realizados pela empregada. Porém, no momento em que estes artefatos passaram a fazer parte de suas práticas, ela os reposicionou, dando-lhes novos sentidos. Para Stallybrass (1999, p. 21), “(...) as coisas adquirem vida própria”, apresentando um valor rico em “(...) significado simbólico e no qual as memórias e as relações sociais são literalmente corporificadas”.

Antes de preparar o jantar, Madama (1954, p. 55) relembra com orgulho os ensinamentos transmitidos por sua mãe e a importância dos conhecimentos culinários aprendidos:

Sua mãe a educou na crença de que saber cozinhar faz parte da formação de uma boa dona de casa. Ela se orgulha dos seus conhecimentos culinários, de sua coleção de livros de receitas e, principalmente, de seu valioso e vetusto caderno prêto, no qual, ano após ano, são copiadas receitas raras. Ela também se orgulha de ter uma das cozinhas mais modernas, completamente equipada com todos os aparelhos elétricos.

Podemos observar a associação entre tradição e modernidade nas práticas domésticas relatadas por Madama (1954). A mesma importância atribuída à educação para o lar e os conhecimentos empíricos transmitidos de geração em geração era também conferida à aquisição de tudo o que era

novo, moderno e prático, fossem artefatos ou novas práticas incorporadas às rotinas domésticas. Conforme afirma Santos (2010, p. 125), durante as décadas de 1950 e 1960, a revista *Casa e Jardim* "(...) assumiu como um de seus compromissos a missão de catequizar o público leitor acerca do liame estreito existente entre o estilo de vida moderno e o consumo de artefatos entendidos como funcionais". Dessa forma, mesmo sendo fundamental reafirmar valores tradicionais como os ensinamentos de **saber cozinhar** transmitidos pela mãe, a **boa dona de casa** deveria estar atenta e adquirir as novidades promovidas pela indústria nacional.

Em outro trecho da crônica, percebemos a importância dada à eficiência das tecnologias do lar para a concretização do evento. Madama (1954, p. 55) sabia que as refeições de Josefina, "preparadas com tanto carinho e capricho", demandavam tempo e prática. Como o jantar já estava marcado para um determinado horário, a rapidez e a qualidade no preparo dos pratos foi garantida graças ao auxílio dos eletrodomésticos. De acordo com a crônica:

Os dias de cozinhar lenta e trabalhosamente aconteciam em outra época. Mas por que prender-se a métodos antiquados se os novos são tão melhores e mais convenientes? Se você tiver a sorte de possuir êstes modernos auxiliares da cozinha, não os deixe parados, acumulando pó. Tome a resolução de experimentar uma receita nova diariamente, usando uma ou outra das suas máquinas (MADAMA, 1954, p. 55).

No recorte acima, podemos observar a sugestão do periódico quanto à incorporação dos eletrodomésticos às rotinas diárias das donas de casa. Conforme a crônica ilustra, estes artefatos seriam mais práticos e modernos e teriam a função de facilitar o trabalho doméstico. Torna-se pertinente salientar que a inserção das novas tecnologias do lar nas rotinas domésticas modificou a vida das donas de casa, mas não acarretou necessariamente a diminuição da quantidade dos seus afazeres. Houve uma reorganização dos processos de trabalho, visto que algumas atividades foram realmente eliminadas, enquanto outras passaram por transformações na forma como eram realizadas. A seguir, buscamos compreender, a partir de reportagens e anúncios publicitários, as maneiras pelas quais a revista *Casa e Jardim* incentivava as mulheres a se tornarem exímias **cozinheiras prendadas**.

## A COZINHEIRA PRENDADA NA REVISTA *CASA E JARDIM*

Nos anos 1950 e 1960, um dos principais ingredientes da felicidade conjugal eram as prendas domésticas. As revistas direcionadas para públicos femininos afirmavam que o bom desempenho nas atividades domésticas, especialmente na cozinha, garantia a conquista do marido e a manutenção do casamento, uma vez que “(...) a mulher conquista o homem pelo coração, mas poderá conservá-lo pelo estômago” (PINSKY, 1997, p. 627). Esses conhecimentos eram geralmente transmitidos de geração em geração. Isso porque, desde criança, a menina deveria ser educada para ser uma boa mãe e dona de casa exemplar. As mães, por sua vez, não abriam mão da participação das meninas na execução das tarefas domésticas. Independentemente da classe social, as garotas precisavam aprender com suas mães a desempenhá-la com afinco e dedicação o papel de dona de casa (PINSKY, 2012).

Segundo a reportagem intitulada *Também do estômago depende o amor do marido*, publicada na edição de março/abril de 1954 na revista *Casa e Jardim*, os primeiros dias após o casamento eram um período de teste e provação para a jovem esposa. Ela deveria mostrar destreza na realização dos afazeres domésticos, de forma a conquistar a admiração do marido e garantir o status tão almejado de **esposa ideal**. Isso porque o marido poderia estar acostumado às refeições preparadas por sua mãe. Sendo assim, a jovem esposa deveria cativá-lo também pelo estômago, a fim de evitar que ele ficasse saudosos de sua época de solteiro. De acordo com o texto:

Gostaria mesmo de conhecer uma só mulher que, estando para casar, não se sinta ansiosa pelos primeiros pratos a preparar na vida conjugal, tendo como objetivo único o de cativar o marido também pelas qualidades culinárias. Isso é natural, uma vez que estando ele acostumado com sua mãe, uma cozinheira exímia, não deverá — pensa ela — sentir-se saudosos pelas iguarias saborosas que comia em sua casa de solteiro (TAMBÉM, 1954, p. 57).

Vale ressaltar, inclusive, que o preparo das refeições era considerado pela revista *Casa e Jardim* como uma tarefa recreativa para as donas de casa. Na edição de agosto de 1960, um artigo intitulado *Você precisa recrear-se* argumentava sobre a importância de se praticar atividades sadias nos momen-

tos **livres**. De acordo com o texto, "(...) como solução para o problema do que fazer com as energias físicas que as máquinas nos poupam, com o maior número de horas de lazer que temos agora e com as tensões emocionais geradas em nós pela vida social surgiu A RECREAÇÃO" (MEDEIROS, 1960, p. 8). O periódico entendia neste artigo que as atividades recreativas mais benéficas eram aquelas incentivadas em casa:

Por isso é que assar um bôlo, tocar violão, preparar um jantar, envernizar uma estante, cuidar de plantas ou dedicar-se à carpintaria são coisas mais proveitosas à saúde mental do que ir a um parque de diversões, assistir a corridas de cavalos, espiar um jogo de basquetebol ou ver uma peça de teatro. A boa recreação exige mais do que a atitude de espectador, pede certa entrega de si mesmo (MEDEIROS, 1960, p. 8).

Podemos perceber que, com exceção das atividades envolvidas com as práticas de cozinhar como **assar um bolo e preparar um jantar**, as demais sugestões poderiam ser praticadas esporadicamente e quando a dona de casa sentisse vontade de realizá-las. Já **preparar um jantar** era uma tarefa que, além de produzida diariamente, era considerada exclusivamente de responsabilidade da dona de casa que, provavelmente, não tinha outra opção senão aprontar as refeições para a família. Hollows (2008) comenta que o significado da casa é criado por meio da oposição à esfera pública associada ao **mundo do trabalho**. Dessa forma, mesmo considerando que a gestão e o trabalho doméstico são essenciais para a manutenção da casa, a ideologia das esferas separadas **camufla** o trabalho extensivo realizado no lar, a fim de associar a casa com as noções de refúgio e santuário. Segundo essa autora, a prática de cozinhar, especificamente, envolve muito mais do que o ato de simplesmente elaborar refeições. Ela envolve a produção e a reprodução de uma série de qualidades culturais e emocionais que agregam a casa e a família, constituindo a experiência do **cuidar** (HOLLOWES, 2008).

Na edição de maio de 1960 da revista em pauta, o texto *Fogões modernos* apresentava as principais características que deveriam ser observadas pelas donas de casa na aquisição de um fogão (Figura 1). De acordo com a reportagem:

Em primeiro lugar, deve ser considerada a qualidade do material empregado, por dentro e por fora. Esta é a chave para a compra de um bom fogão. Os outros requisitos são variáveis e devem ser elegidos de acordo com o padrão de vida que você leva: um ou dois fornos, visor, grelha, rotisserie, número de bocas, etc. (CASTRO, 1960, p. 83).



Figura 1 – Fogões modernos

Fonte: Matéria realizada por Castro (1960, p. 84-85).

Em seguida, o texto ensinava passo a passo como analisar minuciosamente todos os tipos de fogão:

(...) abra o forno, corra as prateleiras, gire os botões, estude as partes removíveis para maior facilidade de limpeza, indague sobre o tipo de isolante empregado. Todos os detalhes devem ser analisados, pois o fogão é a peça mais importante de sua cozinha (CASTRO, 1960, p. 83).

Podemos perceber, a partir desta reportagem, que o periódico sugeria determinadas atitudes e formas de comportamento às donas de casa, tanto dentro como fora do lar. O emprego do verbo no imperativo — **abra, corra, gire, estude e indague** — expressava uma ordem, um pedido, uma orientação. Além disso, a fim de facilitar a procura pelo **fogão ideal**, a reportagem expunha os detalhes mais relevantes a observar num fogão:

- a) superfície superior;
- b) queimadores;
- c) forno;
- d) visor;
- e) termostato;



- f) pirômetro;
- g) grelha e rotisserie.

Cabe salientar que o texto reforçava a importância dada aos materiais que constituíam o artefato e que poderiam facilitar o seu manuseio e a limpeza. Ao abordar a superfície superior do fogão, por exemplo, o texto apresentava a seguinte informação: “(...) essa peça é, de um modo geral, esmaltada em cor escura. Nela se localizam os queimadores que, conforme o fabricante, variam de tipo. Quase todos são removíveis para maior facilidade de limpeza” (CASTRO, 1960, p. 84). A mesma reportagem trazia ainda alguns comentários comparativos entre o fogão elétrico e o fogão a gás:

As boas qualidades de chapa e forno que se procura num fogão, são encontradas em ambos, independente da energia exigida para o seu perfeito funcionamento. Naturalmente o ponto-de-vista reside na necessidade pessoal e as possibilidades da instalação e fornecimento do combustível. As velhas crenças sobre o fogão elétrico (seria demasiado lento e impossível de controlar) ou sobre o atual popularíssimo a gás (muito sujo e inseguro), pertencem ao passado. Os dois tipos, hoje em dia, são quase perfeitos em todo o sentido: capacidade, flexibilidade, limpeza e eficiência funcional (CASTRO, 1960, p. 86).

Na sequência, a reportagem apresentava imagens de alguns modelos de **fogões modernos**, relacionando suas principais características. Observavam-se também duas ilustrações que compõem a matéria. Na primeira (Figura 2), localizada na parte superior da página à esquerda, aparecem duas representações de figuras femininas: uma dona de casa e uma menina. Há também a representação de um forno aberto. A dona de casa parece retirar do artefato um prato assado ainda quente. Tanto a menina quanto a dona de casa parecem satisfeitas com o resultado obtido. Aqui, vale salientar duas questões: a grande expectativa, promovida por *Casa e Jardim*, das donas de casa com relação ao uso dos eletrodomésticos e à praticidade no preparo de determinados alimentos; e a associação de figuras femininas com os artefatos domésticos. Podemos inferir que a menina tanto acompanhava a mãe no preparo dos alimentos quanto aprendia os principais ensinamentos para tornar-se também uma dona de casa eficiente e preocupada com os cuidados com a saúde e nutrição da família.





Figura 2 - Ilustração do uso do fogão a gás  
Fonte: Casa e Jardim (CASTRO, 1960, p. 84).

Já a segunda ilustração (Figura 3), localizada na parte inferior da página à esquerda, é formada por uma figura feminina, representando uma dona de casa e um fogão. A dona de casa, com as mãos posicionadas na cintura, parece admirar o artefato que brilha após a sua limpeza. Abaixo da ilustração, há uma caixa de texto com considerações sobre as “principais inovações para facilitar a limpeza” dos **fogões modernos**. As figuras femininas representadas nas duas imagens utilizam aventais, considerados, segundo o periódico, os uniformes das donas de casa modernas. Dessa forma, a revista *Casa e Jardim* enfatizava constantemente a associação dos eletrodomésticos com as donas de casa e suas práticas domésticas diárias.



Figura 3 - Ilustração do fogão a gás após a limpeza  
Fonte: Casa e Jardim (CASTRO, 1960, p. 84).

Um anúncio publicitário veiculado na edição de agosto de 1968 da referida revista apresenta mais um exemplo de como o periódico abordava as práticas relacionadas ao preparo das refeições a partir do uso do fogão a gás (Figura 4).



Figura 4 – Anúncio do fogão Wallig  
Fonte: O programa... (1968, p. 78).

O anúncio é formado pela imagem de um fogão da marca Wallig e vem com a seguinte chamada: **O programa de maior audiência entre as donas de casa é visto nesta tela** (O PROGRAMA..., 1968, p. 78). A tela referenciada é o próprio visor do forno. Podemos observar mais uma vez nesta chamada

o preparo de refeições para a família sendo indicado como um hobby apropriado às donas de casa, pois esse seria o seu **programa**. O ambiente indicado para a realização do **espetáculo** era o fogão Wallig. E, de acordo com o anúncio, os **astros** eram os diferentes pratos que podiam ser preparados. Segundo o texto:

Todos os dias, espetaculares apresentações com os astros da cozinha. Frangos e bolos em sequência com assados de carneiro e alcatra. Improvisações em torno do repertório nacional e estrangeiro. Pato à Califórnia. Peru à brasileira. Risotos. Empadas e canudinhos. Pura arte culinária. Espetáculo de cor, cheiro, gosto, sempre coroado por aplausos à mesa. E pedidos de bis. As donas de casa vibram com os pedidos de bis. O espetáculo é diário na tela Visoramic de Wallig, o fogão. Wallig fornece o palco, os bastidores, toda a maquinaria, iluminação e contra-regra. Flamatric, que é acendimento automático. Lã de vidro isolando o forno. Queimador de aquecimento direto, com economia de tempo e gás. Contrôle Automático de Temperatura para manter o forno na temperatura exata, todo o tempo. De nossa parte, pode estar certa de contar com o que há de melhor. Mas a direção do espetáculo é sua (O PROGRAMA..., 1968, p. 78).

O anúncio destaca a produção de diferentes receitas de origem nacional e estrangeira, ressaltando que os alimentos preparados são **arte culinária**. Ao final do **espetáculo**, o resultado são os **aplausos à mesa** e os **pedidos de bis**. Percebemos aqui a importância dada à preparação dos alimentos pela dona de casa, a fim de conquistar sua família principalmente pelo paladar, mas também pelo olfato e pela visão. Do anúncio infere-se que a primeira pessoa a ser conquistada era a própria dona de casa, ao contemplar diariamente os pratos produzidos no fogão Wallig. Verificamos, por meio desse anúncio publicitário, o investimento da revista *Casa e Jardim* na construção da dona de casa, que deveria utilizar até mesmo o seu **tempo livre** em atividades direcionadas ao bem-estar da família. Dessa forma, muitas donas de casa eram convocadas a também participar deste **programa de maior audiência**, que eram as práticas culinárias feitas a partir do uso do fogão Wallig.

Segundo os discursos do periódico, além do **tempo livre** e da **facilidade** na realização das tarefas domésticas, a aquisição dos eletrodomésticos contribuía para a melhoria do status das donas de casa.



Figura 5 – Anúncio publicitário do fogão Brastemp  
 Fonte: Vida... (1960, p. 54-55).

No anúncio publicitário de página dupla do fogão Brastemp (Figura 5), veiculado na edição de novembro de 1960 da revista *Casa e Jardim*, podemos observar, na página à esquerda, a representação de uma jovem dona de casa, um fogão e ilustrações de alguns alimentos sobre um fundo na cor vermelha. A figura feminina aparece trajando uma blusa branca com um laço preto amarrado na gola, uma saia branca na altura dos joelhos e ajustada ao corpo, sapatos de salto alto na cor branca, um avental xadrez e um chapéu de mestre-cuca. Ela segura uma colher de pau em uma das mãos, enquanto a outra mão está posicionada em sua cintura. Com um leve sorriso estampado no rosto, a jovem dona de casa aparece maquiada e possui os cabelos louros um pouco acima dos ombros. O fogão, também na cor branca, possui seis bocas e um visor na altura do forno. Acima do fogão estão dispostas as seguintes ilustrações: um porco com um garfo espetado, um pão, cenouras, dois peixes, um ovo e um bule. Essas ilustrações nos permitem concluir que era vasta a quantidade de refeições propostas e que podiam ser preparadas com o auxílio do fogão Brastemp que, segundo o anúncio publicitário, era um artefato desenvolvido de modo a caminhar rumo ao progresso.

A página à direita, em preto e branco, apresenta as principais características e informações técnicas sobre o fogão. A chamada do anúncio vem com a seguinte informação: **Vida nova com o fogão a gás Brastemp Impe-**

**rador: o mais perfeito e luxuoso fogão produzido no Brasil** (VIDA..., 1960, p. 55). Ao lado da chamada, no canto superior direito da página, aparece a mesma imagem estampada na página esquerda em tamanho reduzido. Abaixo dessa imagem, aparece a explicação do funcionamento do termostato do fogão, que "(...) controla com fidelidade o grau de calor do forno" (VIDA..., 1960, p. 55). Essa página do anúncio conta com informações sobre o funcionamento das demais partes do fogão e suas respectivas imagens, a saber: painel decorativo, grelhador antifumegante, mesa, queimadores, forno e painel de controle.

Podemos elencar algumas considerações a respeito deste anúncio. Primeiramente, a função da vestimenta utilizada pela jovem dona de casa. Aqui, a figura feminina assume o status de mestre-cuca, responsável pela produção de alimentos refinados com o auxílio do **luxuoso** fogão Brastemp Imperador. Sendo assim, as várias características que diferenciavam o fogão poderiam contribuir no preparo de refeições aprimoradas, dignas dos grandes e renomados **chefs** de cozinha. O emprego da cor branca, tanto no fogão quanto na vestimenta da jovem dona de casa, aparece como recurso para a construção de unidade e ligação entre o artefato doméstico e a figura feminina. Além disso, a cor branca remete a limpeza, higiene, pureza e dá a ideia de maior espaço (BARROS, 2006).

Outra consideração diz respeito à ênfase dada na chamada do anúncio ao salientar que existiria uma **vida nova** com a aquisição do fogão **Brastemp Imperador**. As refeições preparadas com o auxílio deste fogão poderiam ser mais requintadas. Porém, a quantidade de trabalho provavelmente não seria diminuída, visto que a presença de mais funções e utensílios poderia envolver mais trabalho na limpeza. Além disso, o preparo de pratos sofisticados também demandaria mais tempo. No entanto, de acordo com o anúncio publicitário, mesmo com um provável acréscimo de trabalho, a dona de casa deixaria de ser cozinheira, passando a ser **chef** de cozinha, assim como o fogão a gás passa a ser o responsável pelo incremento de qualidade no cozinhar.

Pudemos observar alguns exemplos de como a revista *Casa e Jardim* veiculava discursos que conferiam importância ao investimento das donas de casa na imagem da **cozinheira prendada**, por meio da incorporação dos eletrodomésticos em suas práticas culinárias. O periódico insistia nesse assunto fazendo uso do recurso da intertextualidade, repetindo o tema em anúncios publicitários, reportagens, crônicas e manuais de uso publicados em suas páginas.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A interpretação dos possíveis significados dos artefatos contribui não apenas para a sua compreensão, mas, também, para o entendimento do contexto no qual estão inseridos e dos pensamentos que as pessoas trazem sobre o mundo. Procuramos refletir, ao longo deste capítulo, sobre os significados atribuídos às práticas de cozinhar em torno do fogão a gás e de como a incorporação deste artefato às rotinas das donas de casa envolvia tanto questões práticas quanto simbólicas.

No final do século XIX, as cozinheiras que sabiam usar e administrar o fogão a lenha eram conhecidas como **cozinheiras de forno e fogão**. Logo, o domínio deste artefato doméstico garantia às cozinheiras um status diferenciado. De uma maneira semelhante, no Brasil dos anos 1950 e 1960, a relação da figura da dona de casa com as tecnologias do lar, especialmente com o fogão a gás, vinha acompanhada de associações simbólicas com a noção de modernidade. Sendo assim, o uso do fogão a gás contribuía para que as mulheres se autopercebessem como **donas de casa modernas**, o que também lhes conferia uma identidade social diferenciada. Além disso, segundo os discursos de *Casa e Jardim*, ao se apropriarem das práticas domésticas relacionadas ao fogão a gás, as donas de casa também estariam proporcionando mais prazer, saúde e bem-estar à sua família, constituindo-se, assim, em **cozinheiras prendadas, mães atenciosas e esposas dedicadas**.

## REFERÊNCIAS

- A FEIRA do conforto. **Casa e Jardim**, São Paulo, n. 64, p. 47, maio 1960.
- ALGUNS tipos de fogões modernos. **Casa e Jardim**, n. 64, p. 86-87, maio 1960.
- BARBOSA, L. Cultura, consumo e identidade: limpeza e poluição na sociedade brasileira contemporânea. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. São Paulo: FGV, 2006. p. 107-138.
- BARROS, L. R. M. **A cor no processo criativo**: um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe. São Paulo: Senac, 2006.
- CARVALHO, V. C. de. **Gênero e artefato**: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material. São Paulo: Edusp, 2008.
- CASTRO, H. Fogões modernos. **Casa e Jardim**, São Paulo, n. 64, p. 83-87, maio 1960.

- GRAHAM, S. L. **Proteção e obediência**: criadas e seus patrões no Rio de Janeiro, 1860-1910. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- HOLLOWS, J. **Domestic cultures**. Maidenhead: Open University Press, 2008.
- MADAMA X assume o comando da cozinha. Casa e Jardim. São Paulo. **Ed. Globo**, n. 7, p. 54-55, mar./abr. 1954.
- MEDEIROS, E. B. Você precisa recriar-se. **Casa e Jardim**, São Paulo, n. 67, p. 8-11, ago. 1960.
- MELLO, J. M. C. de; NOVAIS, F. A. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, L. M. (Org.). **História da vida privada no Brasil, 4**: contrastes da intimidade contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 559-658. Disponível em: <https://csociais.files.wordpress.com/2015/03/mello-joc3a3o-m-c-e-novais.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- MILLER, D. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- NO REINO da cozinha. Casa e Jardim. São Paulo. **Ed. Globo**, n. 145, p. 47, fev. 1967.
- O PROGRAMA de maior audiência entre as donas de casa é visto nesta tela: anúncio publicitário da Wallig. **Casa e Jardim**, São Paulo, n. 163, p. 78, ago. 1968.
- PINSKY, C. B. A era dos modelos rígidos: mulher em revista. In: PINSKY, C. B.; PEDRO, J. M. (Org.). **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012. p. 469-512.
- PINSKY, C. B. Mulheres dos anos dourados. In: DEL PRIORE, M.; PINSKY, C. B. (Org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997. p. 607-639.
- SANTOS, M. R. dos. Design e cultura: os artefatos como mediadores de valores e práticas sociais. In: QUELUZ, M. L. P. (Org.). **Design & cultura**. Curitiba: Sol, 2005. p. 13-32.
- SANTOS, M. R. dos. **O design pop no Brasil dos anos 1970**: domesticidades e relações de gênero na revista Casa e Jardim. 2010. 312 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/93961>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- SILVA, J. L. M. da. **Cozinha modelo**: o impacto do gás e da eletricidade na casa paulistana. São Paulo: Edusp, 2008.
- STALLYBRASS, Peter. O Casaco de Marx: roupas, memória, dor. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- TAMBÉM do estômago depende o amor do marido. Casa e Jardim. São Paulo. **Ed. Globo**, n. 7, p. 56-58, mar./abr. 1954.
- VIDA nova com o fogão a gás Brastemp Imperador: o mais perfeito e luxuoso fogão produzido no Brasil: anúncio publicitário da Brastemp. Casa e Jardim. São Paulo. **Ed. Globo**, n. 70, p. 54-55, nov. 1960.





**REPRESENTAÇÕES DE  
GÊNERO NOS ESPAÇOS DA  
CASACOR SÃO PAULO 2012:  
PERMANÊNCIAS E TENSÕES**

Cláudia Regina Hasegawa Zacar  
Marinês Ribeiro dos Santos  
Ronaldo de Oliveira Corrêa



## INTRODUÇÃO

Neste texto, temos por objetivo discutir como o design de interiores domésticos tem dialogado com modelos de masculinidades e feminilidades no Brasil recente. Para tanto, analisamos as imagens de dois espaços da CASACOR São Paulo de 2012: a **suíte da menina** e a **suíte do menino**.

A CASACOR São Paulo é uma mostra de arquitetura, decoração e paisagismo, que ocorre anualmente, desde 1987. A cada edição é exposta uma série de propostas de decoração para diferentes ambientes, comerciais e domésticos, projetadas por diversos profissionais da área (arquitetos/as e decoradores/as). É apresentada como a mais completa mostra do setor nas Américas (DERENZE, 2013)

Com este estudo, procuramos identificar algumas das estratégias utilizadas para a materialização de diferenças culturalmente construídas entre modelos de masculinidade e feminilidade, por meio do design de interiores domésticos. Partimos do pressuposto de que a CASACOR São Paulo atua no sentido de divulgar estilos de vida<sup>1</sup> específicos, desempenhando um papel de mediação cultural de normas que orientam gostos, valores e comportamentos associados às identidades de gênero nos interiores domésticos.

Neste texto, assumimos que os ambientes expostos na CASACOR São Paulo, considerando os artefatos (móveis, eletrodomésticos e objetos decorativos) e a maneira como são arranjados nesses espaços, caracterizam-se como **práticas discursivas**, que participam da construção de identidades de gênero.

Ao tratar esses espaços como práticas discursivas, queremos salientar o conjunto de "(...) enunciados, termos, categorias e crenças" (SCOTT, 1999, p. 205-206), que é historicamente e socialmente construído. Esses enunciados, valores e crenças são expressos nas (e pelas) organizações, instituições e relações sociais, e se materializam nos artefatos e em seus arranjos. Adotamos, aqui, o conceito de Hall (1997a, p. 29), que entende que o termo **discurso** "(...) refere-se tanto à produção de conhecimento através da linguagem e da representação, quanto ao modo como o conhecimento é institucionalizado, modelando práticas sociais e pondo novas práticas em funcionamento".

---

1 Na perspectiva de Bourdieu (1983), a ideia de estilo de vida diz respeito aos diferentes sistemas de preferências distintivas, associados às diferentes posições no espaço social. Caracteriza-se, assim, como a "(...) expressão sistemática das condições de existência" (BOURDIEU, 1983, p. 82), na qual se inscrevem distinções simbólicas.

Para esclarecer essa definição de discurso, é preciso considerar o conceito de **representação**. De acordo com Hall (1997b), representação diz respeito ao processo por meio do qual os membros de uma determinada cultura utilizam a linguagem para produzir significado. A **linguagem**, por sua vez, abrange qualquer sistema mediante o qual se constroem significados e se organizam as práticas sociais, e por meio do qual as pessoas representam e compreendem o mundo – inclusive em relação a quem são e a como se relacionam com as outras pessoas (SCOTT, 1999).

Por esta perspectiva, entendemos que os significados não são inerentes às coisas, não havendo uma correspondência essencial entre a linguagem e o mundo (SCOTT, 1999). Assumimos, portanto, que os significados são construídos socialmente por meio das linguagens e práticas de representação, que articulam as materialidades com os sistemas culturais (HALL, 1997a; SANTOS, 2010).

Isso posto, reforçamos a perspectiva aqui adotada, de que os espaços da CASACOR São Paulo se constituem como práticas discursivas, materializadas em representações, que constroem significados e modelam práticas sociais relacionadas às identidades de gênero.

Ao materializar os significados atribuídos ao mundo e a nós mesmos, as representações se tornam relevantes para discutir a questão das identidades. Como argumenta Hall (2000), é por meio das representações que as identidades são assumidas, atribuídas ou negadas. O autor caracteriza as **identidades** como pontos de apego temporário a posições de sujeito culturalmente constituídas, com as quais os indivíduos se identificam, e a partir das quais compreendem o mundo e se relacionam com os demais (HALL, 1997a). Assim, entendemos que as identidades são construídas por meio da cultura<sup>2</sup>, em determinados contextos sociais e históricos e que, portanto, não são absolutas, naturais ou imutáveis.

As identidades são constituídas em processo, a partir da articulação de categorias como classe, etnia, sexualidade e gênero. Como anteriormente explicitado, nosso foco recai sobre as identidades de gênero.

Para compreender esse conceito, recorreremos à abordagem de Butler (2013b). De acordo com a autora, o **gênero** se caracteriza como um conjunto de práticas discursivas e reguladoras, que são historicamente construídas

---

2 Para Hall (1997b), a cultura pode ser compreendida como um conjunto de valores ou significados socialmente construídos e partilhados.

com base na diferenciação entre os sexos<sup>3</sup>. Essas práticas atuam de forma performativa, por meio de constantes citações<sup>4</sup> a partir das quais se constituem as noções de gênero. Como argumenta Butler (2013a, p. 154):

(...) a performatividade deve ser compreendida não como um 'ato' singular ou deliberado, mas, ao invés disso, como a prática reiterativa e citacional pela qual o discurso produz os efeitos que ele nomeia. (...) As normas regulatórias do 'sexo' trabalham de uma forma performativa para constituir a materialidade dos corpos e, mais especificamente, para materializar o sexo do corpo, para materializar a diferença sexual a serviço da consolidação do imperativo heterossexual.

Butler (2013b) declara, portanto, que os corpos sexuados são constituídos no ato da descrição. Assim, quando mesmo antes do nascimento a criança é nomeada como **menina** ou **menino**, atribui-se àquele corpo um sexo e um gênero que não existem antes ou fora do discurso. A partir desta interpelação, inicia-se o processo de **tornar-se menina** ou **tornar-se menino**, processo este baseado em diferenças culturalmente constituídas entre homens e mulheres (SALIH, 2013). O discurso centrado nessas diferenças vai sendo reforçado ou contestado, ao longo da vida, por diferentes instituições e autoridades (BUTLER, 2013a), tais como família, escola, igreja, instituições legais e médicas (LOURO, 2008).

Scott (1995) chama a atenção para o fato de que as diferenças entre homens e mulheres têm sido constituídas em representações binárias de gênero, que procuram marcar o **masculino** e o **feminino** como opostos. Nesta visão dicotômica, a posição que emerge como central e dominante se torna normativa, onipresente, presumida. Com isso, paradoxalmente, a norma se torna invisível, naturalizada (SCOTT, 1995; LOURO, 2008). Como argumenta Louro (2006), a posição central, que serve de referência para as demais, tem sido ocupada historicamente "(...) pelo homem branco ocidental, heterossexual e de classe média urbana".

Entendemos que as **identidades de gênero** são constituídas em relação a essa posição central, como construções culturais decorrentes de um processo contínuo de resistência e acomodação às representações de gê-

---

3 Butler (2013b, p. 25, grifo nosso) questiona o caráter pré-discursivo do sexo, indicando que: "(...) talvez o próprio constructo chamado '**sexo**' seja tão culturalmente construído quanto o gênero; a rigor, talvez o sexo sempre tenha sido o gênero, de tal forma que a distinção entre sexo e gênero revela-se absolutamente nenhuma".

4 **Citar** remete a trazer à mente, mencionar, referir-se a. Segundo Salih (2013, p. 127), Butler utiliza o conceito de **citação** de Derrida "(...)" para descrever as formas pelas quais normas ontológicas são empregadas no discurso, algumas vezes de modo forçado, outras não".

nero. Como indica Louro (2013), as relações de poder marcam e atravessam as formas pelas quais as identidades se representam ou são representadas, bem como os significados que são atribuídos às suas experiências e práticas. Com isso, estabelecem-se relações hierarquizadas e, portanto, desiguais.

De acordo com o sugerido por Scott (1999), partimos do princípio de que o estudo das representações de gênero permite analisar como alguns significados se tornam normativos, como esses significados mudam ao longo do tempo e como esses processos revelam disputas de poder. Para a autora, é fundamental que se busque desconstruir a noção de fixidez e atemporalidade atribuída às representações binárias de gênero, discutindo como a oposição **mulher/homem** é contextualmente definida, reiterada e contestada (SCOTT, 1995).

As representações de gênero se fazem presentes nos mais diferentes âmbitos, incluindo aquele dos ambientes domésticos. Assim, argumentamos que nos espaços da CASACOR São Paulo encontram-se materializados modelos de feminilidade e masculinidade, valores e crenças que são capazes de produzir, reproduzir ou contestar diferenças de gênero (SANTOS, 2010). Na próxima seção, apresentamos o evento CASACOR São Paulo, discorrendo sobre sua constituição, objetivos e direcionamentos.

## A CASACOR SÃO PAULO

A CASACOR São Paulo teve sua primeira edição no ano de 1987. Atualmente faz parte do grupo Abril<sup>5</sup>, é apresentada como a maior mostra de arquitetura, decoração e paisagismo das Américas, e tem expectativa anual de visitantes de 100 mil pessoas (EDITORA ABRIL, 2015).

De acordo com Cardoso (2008), os eventos de design e decoração remontam à Europa do final do século XVIII, período em que começam a proliferar, nos grandes centros urbanos, uma série de entretenimentos públicos, como circos, teatros, festas populares e exposições de tipos variados. Exposições específicas para produtos industriais foram realizadas em vários países, com o intuito de divulgar a produção industrial, fortalecer a identidade nacional e promover o aperfeiçoamento das manufaturas. Além disso, esses eventos tinham o objetivo de educar os/as visitantes com relação à indústria,

---

5 O Grupo Abril é um dos maiores grupos de comunicação, educação e logística da América Latina.

ao trabalho, à prosperidade, ao poder nacional, entre outras noções caras ao Estado. As exposições ajudaram ainda a estabelecer e a consolidar padrões de comportamento típicos dos/as consumidores/as na modernidade, ao reunir e dispor, de maneira muito acessível, uma grande quantidade de produtos. Dessa forma, aproximavam-se “(...) do espetáculo e do hábito moderno de olhar como forma de consumir” (CARDOSO, 2008, p. 91).

As exposições se intensificaram ao longo dos séculos XIX e XX, e foram se tornando cada vez mais diversificadas e especializadas. No âmbito do design, a rotina de exposições se consolidou por meio de eventos como *Britain Can Make it*, realizado em 1946 pelo Council of Industrial Design do Reino Unido, com o objetivo de educar empresários e o público em geral com relação ao valor do design (MATOS; RANGEL, 2008).

Atualmente, observa-se a presença de uma série de mídias voltadas aos objetos para a casa e à decoração: revistas (como *Casa e Jardim*, *Casa Vogue*, *Arquitetura & Decoração*, entre outras), programas de televisão (notadamente os do tipo **antes e depois**, de transformação de ambientes domésticos) (GUIMARÃES, 2010) e eventos como feiras, salões e exposições. Dentre os últimos, destacam-se eventos internacionais como o *isaloni* (Itália) e o *Maison & Objet* (França), e nacionais, como a *House & Gift*, a *Paralela Gift* e a própria CASACOR.

A CASACOR tem um foco comercial bastante claro, com ênfase na divulgação do trabalho dos profissionais envolvidos e dos produtos e marcas das empresas parceiras. A empresa CASACOR tem sistematicamente estabelecido acordos de patrocínio, apoio e participação com empresas de diferentes setores, como o de eletrodomésticos, o de louças e material sanitário e o de mobiliário, entre outros.

Outra relação fundamental é com os profissionais da área, arquitetos/as e decoradores/as, que pagam para expor seus trabalhos no evento. A importância dessa relação é salientada pelo presidente da CASACOR: “Nosso principal legado é a valorização dos profissionais. É trazer novos valores, requinte e bom gosto para a vida das pessoas” (DERENZE, 2013, p. 22).

No último trecho, notamos ainda o foco prescritivo da CASACOR, que teria como função social disseminar determinados valores e padrões ao público em geral. Conforme argumenta Attfield (2000), historicamente muitos textos, exposições e exibições, têm sido direcionados a ensinar o público a

apreciar e a entender as qualidades visuais dos objetos de **bom design**<sup>6</sup>. Considerando ainda essa função **educativa**, Derenze (OS AMBIENTES..., 2014) declarou, em recente entrevista, o desejo de, por meio do evento, “(...) democratizar a arquitetura e a decoração”.

Gostaríamos de argumentar, porém, que o evento e a revista da CASACOR são voltados primordialmente para os consumidores de alto poder aquisitivo, contribuindo para o estabelecimento de padrões de decoração residencial e de estilo de vida relativos a esse grupo. Segundo dados divulgados em 2015, 50% do público visitante pertence à classe A e 43% à classe B, com renda média de 8,5 mil reais por mês (EDITORA ABRIL, 2015). Nota-se o direcionamento a esse público ao analisar os espaços apresentados, geralmente amplos e repletos de móveis e eletrodomésticos de marcas consideradas de alto padrão, comumente de alto custo. Além disso, o acesso ao evento e à revista também apresenta custo relativamente alto: o ingresso no evento em São Paulo, na edição de 2014, custava entre 45 e 57 reais (BESSI; BIANCHI; DUARTE, 2014), e o valor para a aquisição da revista era de 39 reais.

Ressaltamos que além do público visitante, a mostra atinge um contingente mais amplo de pessoas por meio da ampla divulgação feita pela imprensa por meio de reportagens em telejornais, websites e mídia impressa. Segundo a Editora Abril (2015), a CASACOR apresenta um retorno de 40 milhões de reais em mídia espontânea, o que leva a crer que é significativo o poder de influência do evento no cenário nacional.

## REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO NA CASACOR SÃO PAULO

Para iniciar a discussão sobre as representações de gênero na CASACOR São Paulo, selecionamos dois ambientes para serem aqui brevemente analisados: **suíte da menina** e **suíte do menino**, ambos apresentados na mostra de 2012. O enfoque em dormitórios infantis foi direcionado pelo próprio conjunto de ambientes apresentados na CASACOR São Paulo, que geralmente traz representações de gênero mais evidentes nos espaços privados voltados às crianças e aos jovens. É comum que os quartos para os adultos

---

6 Como indica Forty (2007), a ideia de **bom design** prevaleceu nas discussões sobre a disciplina até os anos 1970. Essa ideia remonta ao movimento de reforma do design, da Inglaterra da metade do século XIX, e ao Deutsche Werkbund, da Alemanha do começo do século XX. Segundo o autor, o **mau design** era encarado como um desperdício de materiais e de trabalho, e era tido como uma ameaça à moral pública e à cultura, de forma geral.



sejam caracterizados como **do casal**, e que os demais ambientes da casa, como salas, cozinhas e banheiros, sejam voltados à **família**. Notamos que o evento privilegia, de forma geral, o modelo de família nuclear, branca e de classe média alta, formada a partir de um casal heterossexual<sup>7</sup>.

Vale ressaltar que os espaços aqui descritos não são ambientes domésticos, mas representações destes, e que foram projetadas para “usuários imaginados” (FALLAN, 2008, p. 63), e não para indivíduos ou grupos concretos.

As análises apresentadas a seguir foram feitas a partir de fotografias dos espaços selecionados, veiculadas em notícias de portais *online* que trataram sobre a mostra.

Observamos que as imagens referentes aos dois ambientes foram produzidas de forma a conferir uma ilusão de profundidade, fazendo com que se aproximem da visão natural. Este tipo de foco permite que o/a leitor/a visualize os produtos que estão ao fundo, preservando uma nitidez similar em todos os planos da imagem. Com o intuito de permitir a melhor visualização do conjunto de elementos presentes em cada ambiente, os enquadramentos tendem a ser mais abertos.

Em ambos os casos, a iluminação mais difusa favorece a generalização dos espaços (JOLY, 2012). Este tipo de iluminação é recorrente em outros ambientes expostos na CASACOR, conferindo uma atmosfera similar e certa sensação de continuidade entre os diferentes espaços.

As suítes **da menina** e **do menino** foram projetadas a partir de uma visão idealizada de infância, caracterizada como um período apartado da vida adulta. Conforme argumenta Forty (2007), essa concepção de infância como um estado privilegiado, de inocência, ingenuidade e virtude, se constrói a partir do século XVI e se intensifica ao longo dos séculos XVIII e XIX. Essa visão começa a ser materializada nos artefatos e na organização dos espaços destinados às crianças, que passam a apresentar formas e aparências específicas, marcadas, por exemplo, pela aplicação de imagens de animais e cores julgadas mais adequadas. Essas adaptações são realizadas com especial cuidado, dada a crença de que as crianças são especialmente suscetíveis ao ambiente e que, para que tenham o apropriado treinamento físico e moral, devem crescer cercadas de coisas **bonitas e úteis** (FORTY, 2007).

---

7 Devido ao recorte definido para este capítulo, não discutiremos com profundidade o modelo de casal e família apresentado na CASACOR São Paulo.

A **suíte da menina** (Figuras 1 e 2 e Fotografia 1), projetada pelo arquiteto Luis Pedro Scalise em parceria com a empresa Disney, faz referência à animação *Valente*<sup>8</sup>, que estreou nos cinemas brasileiros no ano de 2012 (REVISTA DO ZAP, 2012).

A influência do cinema norte-americano na decoração de interiores brasileiros remonta aos anos de 1920, período em que os Estados Unidos passaram a se destacar no cenário mundial como “(...) a terra do dinheiro fácil, de homens vigorosos e da ilusão consumista” (MAUAD, 2005, p. 161). O *american way of life* passou então a ser exportado para o mundo, por meio dos automóveis e das fitas de Hollywood. Com isso, a imagem proveniente do cinema norte-americano passou a influenciar, em terras brasileiras, o comportamento, a forma de vestir, os cortes de cabelo e a configuração dos espaços públicos e privados (MAUAD, 2005).



Figura 1 – Suíte da menina, CASACOR São Paulo 2012

Fonte: BESSI, Bruna. Conheça 49 ambientes da Casa Cor SP. Delas, iG, 29 maio 2012. Disponível em: <https://delas.ig.com.br/casa/decoracao/2012-05-29/conheca-43-ambientes-da-casa-cor-sp.html>. Acesso em: 05 jun. 2019.

---

8 O longa-metragem, dirigido por Mark Andrews e Brenda Chapman e produzido pela Pixar Animation Studios, é ambientado na Escócia medieval e narra a história da jovem princesa Merida, que foi criada para ser a futura rainha. A personagem, porém, não demonstra **vocaçã**o para o cargo, preferindo cavalgar e praticar tiro ao alvo com seu arco. A trama gira em torno da relação de conflito e reconciliação entre Merida e sua mãe, Elinor. O conflito entre elas se acirra quando uma competição é organizada para escolher o futuro marido de Merida. Como o torneio é voltado aos **primogênitos dos clãs**, ela decide que pode participar também, lutando pelo direito de não se casar. Merida vence a competição, e sua mãe fica ultrajada, já que entende que a rebeldia da filha pode iniciar uma guerra entre os clãs. Merida então recorre a uma bruxa, e pede um feitiço que faça Elinor **mudar**. O feitiço transforma a mãe em um urso, e Merida precisa agir para reverter essa situação e evitar a guerra (BREDER, 2013).



Figura 2 – Detalhes da suíte da menina, CASACOR São Paulo 2012

Fonte: BESSI, Bruna. Conheça 49 ambientes da Casa Cor SP. Delas, iG, 29 maio 2012. Disponível em: <https://delas.ig.com.br/casa/decoracao/2012-05-29/conheca-43-ambientes-da-casa-cor-sp.html>. Acesso em: 05 jun. 2019.



Fotografia 1 – A suíte da menina, criada por Luis Pedro Scalise, é um verdadeiro aposento de um castelo de conto de fadas

Fonte: Kuwabara (2012).

A heroína do filme *Valente*, Merida, foi aclamada como a **primeira princesa feminista** – uma guerreira rebelde, que subverte regras em busca da independência, não se importa com a própria aparência e não fica à espera do príncipe encantado (BREder, 2013). A suíte foi pensada para remeter à Escócia (local onde se desenrola a trama), e traz referências à cultura celta e ao período medieval (REVISTA DO ZAP, 2012).

A iluminação é promovida por diferentes pontos de luz, que incluem **tochas** e um suntuoso lustre. O lustre está instalado na grande estrutura localizada no centro do quarto, um gazebo de ferro, dentro do qual se encontra uma mesa posta para o chá. A mesa cheia de doces aparece cercada

de bichos de pelúcia (ovelhas e esquilos). As colchas, almofadas e cortinas são feitas de veludo em tons de verde, cor que predomina no ambiente. Ao fundo, há uma grande tela de televisão, e uma estante com livros. Ao lado da cama, nota-se a representação de uma árvore, na qual encontra-se fixado um alvo acertado por duas flechas. Num canto do quarto, selas de cavalo fazem as vezes de assento.

A **suíte do menino** (Figuras 3 e 4), dos arquitetos Gerson Dutra de Sá e Ana Lucia Salama, tem inspiração nos esportes e na ação. As paredes são decoradas com imagens em grandes dimensões: a personagem dos quadrinhos Hulk, representada em um dos seus acessos de fúria, e fotografias de Anderson Silva, conhecido lutador brasileiro de *mixed martial arts* (MMA), em alguns de seus combates. Em um dos cantos do cômodo, há um tatame azul no piso, e um saco de pancadas pendendo do teto. Ao lado, encontra-se uma bicicleta e uma grande bola de futebol. Bolas utilizadas em outros esportes (como basquete e vôlei) são contidas por uma rede presa ao teto. Há uma enorme raquete de tênis em cima da cama, e um par de halteres nas proximidades.

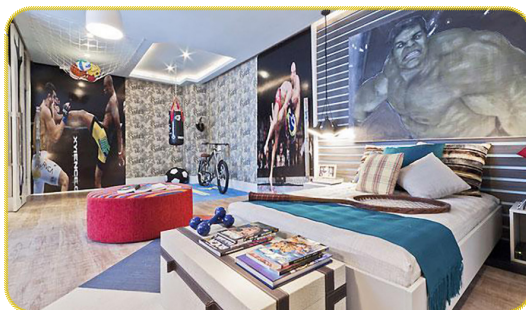


Figura 3 – Suíte do menino – Casa Cor SP 2012 – Gerson Dutra e Ana Lucia  
Fonte: Medeiros (2012).



Figura 4 – Detalhe da suíte do menino, CASACOR São Paulo 2012  
Fonte: BESSI, Bruna. Conheça 49 ambientes da Casa Cor SP. Delas, iG, 29 maio 2012. Disponível em: <https://delas.ig.com.br/casa/decoracao/2012-05-29/conheca-43-ambientes-da-casa-cor-sp.html>. Acesso em: 05 jun. 2019.

As cores que predominam nas paredes, no piso e no forro são o branco e o marrom, que contrastam com um pufe avermelhado posicionado no centro do cômodo. Nos demais móveis, as cores mais presentes são o azul e, em menor escala, o amarelo. A porta do armário é coberta por um grande espelho. Livros se espalham pelas prateleiras e em cima da escrivaninha, na qual se destaca um globo terrestre cromado. Miniaturas de automóveis também decoram as prateleiras.

Notamos que os dois ambientes tendem a marcar diferenças entre a **menina** e o **menino** a partir de representações binárias de **feminilidade** e **masculinidade**.

Na **suíte da menina**, destacam-se elementos rebuscados e delicados. A associação do **feminino** com as formas orgânicas e rebuscadas é comum, e essas são geralmente relacionadas à natureza, fertilidade, sensualidade e sedução (FRANÇA, 2011; SILVA, 2010). O grande gazebo central deixa pouco espaço para a movimentação no ambiente, remetendo a um comportamento mais passivo, de movimentos mais restritos.

Os únicos brinquedos identificáveis são bichos de pelúcia, que de maneira geral direcionam para brincadeiras mais contidas, como o brincar de servir chá, sugerido pela mesa cheia de quitutes. Não é incomum que os brinquedos **femininos** apresentem menor mobilidade e possibilidades de ação, conforme argumentam Caldas-Coulthard e Van Leeuwen (2004).

Já a **suíte do menino** remete diretamente aos movimentos mais amplos e à velocidade, o que podemos perceber por meio das inúmeras referências aos esportes. Os brinquedos para meninos geralmente remetem à ação, risco e poder (CALDAS-COULTHARD; VAN LEEUWEN, 2004). Esse padrão é mantido por meio das escolhas dos artefatos que compõem o espaço. As imagens selecionadas para decorar as paredes são de figuras agressivas. A referência à força e à violência também se nota pela presença do saco de pancadas, que ganha ares de brinquedo. A recorrente associação da **masculinidade** com a violência (WELZER-LANG, 2001) é, dessa forma, reafirmada.

Os carrinhos, brinquedos tradicionalmente considerados **de menino**, também marcam sua presença. Os livros e o globo terrestre remetem a outras características frequentemente associadas ao **masculino**, a racionalidade e o conhecimento (CARVALHO; TORTATO, 2009). O globo pode também ser relacionado a uma ideia de cosmopolitismo e aventura, de **desbravamento** do mundo.



Nota-se a predominância de planos geométricos nas paredes, no tapete e na configuração dos móveis. As formas retilíneas e geométricas são comumente associadas ao **masculino**, na busca por uma aparência funcional e objetiva (FRANÇA, 2011; SILVA, 2010).

Percebe-se que os dois espaços analisados apresentam, de forma bastante marcada, diferenças entre os tipos de objetos, arranjos, iluminação, formas e cores utilizados para os dormitórios da **menina** e do **menino**.

Scott (1999, p. 207) define diferença como a "(...) noção de que o significado é construído através do contraste, implícito ou explícito (...), com a ideia de que uma definição positiva se apoia na negação ou repressão de algo que se representa como antitético a ela". A diferença é, portanto, estabelecida a partir de um determinado lugar que é tomando como referência. Conforme já exposto, em nossa sociedade, a referência tem sido o homem branco e heterossexual, o que implica em nomear como **diferentes** todas aquelas e todos aqueles que não compartilham desses atributos (LOURO, 1997).

Scott (1999) indica que a oposição binária entre **masculino** e **feminino** se apoia na diferença sexual, que serve para estabelecer e naturalizar significados que não estão relacionados com o corpo. Assim, o **masculino** é associado a termos como: racionalidade, universalidade, neutralidade, iniciativa, dinamismo, controle, cultura, força e virilidade. Já o **feminino** é ligado a termos como: sensibilidade, emoção, passividade, descontrole, natureza, doçura, beleza, fertilidade e delicadeza (CARVALHO; TORTATO, 2009; FRANÇA, 2011; FUNCK, 2004).

Para Scott (1999), esses significados se vinculam às representações que, por sua vez, definem as formas de organização e compreensão das relações entre homens e mulheres. Assim, as diferenças socialmente construídas e materializadas nas representações podem ser utilizadas para explicar, justificar, legitimar e naturalizar desigualdades estabelecidas nas relações de gênero.

Notamos que a manutenção da oposição binária entre **masculino** e **feminino** tem sido recorrente nas representações de interiores domésticos. Santos (2010), ao analisar um artigo veiculado na revista *Casa e Jardim* de março de 1966, argumenta que os dormitórios infantis ali apresentados evidenciam esse binarismo, assumindo as características do **menino** e da **menina** como naturais e universais. Funck (2004, p. 162), ao analisar quartos de crianças de oito anos, apresentados em um artigo veiculado pela revista *Casa Cláudia* de janeiro de 1996, conclui que: "(...) o imaginário de gênero no que

diz respeito à decoração de espaços domésticos ainda está informado por diferenças sócio-culturais que veem o feminino como dócil, macio e contido, enquanto que o masculino prima pela exterioridade e pelo movimento”.

Gostaríamos de enfatizar que, apesar das diferenças marcadas entre o **menino** e a **menina** nos dois espaços aqui analisados, é possível vislumbrar também alguns deslocamentos.

No **quarto do menino**, podemos indicar uma possível sugestão de vaidade por parte do **menino**, considerando o grande espelho localizado na porta do armário.

A **suíte da menina**, por ter sido inspirada por uma heroína que foge ao padrão de princesa indefesa, traz elementos como os bancos em forma de sela e o alvo acertado por flechas, que podem ser associados a ações consideradas comumente como **masculinas**, como a caça e a batalha. A clara referência aos contos de fada denota uma relação com o universo do sonho, do devaneio. Dessa forma, o espaço se afasta da comum associação entre os brinquedos **femininos** e o **mundo real** de funções e atividades domésticas (CALDAS-COULTHARD; VAN LEEUWEN, 2004). O pouco espaço livre deixado pelo gazebo central, que pode ser entendido como uma forma de direcionar a um comportamento mais passivo, pode, por outro lado, ser também interpretado como um tipo de desafio, que poderia levar a movimentos mais hábeis e complexos.

Nota-se que os deslocamentos presentes na **suíte da menina** são mais radicais do que aqueles presentes na **suíte do menino**. É de supor que uma das explicações possíveis para isso recai nas posições que cabem ao **menino** e à **menina** em relação ao centro, ao lugar de referência. À **menina**, por distanciar-se da posição central ocupada pelo homem heterossexual e, portanto, já ser marcada como diferente em relação a esta referência, parece ser mais viável a realização desses trânsitos.

A existência desses deslocamentos indica mudanças que vêm ocorrendo na sociedade brasileira, em que os valores comumente associados ao **masculino** e ao **feminino** estão sendo tensionados. Essas mudanças podem ser encaradas, ao menos em parte, como resultados dos movimentos sociais que ganharam visibilidade a partir da década de 1960, notadamente o movimento feminista e o movimento gay.

Nesse processo de mudança, verifica-se a alteração de certos valores e comportamentos, paralela à manutenção de outros. Para Torrão Filho (2005), o que se caracteriza hoje como uma emancipação de mulheres e homens diz

respeito apenas à liberação parcial de alguns aspectos tidos como **masculinos** para as mulheres (como trabalho e produção científica) e de alguns aspectos considerados **femininos** para os homens (como afeto e cuidados da casa). Podemos considerar, em certa medida, que se trata de um ainda tímido processo de **hibridação restrita**, conceito usado por Canclini (2003)<sup>9</sup> para tratar das identidades transculturais. Este processo diz respeito à incorporação parcial de alguns elementos de diferentes posições de sujeito, caracterizando uma "(...) variabilidade de regimes de pertença" que desafia dicotomias e binarismos (CANCLINI, 2003, p. xxxiii).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procuramos analisar, neste texto, algumas representações de gênero presentes em dois ambientes expostos na CASACOR São Paulo 2012. De forma geral, notamos que os espaços analisados tendem à manutenção de estereótipos relacionados a feminilidades e masculinidades – a **suíte do menino** evoca a ação, a violência e a competição, enquanto a **suíte da menina** remete à passividade e ao devaneio. Identificamos também alguns deslocamentos, notadamente no caso da **suíte da menina**.

Sugerimos, portanto, que diferenças entre meninos e meninas, que são culturalmente construídas, são materializadas por meio do design de interiores domésticos. Como procuramos argumentar, a construção dessas diferenças está relacionada à persistência de uma visão essencialista de gênero, centrada em características entendidas como **naturais** inerentes ao **homem** e à **mulher**. De acordo com Scott (2000), essas diferenças, ao serem naturalizadas, podem ser utilizadas para explicar, justificar e legitimar relações hierarquizadas.

Acreditamos que a explicitação do caráter construído das diferenças de gênero é fundamental para desconstruir o binarismo **mulher/homem**, problematizando, historicizando e desnaturalizando essas categorias, bem como sua pretensa unidade interna (SCOTT, 2000). Para Louro (1997), a desconstrução dessa oposição binária possibilita o entendimento e a inclusão de masculinidades e feminilidades para além dos modelos hegemônicos.

---

<sup>9</sup> Canclini (2003) apresenta esse conceito ao tratar das culturas ocidentais no contexto do final do século XX, momento em que se intensifica o processo de globalização, caracterizado pelos fluxos migratórios e pelo intercâmbio econômico e comunicacional.



Além disso, Scott (2000, p. 222) argumenta que essa desconstrução permite desmascarar relações de poder, concluindo que “(...) o poder se constrói *no*, e portanto deve ser questionado *desde*, o âmbito da diferença”. A partir dessa perspectiva, procuramos argumentar que a explicitação das diferenças construídas para meninos e meninas, materializadas por meio do design de interiores domésticos, permite evidenciar a manutenção e considerar possibilidades de desestabilização de assimetrias de gênero.

Gostaríamos de lembrar que a categoria de gênero é atravessada por outros marcadores sociais, que são também constituídos por meio dos discursos, materialidades e práticas, tais como: classe social, geração, raça, etnia e sexo (BUTLER, 2013b).

Com relação à questão geracional, consideramos que estudos sobre as representações de gênero em artefatos e espaços voltados ao público infantil são especialmente interessantes, pois explicitam formas pelas quais os marcadores das identidades de gênero começam a ser constituídas até mesmo antes do nascimento, a partir da expectativa e planejamento das mães e/ou dos pais.

Neste texto, também não exploramos a fundo as inter-relações da categoria gênero com as de raça, etnia e sexualidade, apesar da sugestão de que os espaços da CASACOR privilegiam o modelo de família nuclear, branca e formada a partir de um casal heterossexual.

Como limitações deste texto, gostaríamos de ressaltar que as análises apresentadas carecem de uma problematização mais consistente, no sentido de mapear o contexto histórico, social, cultural e político no qual se inscreve a constituição das representações de gênero nos espaços da CASACOR São Paulo. Indicamos ainda que, a partir dessa amostra restrita, não se torna possível fazer generalizações acerca das identidades de gênero que têm sido construídas pelos ambientes apresentados no evento.

Apesar dessas limitações, acreditamos que as análises aqui apresentadas indicam ser possível problematizar representações de gênero a partir dos ambientes expostos na CASACOR São Paulo. Consideramos que o design, enquanto atividade diretamente envolvida no planejamento e desenvolvimento de interiores domésticos, pode contribuir para reforçar ou questionar valores e normas associados à construção das diferenças de gênero.

## REFERÊNCIAS

- ATTFIELD, J. **Wild things**: the material culture of everyday life. New York: Berg Publishers, 2000.
- BESSI, B.; BIANCHI, J.; DUARTE, J. **CASACOR** São Paulo 2014 tem ambientes com muita madeira e cores terrosas. 2014. Disponível em: <http://delas.ig.com.br/casa/decoracao/2014-05-27/casa-cor-sao-paulo-2014-tem-ambientes-com-muita-madeira-e-cores-terrosas.html>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- BOURDIEU, P. Gosto de classe e estilo de vida. In: ORTIZ, R. **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983. p. 82-121.
- BREDER, F. C. **Feminismo e príncipes encantados**: a representação feminina nos filmes de princesa da Disney. 74 f. 2013. Monografia (Graduação em Comunicação Social / Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <https://literaturaexpandida.files.wordpress.com/2011/09/feminismo-e-prc3adncipes-encantados-a-representac3a7c3a3o-feminina-nos-filmes-de-princesa-da-disney.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- BUTLER, J. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: LOURO, G. L. (Org.). **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. 3º ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2013a. p. 151-172.
- BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. 6. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013b.
- CALDAS-COULTHARD, C. R.; VAN LEEUWEN, T. Discurso crítico e gênero no mundo infantil: brinquedos e a representação de atores sociais. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 4, p. 11-33, 2004. Disponível em: [http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Linguagem\\_Discurso/article/view/289](http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Linguagem_Discurso/article/view/289). Acesso em: 02 dez. 2018.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2003.
- CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2008.
- CARVALHO, M. G. de; TORTATO, C. S. B. Gênero: considerações sobre o conceito. In: LUZ, N. S. da; CARVALHO, M. G. de; CASAGRANDE, L. S. (Org.). **Construindo a igualdade na diversidade**: gênero e sexualidade na escola. Curitiba: Editora UTFPR, 2009. p. 21-32.
- DERENZE, A. Editorial. In: CASACOR. **CASACOR 2013**. São Paulo: CASACOR Promoções e Comercial LTDA, 2013. p. 22.
- EDITORA ABRIL. **Casa Cor Midia Kit 2015**. São Paulo, 2015. Disponível em: [http://publiabril.abril.com.br/midia\\_kits](http://publiabril.abril.com.br/midia_kits). Acesso em: 09 jun. 2019.
- FALLAN, K. **De-scribing Design**: Appropriating Script Analysis to Design History. *Design Issues*, Cleveland, v. 24, n. 4, p. 61-75, Autumn 2008.
- FORTY, A. **Objetos de desejo**: design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRANÇA, M. S. **Design & cultura**: representações sociais nos frascos de perfume do início do século XXI. 2011. 250 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2011. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1SRDtEjJRUgprHGAp2ZYg6pljw8589Z-a/view>. Acesso em: 02 dez. 2018.

FUNCK, S. B. Anjos e feras no espaço doméstico: decoração para meninas e meninos. In: COSTA, C. de L.; SCHMIDT, S. P. (Org.). **Poéticas e políticas feministas**. Florianópolis: Mulheres, 2004. p. 157-163.

GRUPO ABRIL. *Casa Cor Midia Kit 2017*. São Paulo, 2017. Disponível em: <http://publiabril.abril.com.br/marcas/casacor>. Acesso em: 16 maio 2017.

GUIMARÃES, D. A. de F. **A decoração nas residências de elite**: a produção material e simbólica dos espaços da casa. 2010. 240 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-25022011-094344/pt-br.php>. Acesso em: 02 dez. 2018.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação e Realidade**, v. 22, n. 2, p. 15-46, dez. 1997a. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71361>. Acesso em: 02 dez. 2018.

HALL, S. Quem precisa de identidade? In: SILVA, T. T. da. (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 103-133.

HALL, S. The work of representation. In: HALL, S. (Org.) **Representation**: cultural representation and cultural signifying practices. London: Sage Publications, 1997b. p. 13-74. Disponível em: <https://eclass.aueb.gr/modules/document/file.php/OIK260/S.Hall%2C%20The%20work%20of%20Representation.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2018.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus, 2012.

KUWABARA, K. **A suíte da menina, criada por Luis Pedro Scalise, é um verdadeiro aposento de um castelo de conto de fadas**. 2012. 1 fotografia. Disponível em: <https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/imoveis-e-decoracao/2012/05/29/do-classico-ao-ludico-do-monocromatico-ao-color-block-a-26-casa-cor-sp-mostra-tendencias-e-estilos-em-94-ambientes.htm#fotoNav=12>. Acesso em: 02 dez. 2018.

LOURO, G. L. Feminilidades na pós-modernidade. **Labrys**, jun. - dez. 2006. Disponível em: <https://www.labrys.net.br/labrys10/riogrande/guacira.htm>. Acesso em: 07 jun. 2019.

LOURO, G. L. (Org.). **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. 3ª edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2013a.

LOURO, G. L. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. **Pro-Posições**, v. 19, n. 2, p. 17-23, 2008. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-73072008000200003&script=sci\\_abstract&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-73072008000200003&script=sci_abstract&lng=pt). Acesso em: 02 dez. 2018.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. São Paulo: Vozes, 1997.

MATOS, L. A. I.; RANGEL, M. M. **Algumas reflexões sobre exposições de design:** relato de caso de uma cidade do interior de Minas Gerais – Brasil. 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/matos-ligia-rangel-marcia-algumas-reflexoes-sobre-exposicoes-design.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2018.

MAUAD, A. M. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 133-174, 2005. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/5417>. Acesso em: 02 dez. 2018.

MEDEIROS, A. **Suíte do menino – Casa Cor SP 2012 – Gerson Dutra e Ana Lucia.** 2012. Disponível em: <http://www.blogmara.com.br/quartos-teens-como-decorar-quarto-de-adolescente/>. Acesso em: 02 dez. 2018.

OS AMBIENTES da CASACOR 2014: Casa Vogue mostra highlights do evento. **Casa Vogue**, 25 maio 2014. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/Interiores/Ambientes/noticia/2014/05/os-ambientes-da-casa-cor-2014.html>. Acesso em: 02 dez. 2018.

REVISTA DO ZAP. **Casa Cor SP tem quarto de princesa inspirado em filme da Disney.** 2012. Disponível em: <https://revista.zapimoveis.com.br/casa-cor-sp-tem-quarto-de-princesa-inspirado-em-filme-da-disney-3795432-sc/>. Acesso em: 02 dez. 2018.

SALIH, S. **Judith Butler e a Teoria Queer.** Belo Horizonte: Autêntica, 2013.

SANTOS, M. R. dos. **O design pop no Brasil dos anos 1970:** domesticidades e relações de gênero na revista Casa e Jardim. 2010. 312 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/93961>. Acesso em: 02 dez. 2018.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**, v. 20, n. 2, 1995. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71721>. Acesso em: 02 dez. 2018.

SCOTT, J. Igualdade versus diferença: os usos da teoria pós-estruturalista. In: LAMAS, M. (Org.). **Cidadania e feminismo.** São Paulo: Melhoramentos, 1999. p. 203-222.

SILVA, A. P. F. C. da. Distinção de gênero e design gráfico de embalagens de produtos de higiene pessoal. In: CONGRESSO IBEROAMERICANO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E GÊNERO, 8., 2010, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2010. Disponível em: <http://livrozilla.com/download/1334651>. Acesso em: 02 dez. 2018.

TORRÃO FILHO, A. Uma questão de gênero: onde o masculino e o feminino se cruzam. **Cadernos Pagu**, n. 24, p. 127-152, 2005. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-83332005000100007&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-83332005000100007&script=sci_abstract&tlng=pt). Acesso em: 02 dez. 2018.

WELZER-LANG, D. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 9, n. 2, p. 460-482, 2001. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2001000200008>. Acesso em: 02 dez. 2018.

**CULTURA MATERIAL E  
RELAÇÕES DE GÊNERO:  
REPRESENTAÇÕES DE  
MASCULINIDADES EM UMA  
BARBEARIA CURITIBANA**

Vinícius Miranda de Moraes  
Marinês Ribeiro dos Santos



## INTRODUÇÃO

Este capítulo apresenta algumas reflexões sobre a construção de representações de masculinidades no desenvolvimento do projeto de decoração de interiores de uma barbearia de Curitiba. Aberta em 2007, a Barbearia Clube se diferencia em alguns aspectos das barbearias convencionais. A configuração dos ambientes dialoga com – e constitui – um **universo masculino**, oferecendo aos seus clientes uma variedade de produtos e serviços. Neste local, enquanto se espera a vez para fazer um corte de cabelo ou a barba, uma limpeza facial, uma depilação completa ou as unhas, é possível tomar uma cerveja, jogar futebol de botão, pebolim (futebol de mesa), vídeo game ou assistir a algum canal esportivo. A exaltação de um tipo particular de masculinidade é evidente em todo o desenvolvimento do projeto, desde a definição do público-alvo até a materialização dos espaços físicos. Pode-se ler na marca da barbearia o slogan: **Barbearia Clube, coisa de macho**.

Sendo a Barbearia Clube um local destinado a atender o público masculino, uma das preocupações dos seus projetistas era a criação de um local que tivesse uma forte identificação com tal público. Para tanto, uma das estratégias para o desenvolvimento do projeto foi a delimitação de um tipo específico de homem. Definido pela equipe responsável pelo projeto como **homem clássico**, este ideal de masculinidade serviria de diretriz para o desenvolvimento do projeto arquitetônico e do interior da barbearia.

Recorrendo aos estudos de gênero, que consideram as masculinidades e feminilidades construções socioculturais, bem como à Teoria da Cultura Material – para a qual a materialidade não apenas simboliza os sujeitos, mas sim, participa efetivamente da sua construção – este capítulo tem como objetivo responder às seguintes questões:

- a) os ambientes físicos da Barbearia Clube podem ser pensados como tecnologias de gênero?
- b) quais prescrições de gênero foram acionadas para a construção do modelo ideal de masculinidade da barbearia?
- c) quais foram as estratégias utilizadas para objetificar o **homem clássico** nos ambientes da barbearia?

Os ambientes são analisados neste capítulo por meio da leitura de imagens veiculadas no site da Barbearia Clube, assim como de imagens obtidas mediante o registro fotográfico em visitas realizadas ao estabelecimento durante os meses de novembro de 2013 e março de 2014. Com essas análises, objetivamos evidenciar o caráter de construto social das prescrições de gênero, assim como o papel fundamental dos artefatos na construção dos sujeitos e de suas identidades.

## **GÊNERO, MASCULINIDADES E SUA CONSTRUÇÃO**

Para pensar as relações de gênero, assumimos como premissa o questionamento de Butler (2012) acerca da validade da dicotomia sexo/gênero, na qual o sexo é colocado como natural, ou seja, como um dado pré-discursivo, e o gênero como socialmente construído. Segundo a autora, a afirmação desse pressuposto foi um argumento importante para as políticas feministas que visavam desnaturalizar a subordinação e a opressão das mulheres pelos homens. Contudo, tal postulado traz consigo uma contradição, pois, apesar de afirmar que sexo e gênero são coisas diferentes, o sexo seria o principal determinante da identidade de gênero. Para Butler (2012), o sexo não é natural, tampouco determina o gênero. Ela afirma que a interpretação do sexo como um dado natural anterior à cultura é parte de uma construção discursiva mediada pelo próprio conceito de gênero. Com essa postura, Butler (2012) afasta qualquer possibilidade de se pensar em um marco essencial que definiria a identidade de gênero. Nas palavras de Butler (2012, p. 29): “(...) como fenômeno inconstante e contextual, o gênero não denota um ser substantivo, mas um ponto relativo de convergência entre conjuntos específicos de relações, cultural e historicamente convergentes”.

O gênero não expressa uma essência fundacional existente a priori no sujeito, não é um meio pelo qual os atributos de gênero são manifestados. Para Butler (2012, p. 201), o gênero é performativo, ou seja, é constituído, ou reiterado através de atos que efetivamente criam a identidade que supostamente revelariam:

Se os atributos ou atos do gênero, as várias maneiras como o corpo mostra ou produz sua significação cultural, são performativos, então não há identidade pré-existente pela qual um ato ou atributo pode ser medido; não haveria atos de gênero verdadeiros ou falsos, reais ou distorcidos, e a postulação de uma identidade de gênero verdadeira se revelaria uma ficção reguladora.



Nesse sentido, Butler (2012) rompe com as categorias do sexo verdadeiro, do gênero distinto e da sexualidade específica, reiterando o caráter de construção social do gênero, onde a postulação de uma identidade fixa, ou então de uma masculinidade ou feminilidade verdadeira e permanente, faria parte da reificação de normas naturalizadoras estruturadas ativamente pelo campo social. Essas normas procuram estabelecer limites por meio de prescrições culturais do que seria o comportamento **adequado** para homens e mulheres, efetivando "(...) um espaço social para o e do corpo, dentro de certas grades reguladoras da inteligibilidade"<sup>1</sup> (BUTLER, 2012, p. 188).

No pensamento de Butler (2012) observa-se a clara contestação da possibilidade de qualquer tipo de identidade de gênero ser ontologicamente constante. Seu caráter contextual é repetidamente reiterado, refutando existir uma essência que determine o gênero. A problematização do caráter contingente e contextual das identidades de gênero se torna, talvez, ainda mais controversa quando se refere àquilo que nunca foi considerado um problema: a masculinidade. Historicamente representada como o centro a partir do qual todas as outras identidades seriam definidas, a noção de masculinidade é, muitas vezes, entendida como algo que dispensa explicações.

Entretanto, não se deve ver a masculinidade como uma categoria coesa e homogênea. Almeida (1996) faz referência ao conceito de masculinidade hegemônica para ressaltar hierarquias e relações de poder dentro da própria categoria masculinidade. Connell e Messerschmidt (2013) abordam esse conceito como um tipo de masculinidade, construído num processo social caracterizado por formas particulares de representação e uso dos corpos dos homens. Entretanto, esses autores afirmam que não existem comportamentos ou posições absolutas e fixas que determinem quem pertence ou não a essa categoria – afinal o que se define por masculinidade hegemônica depende das relações de gênero dentro de diferentes códigos culturais:

A masculinidade não é uma entidade fixa encarnada no corpo ou nos traços da personalidade dos indivíduos. As masculinidades são configurações de práticas que são realizadas na ação social e, dessa forma, podem se diferenciar de acordo com as relações de gênero em um cenário social particular. (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 250).

---

1 Butler (2012) usa os termos grade ou matriz de inteligibilidade para se referir às identidades de gênero que se conformam à uma coerência específica entre sexo – gênero – desejo. Por exemplo, quem nasce com pênis, logo será masculino, logo se interessará exclusivamente pelo sexo oposto.

Connell e Messerschmidt (2013) contestam a existência de uma masculinidade verdadeira, ou essencial. Eles deslocam o conceito de masculinidade, propondo uma abordagem que considere a sua multiplicidade, evidenciando seu caráter heterogêneo e sua condição de construto histórico-cultural. Argumentam que a masculinidade pode se configurar através da reprodução ou negação de práticas sociais discursivas e não discursivas como a participação bem-sucedida em esportes, comportamentos que envolvam riscos, controle emocional, entre outros. Porém os valores ligados a essas práticas sociais que constituem as masculinidades são contextuais, relativos a cenários sociais específicos: “Masculinidades são configurações da prática que são construídas, reveladas e transformadas ao longo do tempo” (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 271).

A partir dessas orientações teóricas, não nos parece apropriado falar de uma identidade de gênero autêntica, determinada a partir de um marco biológico verdadeiro, tampouco de uma masculinidade única. O que temos são masculinidades múltiplas, construídas na ação social dentro de contextos específicos.

## O GÊNERO COMO PROCESSO E COMO PRODUTO DE TECNOLOGIAS SOCIAIS

Lauretis (1994), com sua crítica ao conceito de gênero como diferença sexual, evidencia a construção de masculinidades e feminilidades a partir do que ela chama de tecnologias de gênero. Essa autora afirma que o conceito de gênero posto como diferença entre os sexos é limitante, pois, nesses moldes, homens e mulheres surgem como sujeitos antagônicos, caracterizados não em termos de reciprocidade, mas por uma relação binária, onde ambos são universalizados. Ela descarta a diferença sexual como único fator constituinte das relações de gênero. Afirma que os sujeitos são constituídos no gênero, não somente pela diferença sexual, mas também:

(...) por meio de códigos linguísticos e representações culturais; um sujeito **engendrado** não só na experiência de relações de sexo, mas também nas de raça e classe: um sujeito, portanto, múltiplo em vez de único, e contraditório em vez de simplesmente dividido (LAURETIS, 1994, p. 208, grifo do autor).

Lauretis (1994) refuta a visão determinista que vê o gênero como uma derivação direta do sexo, uma propriedade inerente aos corpos, uma determinação a partir de um marco biológico, reforçando o seu caráter de construção em termos de relação social. Assim, propõe o conceito de **tecnologia de gênero**, onde o gênero, "(...) como representação e como auto-representação, é produto de diferentes tecnologias sociais, como o cinema, por exemplo, e de discursos, epistemologias e práticas críticas institucionalizadas, bem como das práticas da vida cotidiana" (LAURETIS, 1994, p. 208). Enquanto pesquisadora envolvida com o estudo da linguagem cinematográfica, Lauretis (1994), evidencia o cinema como uma tecnologia de gênero, que atua efetivamente na construção de representações e autorrepresentações das identidades de gênero. Para essa autora, as técnicas de iluminação, enquadramento, edição, entre outras, do aparelho cinematográfico, constroem formas específicas de masculinidades e feminilidades, tendo o "(...) poder de controlar o campo do significado social e assim produzir, promover e **implantar** representações de gênero" (LAURETIS, 1994, p. 228, grifo do autor).

Lauretis (1994) define **representação de gênero** como as estratégias de construção das diferenças de gênero no interior de determinadas culturas através de tecnologias sociais, como as instituições de ensino, a família, a medicina, as religiões e as mídias. A esta lista, acrescentamos a arquitetura e o design, práticas que nos interessam neste estudo. Para a autora, a autorrepresentação seria o investimento dos indivíduos, homens e mulheres, em determinadas representações de gênero para a constituição de suas subjetividades, que, uma vez objetivadas, corresponderiam às suas identidades de gênero.

Não devemos entender a relação entre representação e autorrepresentação de forma unidirecional, onde as representações sociais marcadas pelo gênero determinariam a constituição das subjetividades – ou autorrepresentações – dos sujeitos. Devemos entendê-la de forma dinâmica, como uma relação de interdependência, de construção mútua: "A construção do gênero é o produto e o processo tanto da representação quanto da auto-representação" (LAURETIS, 1994, p. 217). Nossas respostas diante das representações de gênero, independentemente de sermos solidários a algumas delas ou não, nos ordenam, indiciam, classificam. Cada ação social afirmada ou negada, mesmo que de forma naturalizada, trará junto consigo os indiciamentos do gênero que nos fazem sujeitos masculinos, femininos, ou então sujeitos **outros**.

## GÊNERO E CULTURA MATERIAL

No texto *Basura y gênero*, Preciado (2006) faz uma análise dos banheiros públicos que fornece algumas pistas acerca de como esses espaços atuam como tecnologias de gênero, construindo posições de sujeito e guiando condutas. Por exemplo, a arquitetura dos banheiros públicos masculinos, muito além de resolver questões **práticas** do dia a dia, traz na sua materialidade – pretensamente neutra – valores e ideais culturais que trabalham na produção e reprodução de certo tipo de masculinidade. Segundo Preciado (2006, p. 2, tradução nossa):

O mictório, como uma protuberância arquitetônica que cresce desde a parede e se ajusta ao corpo, atua como uma prótese da masculinidade, facilitando a postura vertical para mijar sem receber respingos. Mijar de pé publicamente é uma das performances construtivas da masculinidade heterossexual moderna. Deste modo, o discreto mictório participa da produção da masculinidade no espaço público. Por isto, os mictórios não estão presos em cabines fechadas, senão em espaços abertos à visão coletiva, posto que mijar-de-pé-entre-caras é uma atividade cultural que gera vínculos de sociabilidade divididos por todos aqueles, que ao fazê-lo publicamente, são reconhecidos como homens<sup>2</sup>.

Miller (2013) nos ajuda a entender essa relação, sugerida por Preciado (2006), de construção de sujeitos mediada pelo entorno material. Segundo Miller (2013) os artefatos não se prestam apenas para nos representar como signos ou símbolos de estilos de vida ou marcadores identitários. Para ele, os artefatos não são simples vetores, ou comunicadores de uma suposta **essência**, como se os indivíduos possuíssem um eu interior verdadeiro, e os artefatos, como elementos passivos, apenas revelassem isso ao mundo.

Em sentido contrário, o autor afirma que os artefatos não são externos às pessoas. Eles participam ativamente da sua constituição em um tipo de simbiose, onde as fronteiras entre sujeitos e objetos, mais do que difusas, são inexistentes. Miller (2013) rompe com a dicotomia sujeito/objeto, e utili-

---

2 Texto original: “El urinario, como una protuberancia arquitectónica que crece desde la pared y se ajusta al cuerpo, actúa como una prótesis de la masculinidad facilitando la postura vertical para mear sin recibir salpicaduras. Mear de pie públicamente es una de las performances constitutivas de la masculinidad heterosexual moderna. De este modo, el discreto urinario no es tanto un instrumento de higiene como una tecnología de género que participa a la producción de la masculinidad en el espacio público. Por ello, los urinarios no están enclaustrados en cabinas opacas, sino en espacios abiertos a lamirada colectiva, puesto que mear-de-pie-entre-tíos es una actividad cultural que genera vínculos de sociabilidad compartidos por todos aquellos, que al hacerlo públicamente, son reconocidos como hombres.”

za a noção de **dialética da objetificação** como possibilidade de transcender essa oposição, reforçando o caráter recíproco do processo de constituição de sujeitos e cultura material. Logo, "(...) ao fim e ao cabo, o que temos é o processo dinâmico ele mesmo, que produz simultaneamente aquilo que passamos a mencionar como objetos e sujeitos" (MILLER, 2013, p. 88).

Assim como Preciado (2010), Miller (2013) discute a questão da relação entre as pessoas e os interiores dos espaços arquitetônicos, que, nos termos deste último, promovem processos de objetificação, ou seja, de mútua constituição. Sendo assim, Miller (2013) não desconsidera que são as pessoas que criam o entorno material. Contudo, ele argumenta que, por sua vez, o entorno material também cria as pessoas, direcionando formas de pensar, de agir e de se autoperceber no mundo e em relação às outras pessoas.

Tendo em vista os estudos de gênero e a Teoria da Cultura Material apresentados neste capítulo, retornamos à primeira indagação feita no início do texto, sobre a possibilidade de se pensar os ambientes físicos da Barbearia Clube como tecnologias de gênero.

Iniciamos a discussão sobre a construção das identidades de gênero com a apresentação do conceito de gênero de Butler (2012). Pudemos observar o posicionamento crítico da autora sobre a ideia de gênero como derivado de algum marco sexual. Para a autora o gênero é construído através de ações sociais normativas de significação do corpo em contextos específicos, não devendo sua existência a uma essência pré-discursiva. Analogamente a Butler (2012), Connell e Messerschmidt (2013) descartam a existência de uma masculinidade essencial ou verdadeira, afirmando que as masculinidades, como identidades de gênero, são construídas, reveladas e transformadas ao longo do tempo. Assim podemos afirmar que as masculinidades são construídas socialmente, através de normas naturalizadoras estruturadas ativamente pelo campo social.

Mas então cabe perguntar: em que medida a materialidade dos ambientes da barbearia poderiam servir como veículo para tais normas naturalizadoras? Neste sentido, Lauretis (1994) nos ajuda a entender os ambientes das barbearias como tecnologias de gênero, que através de sua materialidade constroem representações de masculinidades, participando assim ativamente da construção das identidades de gênero dos sujeitos. No conceito de objetificação, Miller (2013) reforça o entendimento da cultura material como capaz de produzir identidades marcadas pelo gênero, afirmando o caráter recíproco do processo de constituição de sujeitos e artefatos. Nesses ter-

mos, as materialidades associadas aos ambientes físicos da Barbearia Clube podem ser entendidas como tecnologias de gênero, visto que promovem a construção de posições de sujeitos implicadas em identidades de gênero, neste caso relacionadas às masculinidades.

## REPRESENTAÇÕES DE MASCULINIDADES: A CONSTRUÇÃO DO HOMEM CLÁSSICO

Assumindo que as identidades de gênero são construções socioculturais, evidenciaremos a partir de agora algumas prescrições de gênero utilizadas estrategicamente pelos projetistas para a construção da representação da **masculinidade ideal** da Barbearia Clube, ou seja, para a construção do **homem clássico**. Uma das preocupações iniciais dos projetistas da Barbearia Clube era a de desenvolver um local que estivesse de acordo com as características e preferências dos seus clientes, ou seja, que promovesse uma grande identificação com o público masculino. Para tanto, foi necessário definir que tipo de homem a barbearia iria atender, uma vez que isso seria importante para a elaboração das diretrizes do projeto. O publicitário **CS**, um dos responsáveis pelo projeto da barbearia, evidencia em sua fala a importância de se delimitar o tipo de masculinidade que supostamente seria o público-alvo do negócio:

(...) a gente queria ser uma barbearia das antigas remodelada para um homem de hoje. O homem é, eu gosto de usar o termo clássico. (...) É que nem eu falei no começo, é o cara tipo nosso pai, nosso avô. (...) Você nunca vai conseguir fazer um produto, uma marca qualquer, uma roupa, um carro, que seja pra todo mundo. Se você tentar fazer isso você vai fazer a pior porcaria de produto que você já tentou (...) (PUBLICITÁRIO CS, 2014).

A masculinidade idealizada como público-alvo foi definida como o **homem clássico**, que, segundo uma pesquisa de mercado realizada a pedido de **MF**, proprietária da barbearia, corresponderia aos homens descritos da seguinte maneira: "(...) homens que não se encaixam no perfil dos salões de beleza, espaços predominantemente femininos; frequentador/es dos melhores bares da cidade; classe AB; faixa etária de mais de 25 anos; foco estreito! O macho" (BOAS..., 2009, p. 26).

Porém, como evidencia Oost (2003), diretrizes de projeto não são definidas tendo necessariamente como base características encontradas em pessoas reais. A definição do público-alvo envolve uma espécie de estratégia

dupla de designers e publicitários, que têm como objetivo tanto identificar quanto construir potenciais usuários. Para esta autora, designers constroem – explícita ou implicitamente – imagens ideais de usuários e usuárias, a partir das quais são criadas diretrizes para o desenvolvimento de novos produtos. Dessa forma, o **homem clássico** da Barbearia Clube, supostamente identificado em pesquisa, não seria apenas o reflexo de um tipo concreto de homem, mas sim uma construção ideal que supõe que um homem que não gosta de frequentar salões de beleza femininos e, entre outras coisas, é **macho**.

A definição desta representação de masculinidade, ou seja, do **homem clássico** como **macho** é de extrema importância para a construção da **masculinidade ideal** da Barbearia Clube. Esta definição se presta, de maneira mais efetiva, a dois objetivos: associar ao **homem clássico** uma forma entendida como **honrosa** de ser homem, com conotações sociais relacionadas à valentia e à virilidade; e associar o **homem clássico** e sua identidade de gênero à sua genitália. Como evidenciado por Butler (2012), esta associação estaria dentro de um registro que subentende o sexo como o definidor das condutas e desejos deste tipo de homem. Como se o comportamento social do **homem clássico** derivasse do fato de ele ser **macho**, encerrando-o assim dentro daquilo que esta autora chama de **matriz de inteligibilidade**.

Em uma apresentação direcionada aos seus franqueados, a Barbearia Clube (BOAS VINDAS, 2009) justifica por que utiliza o termo **macho** para se referir ao **homem clássico**. Segundo esta apresentação, a utilização do termo **macho** seria **bruto e sucinto** e funcionaria como uma **mídia espontânea**, pois a “(...) palavra macho não tem contestação” (BOAS..., 2009, p. 34). Fica evidente na apresentação feita pela barbearia a necessidade de classificar o **homem clássico** – **macho** por definição, segundo os projetistas – em oposição a outras masculinidades tidas como não **clássicas**, como por exemplo masculinidades gays. Segundo **CS**, publicitário e um dos responsáveis pelo projeto da barbearia, a designação **macho** não daria margem a dúvidas a respeito da sexualidade, necessariamente heterossexual, da masculinidade que faria uso dos serviços da barbearia.

Podemos observar na classificação feita no projeto da barbearia, entre **homens clássicos** e **não clássicos**, a ideia subjacente de que existem homens mais homens que outros. Há um sistema de hierarquização, que valoriza alguns atributos masculinos que interessam às causas do projeto da barbearia e que, por outro lado, desqualifica atributos masculinos não entendidos como característicos de um **homem clássico**.

Almeida (1996), nos ajuda a pensar sobre a hierarquização das masculinidades quando afirma que as masculinidades são elas próprias constituídas por padrões assimétricos como, por exemplo, heterossexualidade/homossexualidade, e por hierarquias instituídas a partir da ideia do que seja mais masculino ou menos masculino, detectando assim modelos hegemônicos e subordinados<sup>3</sup>. As masculinidades subalternas, ou subordinadas, são aquelas que não se adequam aos ideais da masculinidade hegemônica, mas, mesmo assim, participam ativamente da sua construção. Como versões ilegítimas, existem enquanto estão contidas na hegemonia, porém, como aquilo que não pode ser, ou como coloca o autor, os efeitos perversos desta. Assim, Almeida (1996) evidencia que os padrões de masculinidade são mutuamente, e não isoladamente, construídos.

Porém, além de **macho** – designação que é associada de forma mais evidente ao **homem clássico** –, podemos observar outras prescrições de gênero coladas a esta representação, que ajudam a delimitar, a dar contornos à **masculinidade ideal** da Barbearia Clube. Subjacente à fala do publicitário **CS**, é possível perceber outros ideais associados ao **homem clássico**:

Esse homem-homem já existia para a gente a sete anos atrás, essa visão. É o homem clássico. É o cara que nem o pai da gente o vô da gente, aquele cara que não vai no salão feminino, só porque é unissex, tipo, ele não, ele não vai. Ele vai no barbeiro do bairro que ele conhece já há vinte, trinta anos. Se chega lá, fala besteira (...) (PUBLICITÁRIO CS, 2014).

No início da fala, **CS** usa o termo **homem-homem**, talvez como uma forma de extrapolar o significado atribuído ao **homem clássico**. A duplicação da palavra **homem** transforma a segunda em adjetivo, reforçando o que talvez ele entenda como a forma mais correta de ser um homem, de ser um homem **de verdade**. Para o publicitário, o **homem clássico** é necessariamente heterossexual. Isso se constata pela referência que faz ao pai e ao avô, figuras centrais dentro de uma lógica parental heterossexual. Outra questão que se faz notar é o afastamento deliberado desse tipo de homem de qualquer coisa referente ao **universo feminino**, neste caso o salão de beleza. Por último, podemos observar a ideia de um homem tradicional que não muda facilmente de hábitos, ligado a práticas tidas como antigas, no caso, ir à barbearia

---

3 Segundo Bermúdez (2013, p. 288), as masculinidades subordinadas são aquelas “confinadas a guetos, e que são relacionadas principalmente a homens homossexuais, que são geralmente discriminados por serem considerados “femininos”. Portanto, o hegemonia masculina é construída sobre essa relação dominação sobre as mulheres, bem como sobre masculinidades subordinadas.



que frequenta há mais de 30 anos para cortar o cabelo. A representação do **homem clássico** envolve a oposição deste ideal de masculinidade a qualquer referência, material e simbólica, relacionada a algum tipo de feminilidade. A própria definição do **homem clássico** como **macho** o coloca dentro de um registro que o opõe diametralmente àquilo que na biologia é entendido por definição como o seu oposto incontestável, ou seja, a fêmea. Porém, esta oposição também está relacionada às materialidades e ambientes historicamente destinados a homens e mulheres. Através da fala do publicitário **CS**, podemos perceber como isso ocorre. Para o publicitário, a principal característica dos salões de beleza – locais cultural e historicamente ligados a práticas cosméticas femininas – era o fato de esses locais terem muita **frescura**, adjetivo que de forma alguma deveria estar ligado ao **homem clássico**:

Então, esse nosso processo, ele vai levantando pontos chave que você vai mapeando e vai agrupando. Então tá, a gente quer o cara clássico. O que o cara clássico representa? Ah, ele representa, humm, esse cara não gosta de frescura do salão. Então assim, o que a gente não quer começa a dizer o que a gente quer. Então a gente não quer ter a frescura do salão. Então, opa! Sem frescura. Então vão surgindo as palavras chave pelo, por esse brainstorming mesmo, que elas vão, a medida que você começa a fazer esse funil vai sobrando tão pouca coisa (...) (PUBLICITÁRIO CS, 2014).

Subjacente a esta divisão diametral, entre **afrescalhados** e **desafrescalhados**, feita pelos projetistas da Barbearia Clube, podemos observar um diálogo com a metáfora da separação das esferas. Como uma metáfora, a separação das esferas serviu para justificar a distinção marcada pelo gênero entre dois mundos representados como supostamente independentes: o público, destinado aos homens, e o privado, reservado às mulheres. Nesta dicotomia, a esfera pública, espaço definido como masculino, foi associado ao local da ação política, da produção. Já a esfera privada, designada às mulheres e localizada no espaço doméstico, foi associada ao consumo e à manutenção da vida em família (KERBER, 1988). Assim como na metáfora das esferas separadas, o projeto da Barbearia estaria baseado em uma divisão dicotômica entre dois universos supostamente diferentes e independentes: o universo **sem frescura** da barbearia do **homem clássico**, e o universo **com frescura** do salão de beleza das mulheres.

A construção do ideal de **homem clássico** também passou por um processo de universalização, onde são sobrepostos a esse tipo de homem características, gostos e desejos que, supostamente, seriam manifestados

por todos os homens. Muitas das decisões de projeto foram tomadas com base em referências de masculinidades que faziam parte do círculo íntimo dos projetistas, como podemos observar nesta fala do publicitário **CS**:

(...) a gente tomou por base nós mesmos, nossos amigos. Os hábitos que a gente conhece de consumo de nós e das pessoas que a gente conhece, nossos pais avós e tal. Uma das coisas que homem não gosta é da barulheira de salão. Um monte de secador ligado, conversera de mulher. Homem fala menos, né, não é uma questão de gênero só, isso é biológico (PUBLICITÁRIO CS, 2014).

Além da naturalização de supostas diferenças com base na biologia, o depoimento de **CS** permite inferir que os hábitos de referências próximas aos projetistas, seus pais, avôs, amigos, foram tomados, inquestionavelmente, como os hábitos dos homens em geral. **CR**, arquiteto do projeto, elenca os **signos** de masculinidade que foram utilizados para se pensar a composição do ambiente da barbearia destinado ao **homem clássico**. Na fala a seguir, fica evidente a certeza que os projetistas tinham acerca dos gostos e desejos dos homens. Aparentemente todos os homens, ou pelos menos os **clássicos**, gostariam de revistas com fotografias de mulheres nuas, cerveja e futebol:

Mas a ideia era que fosse exclusivamente masculino. Realmente fosse um salão voltado pro público Masculino. Ai a gente vai para todos os signos ((risos)) dessa masculinidade ((um pouco irônico)) digamos assim. Então é foto de mulher pelada na parede, é a revista playboy na mesa, é a televisão passando futebol, é a cerveja na geladeira, que é uma coisa que foi um grande diferencial na barbearia. Acho que nenhum salão oferece isso (...) (ARQUITETO CR, 2014).

A análise do processo de definição do público-alvo da Barbearia evidenciou que o **homem clássico**, mais do que um padrão de masculinidade identificado a priori, foi construído pelo mesmo processo que pretendia apenas identificá-lo. Esta mesma análise nos ajuda a responder à segunda indagação proposta neste capítulo, sobre quais seriam as prescrições de gênero acionadas para dar contornos, para construir efetivamente o ideal de masculinidade pretendido como público-alvo da Barbearia Clube. Podemos observar que o ideal de **homem clássico** foi universalizado, e que sua construção foi baseada em prescrições de gênero que afirmavam que um homem, ou pelo menos o **clássico**, deveria ser necessariamente tradicional, heterossexual/**macho**, misógino, onde sua constituição se faria em oposição a qualquer tipo de feminilidade ou masculinidade subordinada.

Estas prescrições sobrepostas a este modelo de masculinidade do **homem clássico** reforçam o caráter de construção ideal, pois, apesar de existirem homens reais com padrões de masculinidades parecidos aos presumidos pelos projetistas, dificilmente tais padrões poderão ser sobrepostos a um tipo ou grupo específico de homens. Como ressaltam Connell e Messerschmidt (2013), existem modelos ideais de masculinidade hegemônica que circulam e são eleitos, por exemplo, pela mídia, como a forma mais adequada de como um homem deve se comportar. Estes modelos ideais, em muitos sentidos, se referem às realidades cotidianas de muitos homens reais, porém, por outro lado, também as distorcem: “Desse modo, as masculinidades hegemônicas podem ser construídas de forma que não correspondam verdadeiramente à vida de nenhum homem real.” (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 253).

Na sequência, evidenciaremos algumas estratégias dos projetistas para objetificar, na decoração do ambiente interno da barbearia, os ideais de masculinidade atribuídos à masculinidade do **homem clássico**.

## O HOMEM CLÁSSICO E SUA MATERIALIDADE

De acordo com Miller (2013), os artefatos objetificam os valores culturais das sociedades que os criaram. Nesta seção, evidenciaremos algumas das estratégias utilizadas pelos projetistas da Barbearia Clube para objetificar o conceito de **homem clássico** – assim como as relações de gênero que possibilitaram a sua emergência – em artefatos que compõem os ambientes da barbearia.

Durante o processo de construção do ideal de masculinidade da Barbearia Clube, evidenciamos, entre outras coisas, um processo de universalização, que supunha que os homens, ou pelo menos os **homens clássicos**, possuíam características, gostos e desejos parecidos, que vivenciariam suas experiências na sociedade de maneira muito parecida. Como colocado pelo arquiteto **CR**, na fala apresentada na seção anterior, existia no projeto a suposição de que os **homens clássicos** necessariamente gostam de cerveja, mulheres e futebol, e automaticamente viriam a se identificar com espaços que lhe ofereçam estes **objetos** de desejo.

Dessa forma, interessa aqui destacar a sobreposição entre os ambientes da barbearia e o universo do futebol, como uma das estratégias de objetificação do **homem clássico**. O futebol foi um elemento extremamente importante no desenvolvimento do projeto da Barbearia Clube. Não é por acaso que a barbearia leva no seu nome a palavra **clube**.

O universo do futebol traz na sua constituição social algumas prescrições de gênero análogas às prescrições utilizadas pelos projetistas da Barbearia Clube. Como acentua Flores (1982, p. 55), “O futebol é visto genericamente como um esporte essencialmente masculino”. Segundo Souza (1996), o futebol pode ser entendido no Brasil como esporte destinado à masculinidade. A sua memória, segundo este autor, está circunscrita dentro de um **universo masculino**. Os ídolos estão presentes na memória dos meninos, os jogadores são transformados em mitos, que são celebrados como heróis. A grande participação do futebol na socialização de muitos meninos, e seu papel como parte da construção das suas subjetividades, demonstra que o futebol no Brasil é endereçado aos homens. O confronto entre duas comunidades adversárias representadas por homens “(...) constitui uma forma de ritual viril” (SOUZA, 1996, p. 136). O futebol seria, portanto, um espaço da construção de valores masculinos de virilidade e macheza. Segundo Souza (1996, p. 143, grifo do autor), são observadas no universo futebolístico normas de masculinidade entre torcedores e jogadores que “(...) enfatizam a capacidade de luta e a **garra**”, é exaltado um ideal masculino de rudeza e ausência de sentimentalismo.

Estes mesmos valores masculinos encontrados no futebol, e evidenciados por Souza (1996), como a virilidade, macheza, falta de sentimentalismo, se alinham com os valores pretendidos para o **homem clássico**, ou seja, um homem macho, tradicional, sem **frescuras**.

Estas sobreposições foram exploradas pelos projetistas, que materializaram nos ambientes da Barbearia Clube uma série de referências e práticas relacionadas ao futebol, reforçando a ideia de que ali era um local destinado a um tipo particular de masculinidade. Incorporado ao projeto da barbearia, o universo do futebol seria um marcador simbólico de gênero, sugerindo que aqueles ambientes não eram destinados a mulheres, ou a homens que não fossem **clássicos**. Logo na entrada da barbearia, no espaço do hall de entrada, acima de uma chapeleira de madeira, foi fixada na parede um luminoso, de aproximadamente 50 centímetros de diâmetro, contendo a marca da barbearia (Figura 1).



Figura 1 – Hall de entrada com luminoso  
Fonte: Autoria própria (2014).

Assim como o nome do estabelecimento, que como já evidenciamos, faz referência ao universo do futebol através da palavra **Clube**, a sua marca, como podemos observar na Figura 2, foi configurada com formas que remetem aos escudos utilizados pelos clubes de futebol.



Figura 2 – Marca da Barbearia Clube  
Fonte: Site Barbearia Clube (2014).

Junto ao hall de entrada, à direita, encontramos uma mesa de futebol de botão (figura 3), outra forte referência ao universo do futebol. É importante evidenciarmos o papel simbólico desta mesa, já que sua função mais evidente, ou seja, um objeto para se desenvolver uma atividade de lazer, para se jogar futebol de botão, não se configura no espaço da barbearia como sua principal função. Segundo a proprietária **MF**, dificilmente os clientes a utilizam como entretenimento, fato que reforça a sua função como um marcador simbólico, informando que este espaço se destina a homens que apreciam futebol.



Figura 3 – Mesa de futebol de botão  
Fonte: Autoria própria (2014).

Em outro ambiente da barbearia (figura 4) podemos observar uma mesa de pebolim, também chamado de futebol de mesa, um tipo de jogo que simula uma partida de futebol. Este jogo, segundo **MF**, é mais utilizado pelos frequentadores da barbearia. Perto desta mesa, um aparelho de televisão foi fixado à parede. Apesar de possibilitar o acesso a um grande número de canais, a televisão foi incorporada ao ambiente para suprir o suposto desejo dos clientes por assistir a partidas de futebol. O arquiteto **CR** evidencia que a introdução da televisão foi pensada nesse sentido. Outra questão que comprova esse direcionamento do uso da televisão é a assinatura de canais exclusivos, com programação voltada ao futebol, feita pela administração da barbearia.



Figura 4 – Mesa de pebolim e televisão  
Fonte: Autoria própria (2014).

As imagens discutidas nessa seção servem como aporte para responder ao questionamento sobre as estratégias utilizadas para objetificar o ideal de **homem clássico** nos ambientes da barbearia. Nas imagens podemos observar que os projetistas recorreram ao universo do futebol, tido como masculino, para produzir e reproduzir relações de gênero. Os ambientes foram construídos a partir de um processo de objetificação, onde o **homem clássico** estava sendo construído, pelo mesmo processo que construía a materialidade da Barbearia Clube.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo evidenciamos algumas estratégias utilizadas pelos projetistas da Barbearia Clube para a construção de um ideal de masculinidade, assim como para objetificar este ideal de masculinidade – definido como **homem clássico** – nos ambientes da barbearia. Recorremos aos estudos de gênero e à Teoria da Cultura Material para evidenciar esta construção e mostrar a importância dos artefatos que compõem o espaço físico da barbearia na emergência desta identidade de gênero.



As teorias de gênero apresentadas neste capítulo questionam o binômio sexo/gênero, e afastam a possibilidade de se pensar as identidades de gênero como decorrentes do sexo. Nessa abordagem, o gênero não seria a expressão de uma essência identitária existente a priori nos corpos dos sujeitos, mas sim, o efeito de prescrições estruturadas ativamente no – e pelo – campo social. Tais prescrições estabelecem limites, definem os contornos das identidades de gênero, sugerindo o que supostamente seria o comportamento adequado para homens e mulheres (BUTLER, 2012; CONNELL; MES-SERSCHMIDT, 2013). Essa perspectiva nos ajudou a pensar tanto sobre o caráter de construto sociocultural do **homem clássico**, quanto sobre as possíveis prescrições que foram acionadas para a construção dessa representação de gênero. Pudemos, assim, evidenciar que o processo de construção do **homem clássico** foi baseado em um ideal de masculinidade heterossexual, validado por prescrições de gênero como: macho, viril, misógino e tradicional.

Assumindo que as masculinidades são construções socioculturais, recorreremos à Teoria da Cultura Material e ao conceito de tecnologia de gênero, para evidenciar o papel fundamental da materialidade na construção dos sujeitos e suas subjetividades. Estas teorias afirmam que sujeitos e objetos se constroem mutuamente, são objetificados, através de processos permeados por valores sociais, por prescrições de gênero, que, entre outras coisas, constroem estrategicamente representações particulares de masculinidades. Estas perspectivas teóricas nos ajudaram a pensar sobre a objetificação do **homem clássico** nos ambientes da barbearia, assim como, acerca de quais estratégias materiais e simbólicas foram acionadas para esta objetificação.

Pudemos observar que umas das estratégias utilizadas pelos projetistas foi materializar nos ambientes da barbearia o universo do futebol, esporte tido como necessariamente masculino. As prescrições associadas ao futebol, e com ele materializadas nos ambientes da barbearia, auxiliaram na produção do ideal de masculinidade almejado no conceito da barbearia.

As teorias apresentadas neste capítulo afirmam que o gênero é uma construção social. Logo, não se nasce homem, mas, sim, se é construído como tal. O entendimento de que a constituição das masculinidades não deriva necessariamente de um sexo **natural** nos abriu a possibilidade de pensar que o gênero também é construído pela materialidade que faz parte da nossa vida cotidiana.



## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. V. de. Gênero, masculinidade e poder: revendo um caso do sul de Portugal. **Anuário Antropológico**, v. 95, Rio de Janeiro, p. 161-190, 1996. Disponível em: <http://miguelvaledalmeida.net/wp-content/uploads/2008/06/genero-masculinidade-e-poder.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- BARBEARIA CLUBE. Disponível em: <http://barbeariaclube.com.br/>. Acesso em: 0-2 dez. 2018.
- BOAS vindas 2009. Curitiba: CS Revue Modern Agência de Comunicação, 2009.
- BERMÚDEZ, Mónica de Martino. Connel y el concepto de masculinidades hegemónicas: notas críticas desde la obra de Pierre Bourdieu. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 21, n.1, jan./abr. 2013, p. 283-300.
- BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- CONNELL, R. W.; MESSERSCHMIDT, J. W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 241-282, jan./abr. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2013000100014>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- DAMATTA, R. Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro. In: DAMATTA, R. (Org.). **Universo do futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982. p. 19-42. Disponível em: <http://livrouniversodofutebol.blogspot.com/2013/07/download-do-livro-universo-do-futebol.html>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- FLORES, L. F. B. N. Na zona do agrião: sobre algumas mensagens ideológicas do futebol. In: DAMATTA, R. (Org.). **Universo do futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982. p. 43-57. Disponível em: <http://livrouniversodofutebol.blogspot.com/2013/07/download-do-livro-universo-do-futebol.html>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- KERBER, L. K. Separate spheres, female worlds, womans's place: the rethoric of women's history. **The Journal of American History**, v. 75, n. 1, p. 9-39, June 1988. Disponível em: [https://www.jstor.org/stable/1889653?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1889653?seq=1#page_scan_tab_contents). Acesso em: 02 dez. 2018.
- LAURETIS, T. de. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, H. B. de. (Org.). **Tendências e impasses**: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. p. 206-242. Disponível em: <https://www.issuu.com/heloisabuarquedeholland/docs/tendenciaseimpasses>. Acesso em: 02 dez. 2018.
- MILLER, D. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- OOST, E. V. Materialized gender: how savers configure the users' femininity and masculinity. In: OUDSHOORN, N.; PINCH, T. (Ed.). **How users matters**: the co-construction of users and technology. Cambridge: The MIT Press, 2003. p. 193-208.

PRECIADO, B. **Basura y género**. Mear/cagar. Masculino/femenino. 2006. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/30525398/Basura-y-Genero-MearCagar-y-MasculinoFemenino>. Acesso em: 02 dez. 2018.

PRECIADO, B. **Pornotopía**: arquitectura y sexualidad en “Playboy” durante la guerra fría. Barcelona: Anagrama, 2010.

SOUZA, M. A. de. Gênero e raça: a nação construída pelo futebol brasileiro. **Cadernos Pagu**, v. 6/7, p. 109-152, 1996. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1864>. Acesso em: 02 dez. 2018.

**A PERSONALIZAÇÃO NA  
DECORAÇÃO DOS INTERIORES  
DOMÉSTICOS NA REVISTA  
*CASA E JARDIM* E NO  
BLOG *HOMENS DA CASA***

Lindsay Jemima Cresto  
Marinês Ribeiro dos Santos



## INTRODUÇÃO

O estudo dos interiores domésticos possibilita reflexões sobre o papel do design, dos artefatos, das interações e relações sociais que se desenvolvem no espaço de moradia. Possibilita uma discussão sobre a construção e afirmação de identidades por meio da decoração desses interiores. A proposta deste capítulo é refletir sobre a questão da identidade e personalidade como têm sido abordadas em matérias publicadas na revista *Casa e Jardim* e nas postagens do blog de decoração *Homens da Casa*. A revista e o blog são parte de uma pesquisa de doutorado, que tenta mapear e compreender a associação entre identidade, personalidade e a decoração, utilizando termos como imperfeição, e conceitos como o reuso, desvios de função e o *do it yourself* (DIY). Esses conceitos são sugeridos aos/às leitores/as como estratégias para afirmar uma personalidade singular, exclusiva, na decoração. Como a questão da associação entre personalidade, imperfeição e conceitos como reuso, desvios e DIY está sendo discutida na decoração com uma ênfase maior nos últimos anos, o recorte da pesquisa utiliza as edições dos últimos 10 anos da revista *Casa e Jardim* (2004-2014) e as postagens do blog *Homens da Casa*, criado em 2012. A proposta é refletir sobre os discursos usados tanto pela revista quanto pelo blog, reforçados por conceitos e práticas que discutem o design e a ideia de função dos objetos, e também materializados e reproduzidos por determinados objetos e móveis, que resultam desses conceitos e práticas. A construção e afirmação de identidades sociais e individuais são uma forma de compreender as relações culturais que desenvolvemos com os objetos que nos cercam, partindo da cultura material.

O uso do termo imperfeição na decoração de interiores domésticos desperta curiosidade. O que podemos encontrar em um ambiente classificado como imperfeito? A decoração apresentada como imperfeita nas páginas da revista *Casa e Jardim* exhibe soluções inesperadas, desafiantes, irônicas e, em alguns casos, perturbadoras. São objetos imprecisos, desgastados pelo uso, enferrujados e geralmente pouco utilizados na decoração. A noção de imperfeição é usada no discurso do periódico para enfatizar aspectos subjetivos como felicidade, personalidade, ou para afirmar e reforçar identidades. O imperfeito, como classificado e representado nos ambientes, aparece como uma nova abordagem para discutir e valorizar conceitos que, contudo, não são tão novos

assim, como o reuso, os desvios de função e o DIY. Esses conceitos foram discutidos nas propostas do design pop dos anos 1960 e do design pós-moderno nos anos 1970 e 1980, em uma busca por novas abordagens que rejeitavam os excessos do racionalismo e do funcionalismo (FIELL, 2005).

O conceito DIY é adotado em vários blogs de decoração atuais, como o *Homens da Casa*<sup>1</sup>, onde são publicadas inúmeras postagens com exemplos de objetos decorativos, mobiliário e produtos criados com este conceito. Os projetos são postados no blog no formato passo-a-passo, com imagens ou vídeos, geralmente enfatizando o caráter singular desses projetos, e, sobretudo, a possibilidade de realizar uma decoração personalizada, exclusiva e original.



Figura 1 – Mesa feita a partir de uma mala de viagem

Fonte: Mendes (2013).

---

1 O blog *Homens da Casa* (<http://www.homensdacasa.net/>) foi criado pelo publicitário Eduardo Mendes em 2012. Reúne conteúdo sobre decoração de interiores e objetos, com ênfase no conceito DIY e comercialização dos produtos criados pelo publicitário.



Figura 2 – Porta “de madeira” transformada em mesa de centro.

Fonte: Casa e Jardim (2018).

Nos exemplos do blog *Homens da Casa* e da revista *Casa e Jardim*, as soluções apresentadas como DIY também podem ser pensadas como reuso, no caso da mala e da porta antiga que recebeu vários puxadores convertidos em penduradores (Figuras 1 e 2). Nos dois exemplos, tem-se um desvio de função dos objetos, pois foram transformados em novos produtos em um contexto de uso distinto daquele para o qual foram pensados, como a mala para os deslocamentos e viagens, e a porta como elemento arquitetônico que guarda a entrada da casa e o contato com o exterior.

Os conceitos DIY, reuso e desvios de função têm em comum uma característica de personalização da decoração, e oferecem uma perspectiva de intervenção, modificação e individualização dos interiores domésticos. Esses conceitos questionam a ideia de função dos objetos, convidando a uma reflexão sobre o papel da função, significado e uso desses objetos.

## O DESAFIO À CATEGORIZAÇÃO: REUSO, DIY E DESVIOS DE FUNÇÃO

O reuso é um conceito muito em voga nos últimos anos, tendo sido adotado por designers e arquitetos preocupados com os impactos ambientais de objetos descartados de modo inadequado, com a obsolescência e com o surgimento de novos produtos, materiais e acabamentos. A proposta é reaproveitar um material ou objeto com novos usos e aplicações, porém

com poucas modificações em sua estrutura original. Este procedimento geralmente é confundido com a reciclagem, processo pelo qual o material sofre transformação, convertendo-se em um novo produto. A reutilização pode ser entendida como “(...) um segundo uso de produtos, ou de suas partes, previamente descartados/eliminados” (MANZINI; VEZZOLI, 2002, p. 201).

O reuso é semelhante e confunde-se com outra prática que pretende desafiar o tempo de vida dos produtos, o DIY. O conceito DIY surgiu nos Estados Unidos (EUA) durante a Segunda Guerra Mundial, no cenário de escassez de materiais e produtos, que motivou uma atitude de produção e reutilização de tecidos, peças de roupa e materiais diversos. As primeiras manifestações DIY estavam associadas à ideia de produção de bens a partir da falta ou dificuldade em se encontrar certos itens no mercado. Vem daí muito provavelmente a associação com o improviso, com uma certa precariedade que lhe é atribuída equivocadamente. Na década de 1960, com os movimentos de contracultura e o movimento hippie, o conceito ganha força, como oposição à cultura de massa, às mídias e à disseminação do consumo (PRADO, 2011).

Nos anos 1970, a proposta DIY é adotada e vinculada ao movimento punk, com caráter anticapitalista e anticonsumista, que defendia a responsabilidade individual pelas escolhas de consumo, desde alimentação, música, roupas, etc. A cultura punk pregava que as pessoas produzissem o que consumissem, estimulando a produção e circulação de fanzines, álbuns, músicas, roupas. Para McKay (1998) autor de *DIY culture – party & protest in nineties Britain*, acontece uma **nostalgia crítica** em relação ao DIY, pois o conceito surgiu como reação ao consumo e posteriormente tornou-se algo comercial.

A Cultura DIY, uma juventude centrada de um grupo de interesses e práticas em torno do radicalismo verde, ações políticas diretas, novos sons musicais e experiências, é um tipo de contracultura dos anos 1990. A Cultura DIY gosta de pensar que este é o caso e isto é suficiente por hora. (...) A Cultura DIY é uma combinação de ação inspirada, narcisismo, arrogância juvenil, princípio, historicismo, idealismo, indulgência, criatividade, plágio (MCKAY, 1998, p. 2).

Já os desvios de função estão diretamente associados à ideia de função dos objetos. A noção de função ainda é polêmica no design, sendo quase um dogma. O termo função faz parte das discussões sobre design desde o início do século XX, quando várias ideias, “(...) agrupadas sob o termo gené-



rico de 'funcionalismo', articularam os conceitos de design que rejeitavam a decoração floreada do século XIX" (HESKETT, 2008, p. 34). A função, neste caso, era atribuída aos fatores práticos ou utilitários de um produto, que deveriam substituir aspectos decorativos ou ornamentais considerados desnecessários. Os aspectos visíveis do produto seriam os elementos fundamentais para uma compreensão correta de seu funcionamento. Miller (2013, p. 70) recorda o papel da função na classificação dos objetos do cotidiano e sua importância como pensamento acadêmico:

A função ainda é nosso equipamento-padrão quando avançamos rumo a qualquer explicação acerca de por que temos o que temos. É o modo como rotulamos bens, desde frigideiras até trajes de banho. Contudo, além de dominar relações familiares com coisas, ela também oferece uma poderosa trajetória do pensamento acadêmico. O adágio "a forma segue a função" ficou famoso no Modernismo e continua a ser um tropo no design e na arquitetura.

Heskett (2002) propõe uma definição mais específica de função e sugere a subdivisão do termo em utilidade e significado. A utilidade define-se pela qualidade de adequação ao uso. Assim, uma cadeira é funcional à medida que atende os usos que compõem o sentar, levando em conta aspectos como conforto, proporção, resistência, entre outros. A utilidade está relacionada a como os produtos funcionam e à eficiência com que isso acontece.

O significado, para Heskett (2002, p. 37), "(...) explica como as formas podem assumir sentido próprio de acordo com a maneira como são usadas, ou os papéis e valores a elas atribuídos, não raro se tornando símbolos ou ícones consistentes dos costumes e hábitos". Esta concepção de significado é semelhante ao argumento de Cardoso (1998, p. 28, grifo do autor), que acredita poder o design ser pensado como atividade capaz de:

(...) investir os objetos materiais de significados alheios à natureza essencial. Quando um designer projeta um novo teclado de computador, por exemplo, pode introduzir toda uma série de significados bem mais complexos do que aqueles relativos ao que costuma ser chamado (de modo ingênuo, aliás) de **função** do objeto.

A relação entre função como algo inerente ao artefato, ou essencial, ou ainda perceptível em sua configuração formal omite uma discussão mais complexa sobre os artefatos e a influência que exercem no cotidiano.

## AS CONTRIBUIÇÕES DO DESIGN POP E DO DESIGN PÓS-MODERNO

Os questionamentos sobre o papel da função e a ênfase na valorização do significado e da experiência na relação com os artefatos eram os temas discutidos no design pop dos anos 1960 e no design pós-moderno das décadas de 1970 e 1980. O design pop e o design pós-moderno desafiaram as noções tradicionais e modernistas da racionalidade e função prática dos produtos, imprimindo irreverência, críticas e novas posturas nos projetos daquele período. O contexto da década de 1960, na qual se desenvolveu a arte pop, caracterizou-se pela consolidação do consumo de massa na sociedade. Os jovens urbanos, provenientes da classe média, e que haviam assistido ao boom do consumo do pós-guerra, desejavam "(...) mudança e variedade em vez de permanência e uniformidade" (TAMBINI, 1997, p. 22). Era nesse clima de euforia e transitoriedade que a sociedade passou a adotar comportamentos ligados ao consumo, divulgados através dos novos meios de comunicação em massa, como o cinema e a televisão.

No design pop eram frequentes as apropriações, como nas imagens dos ídolos do rock que estampavam as camisetas, bótons e outros artefatos que se aproximavam dos *souvenirs* das feiras populares e parques de diversão. Artistas americanos faziam experiências, e "(...) a Pop começou a manifestar-se nos objetos de uso diário, pois os designers enveredaram por uma aproximação menos séria e mais jovem do que a que era oferecida pelo Good Design dos anos 50" (FIELL, 2005, p. 565).

O mobiliário ganhou novas formas curvas e lúdicas, brincando com a percepção dos usuários ao sugerir ambientes futuristas e fantasiosos, propondo e reorganizando as estruturas dos móveis, considerando as posturas corporais, com propostas mais livres e informais (figura 4). Os móveis, luminárias e ambientes de Joe Colombo (Figura 3) permitem associações múltiplas, através do uso das cores, dos formatos, dos materiais, das composições em módulos rearranjados pelos usuários.



Figura 3 – O ambiente futurista *Visiona habitat of the future*

Fonte: Garner (2008).



Figura 4 – *Tube chair*: criação do designer Joe Colombo (1969)

Fonte: The Metropolitan Museum of Art (2018).

Os designers pós-modernos advertiram que, com o excesso de racionalismo e funcionalismo, os indivíduos não identificavam histórias, narrativas ou estabeleciam relações afetivas e memórias com o espaço urbano e também na experiência com produtos.

O pensamento pós-moderno no design tinha como objetivo refletir sobre o poder dos espaços e artefatos, e a consequente produção de sentido na vida dos indivíduos. Neste contexto, surgiram propostas criativas, críticas e perturbadoras, como as do designer italiano Alessandro Mendini (figuras 5 e 6), que defendia conceitos como o redesign, com o objetivo de "(...) concluir, de modo humorístico, que a verdadeira inovação no design não era possível, atendendo ao que já fora feito antes" (FIELL, 2005, p. 467).

Mellini inverteu e ironizou noções do bom gosto e do *kitsch*, trabalhou com produtos do cotidiano, retirando-os do seu contexto comum para transformá-los em objetos da alta cultura; em experiências que ficaram conhecidas como design banal. Mellini acreditava que “(...) o planejamento do banal pode ser visto como um pensamento revolucionário no design” (BÜRDEK, 2006, p. 136). O designer enfatizava a banalidade dos objetos com o uso de cores brilhantes e ornamentações sarcásticas, e brincou com alguns ícones do design modernista, aos quais ele aplicava decorações que os descaracterizam.



Figura 5 – A cadeira *Wassily*, de Marcel Breuer, com intervenções de Mellini (década de 1980)

Fonte: Wright (2007).



Figura 6 – Criação de Alessandro Mellini: *Kandissi sofa* (1978)

Fonte: Artnet (2018).

Os desvios de função costumam desafiar a percepção de função e uso de artefatos, conferindo certo poder de ação e escolha por parte de usuários/as, que realizam intervenções nos objetos. Akrich (1998) distingue quatro formas de intervenção dos usuários sobre os objetos e os seus usos pres-

critos: deslocamento, adaptação, extensão e desvio. Akrich define os desvios de função como transgressões e exceções, que ultrapassam ou ignoram funções originais. Os desvios de função, reuso e DIY são conceitos e práticas que possuem em comum uma intervenção criativa e individual. São modificações e transformações que indivíduos imprimem aos artefatos, diferenciando-os dos demais produtos, aqueles fabricados em série para o grande público.

## INDIVIDUALIDADE E OBJETIFICAÇÃO

As ideias de diferenciação e individualização são reforçadas e ampliadas nas práticas DIY e no *bricolage club*, termo usado por Attfield (2000) para discutir consumo, escolha e estilo de vida. O termo *bricolage* "(...) é usado por antropólogos para descrever o processo usado por grupos particulares para **pensar** o seu mundo numa lógica material própria e por meio da improvisação e apropriação de produtos de forma inadequada"<sup>2</sup> (ATTFIELD, 2000, p. 209). O termo *culture club* é usado para descrever um estilo ou comportamento adotado como forma de pertencer a um subgrupo particular, que não seja vinculado às regras de moda de uma cultura dominante. Attfield (2000,p.209) compara os comportamentos de membros do *bricolage* e do *culture club*:

Tanto em *bricolage* quanto em *culture club*, o estilo depende da hibridação de estilos **adequados** através de um processo amador de **re** ou **desorganização**, utilizando elementos díspares, que não devem ser considerados necessariamente como "harmônicos", ou adaptados para fazer um estilo pessoal de expressão que, ao mesmo tempo, anuncia o membro como pertencente a um **culture club** particular<sup>3</sup>.

Attfield (2000) considera que o DIY e o *bricolage club* podem ser pensados a partir de duas visões semelhantes, porém opostas, sobre o consumo: o conceito de escolha e o de estilo de vida. O conceito de escolha representa o ponto de vista individual do consumidor, com o direito e a liberdade de escolher comprar ou desistir. A noção de escolha refere-se a um grau de empoderamento, reforçado pela crença de que o consumidor não é tão manipulável quanto acreditamos. Já o conceito de estilo de vida é representado por alguns críticos como uma forma de vida falsa, imposta aos consumidores por empresários gananciosos, e tem como referência possível, ainda que

---

2 Texto original: "Bricolage is used by anthropologists to describe the process used by particular groups to **think** their world in a material logic of their own by means of improvisation and appropriating commodities inappropriately".

3 Texto original: "In the cases of both *bricolage* and *culture club*, style depends on the hybridisation of **proper** styles through a process of amateur re- or rather dis-organisation, using disparate elements that would not necessarily be considered to **go together**, or adapted to make up a personal style of self-expression which at the same time announces membership of a particular **culture club**".

inatingível, a vida real. Attfield (2000, p. 208) lembra que as “(...) práticas de consumo cotidianas representam um grau de controle e decisão autoconsciente”<sup>4</sup>, mais do que a simples aceitação da manipulação e consequente reprodução de imposições publicitárias.

Deste modo, o DIY é uma boa oportunidade para se refletir sobre o papel de consumidores no exercício autoconsciente de escolha, ao mesmo tempo em que se questionam as imposições e manipulações publicitárias disfarçadas nas representações de estilo de vida.

Tanto o *bricolage* quanto o DIY são conceitos que permitem uma intervenção nos objetos e produtos da decoração, e oferecem possibilidade de expressão da identidade e personalidade no espaço da casa. No blog *Homens da Casa* o conceito DIY é apresentado como solução para vários tipos de problemas: como solução criativa para personalizar a decoração e diferenciá-la dos projetos comerciais e das lojas; como alternativa econômica para quem não tem recursos financeiros para decorar; e como forma de imprimir um caráter pessoal e individual à casa. As postagens no formato passo-a-passo apresentam etapas de construção dos produtos, com descrições bem-humoradas sobre ferramentas, utensílios, nível de dificuldade de execução, como no exemplo da transformação de um tambor de óleo em móvel para bar, que mostrava várias fotografias do tambor e as aplicações de tinta e lixas até chegar ao resultado final. Nos textos, é possível perceber a proposta de interação com o público, com seguidores/as do blog, reforçando a noção de um *culture club* particular.



Figuras 7 – O tambor, que foi lixado para eliminar ferrugem e recebeu acabamento para se transformar em um bar

Fonte: Mendes (2014).

---

4 Texto original: “But rather than exhibiting extravagant profligacy most everyday consumption practice represents a degree of control and self-conscious decision making which has been amply justified in research on consumption and shopping habits”.

Tanto o DIY e o *bricolage club* são conceitos que partem da ideia de personalização por parte de usuários/as, de "(...) individualizar suas casas e transformá-las do ordinário em extraordinário"<sup>5</sup> (ATTFIELD, 2000, p. 206). Esta ideia de diferenciação é sempre destacada nos textos do blog como a principal motivação para personalizar e individualizar objetos na decoração (figura 7). Nesse sentido, os blogs de decoração no estilo DIY também se aproximam do *bricolage club* ao compartilharem sugestões e etapas de desenvolvimento dos objetos para leitores/as que se interessam e adotam a personalização nos seus interiores domésticos.

Como acredita Attfield (2000, p. 206), as possibilidades de intervenções na decoração refletem um comportamento pautado pela escolha de "(...) imprimir identidade própria à decoração e ao lar, como um meio de obter propriedade, mesmo que figurativamente"<sup>6</sup>. Esta propriedade está relacionada com a noção de agência, de se realizar escolhas conscientes e ter expectativa de poder de decisão. Pode ser pensada como uma resistência aos padrões ditados pela moda na decoração de interiores, como espaço de conflito na arena do consumo, onde as intervenções sugerem maior liberdade no exercício de afirmação de identidade e personalidade.

As práticas que defendem a participação de usuários/as expressam as tensões entre a ideia de manipulação do consumidor e a noção de empoderamento e agência oferecida pelo DIY (ATTFIELD, 2000). Revelam ainda uma questão de pertencimento a um grupo seleto de pessoas que desejam individualizar suas casas, numa tentativa de torná-las especiais, únicas. Este grupo compreende indivíduos com algum conhecimento sobre as práticas apresentadas, como o conhecimento e posse de algumas ferramentas (ferradeiras, lixadeiras, por exemplo) além de saber como manipular tintas e vernizes, e alguma habilidade e tempo para pesquisas sobre os processos de intervenção e transformação de objetos. Somente encontrar um tambor de óleo usado não é suficiente para percebê-lo como potencial objeto de decoração; é preciso educar o olhar com publicações que tratam do tema e utilizam exemplos, um dos papéis dos blogs de decoração no estilo DIY.

---

5 Texto original: "What has been observed from the transformation of house into home through decorating and DIY improvements, both to owner-occupier and rented accommodation, is that occupants wanted to individualise their homes and turn them from ordinary to extraordinary – in the sense of being special to them alone though not necessarily eccentric or unusual".

6 Texto original: "New décor was a way of imprinting their homes with their own identity as a way of gaining ownership, if only figuratively".



Ao mesmo tempo em que reforçam o caráter individual, a criatividade e a livre expressão da personalidade, a revista *Casa e Jardim* e o blog *Homens da Casa* sugerem como esta subjetividade deve acontecer. Exemplos que exaltam imperfeições de certos tipos de objetos em detrimento de outros, por exemplo, demonstram que as escolhas não são tão livres quanto parecem ser e que esta liberdade deve ser negociada num espaço de tensões do consumo, entre as imposições e as escolhas.

Os blogs de decoração funcionam como um *bricolage club*, reunindo interesses de um subgrupo cultural, no sentido de estarem à margem das chamadas tendências de decoração que são publicadas nas revistas de grande circulação em alguns casos, e de serem consideradas expressões menores por críticas elitistas que priorizam a autoria de profissionais renomados e permanecem classificando práticas DIY e de *bricolage* como amadoras e improvisadas, desvalorizando seus resultados como acasos criativos ou ainda como soluções precárias resultantes da escassez de recursos. Novamente, tem-se uma discussão sobre adequação e elementos díspares, segundo Attfield (2000), que não parecem e não são entendidos como harmônicos.

As práticas do DIY, reuso e desvios de função estão relacionadas com a ideia de personalização e individualidade. Os discursos da revista *Casa e Jardim* e do blog *Homens da Casa* reforçam a noção de uma decoração original, e de uma personalidade igualmente criativa, única. Esses conceitos são observados também na valorização da personalização associada à coleção de objetos antigos, ou objetos antigos e usados adaptados a novos contextos de uso e função. Dessa forma, a personalização e a individualidade dialogam com a questão do tempo na decoração.

## INDIVIDUALIDADE E PERSONALIZAÇÃO: A EXALTAÇÃO DO SINGULAR

A ênfase na personalização da decoração, como sinônimo da própria individualidade singular, está presente em matérias publicadas pela revista *Casa e Jardim*, entre 2009 e 2013. Algumas matérias privilegiam o que a revista chama de garimpo: selecionar peças de design assinado, ou valorizadas na história do design, principalmente o design moderno, com o objetivo de personalizar a decoração. Neste caso, a valorização da individualidade reside



no conhecimento necessário para a escolha das peças-chave a serem restauradas. O garimpo é o dom de saber escolher e saber como reformar: “(...) as peças não precisam estar em perfeito estado. Sempre dá para restaurá-las ou até personalizá-las com intervenções” (DÊGELO, 2011, p. 81).

A ideia de garimpo também representa um tipo de pertencimento a um determinado grupo, porém não um subgrupo no sentido do DIY ou do *bricolage*, mas de um seletivo grupo que possui conhecimento para garimpar peças, materiais e objetos (figura 9 e 10). A matéria da revista *Casa e Jardim* intitulada *Dom de garimpar* apresenta o proprietário de um apartamento como alguém que “Onde todos veem sujeira, buracos e pichações, seus olhos treinados enxergam diamantes” (ULIANA, 2015). Ao mesmo tempo em que a revista sugere certa liberdade de escolha, por meio do que chama de garimpo, também define quem possui as condições necessárias para efetuar este garimpo, reforçando a questão da individualidade na decoração como consequência da singularidade de quem a decora. A questão do extraordinário, neste caso, é representada pelos objetos escolhidos para compor a decoração e reforçada pela personalidade de quem escolheu esses objetos.



Figura 9 – O dom de garimpar: peças variadas como a mesa de anão de jardim e os vasos dourados trincados ou lascados, expostos na mesa  
Fonte: Casa e Jardim (2015).



Figura 10 – O banco de madeira com riscos e cortes foi escolhido pelas marcas de uso e efeito da ação do tempo

Fonte: Casa e Jardim (2015).

A noção de imperfeição também sugere um carácter extraordinário à decoração de interiores domésticos na revista *Casa e Jardim*. Neste caso, são considerados elementos para a construção de uma decoração singular, objetos antigos, usados e com marcas de uso, ou aqueles desviados de sua função comum e reutilizados com novos significados. Portões de ferro da entrada de uma residência podem se transformar em cabeceira de cama; ou um tampo de mármore rachado pelo uso pode ser um bom exemplo da aceitação da ação do tempo sobre objetos e materiais (figura 11 e 12). A revista exalta esta possibilidade na decoração: “Sem pudores, [a imperfeição] desafia o impecável e propõe um jeito simples de enxergar o belo. As trincas, as ferrugens e os carcomidos contam histórias de família e momentos de felicidade. Celebre a beleza do imperfeito” (QUINTAS; LAUTON, 2013). Esta exaltação do imperfeito acontece com certos tipos de objetos, reforçando novamente a ideia de um olhar treinado, de um conhecimento valorizado e celebrado. Embora os objetos pareçam resultar de improvisos, de soluções inspiradas pelo momento e por este sentimento de aceitação da condição de uso e das imperfeições neles impressas, revelam-se, ao contrário, como práticas bem definidas pelo desvio, reuso e pela escolha de peças específicas.



Figura 11 – Malas transformadas em mesas e garrafas de vidro convertidas em vasos de flores

Fonte: Casa e Jardim (2013).

Nota: Os ambientes imperfeitos sugeridos na revista *Casa e Jardim* propõem soluções baseadas no reuso e nos desvios de função.



Figura 12 – O quarto exibe cabeceira de cama feita com um antigo portão de ferro

Fonte: Casa e Jardim (2013).

Nota: Os ambientes imperfeitos sugeridos na revista *Casa e Jardim* propõem soluções baseadas no reuso e nos desvios de função.

Outro aspecto importante, discutido na decoração dos interiores domésticos e valorizado como um caráter extraordinário e de personalização pela revista *Casa e Jardim*, é o tempo. Ou melhor, a relação com o tempo, que acontece de várias maneiras distintas:

- a) a imperfeição dos objetos antigos;
- b) a restauração de clássicos do design;
- c) os objetos pessoais ou de família.

A imperfeição é celebrada e valorizada nos objetos antigos, de família ou não, pois o que é valorizado é a qualidade do material, o tempo (período histórico ou artístico) ao qual pertence. A restauração se baseia no pressuposto semelhante, da qualidade de materiais, de acabamentos, mas principalmente do design original, como índice de uma determinada época, geralmente são exemplos do design moderno, da produção do design moderno de mobiliário brasileiro ou internacional.

Já no caso dos objetos de família, a ênfase recai na subjetividade, com foco na memória e narrativas pessoais. Peças de família, em bom estado ou nem tanto, conferem uma identidade particular e vivacidade à decoração, como sugere matéria da revista *Casa e Jardim*, que recomenda privilegiar “aspectos emocionais como memórias de família, boas histórias, aromas, sons, texturas e suavidade visual (simplicidade, não monotonia)” (SCOLFORO, 2011, p.96). Os conselhos na revista defendem que coleções e objetos de família possuem uma história, que torna a decoração singular; mais ainda, que materializam uma narrativa pessoal ou de família. Esta ênfase na história, materializada pelos objetos, convida a uma reflexão sobre a noção de tempo associada aos objetos e à decoração. Num primeiro momento, a ênfase nas coleções e objetos que contenham alguma história ou pertençam a um determinado período, sugere um interesse em manter viva a memória, preservando-se épocas, viagens, momentos em família. Contudo, a busca por narrativas, memórias e histórias revela-se mais uma estratégia de afirmação de identidades, no sentido de pertencimento, como aponta Attfield (2000), do que uma ligação efetiva entre passado e presente. Constitui uma noção mais subjetiva de tempo como uma narrativa pessoal e individual, que exalta o passado com certo ar de nostalgia de um tempo não vivido.

Esta noção de ‘tempo histórico’, entretanto, tem pouco a ver com a História porque toma o lugar no interior de uma narrativa fechada, na qual não há o perigo de um final surpreendente. Tem mais a ver com a evocação de História, uma vez que não há ligação com a realidade do presente e o “passado” é reconfortante

em sua familiaridade – que empresta um sentido de pertencimento, mas também é intrigante em sua capacidade de estimular o desejo, a saudade de um passado que não pode realmente ser trazido à vida, como em uma evasão de mortalidade (ATTFIELD, 2000, p. 223-224)<sup>7</sup>.

O tempo é um aspecto da subjetividade, que se propõe materializar como caráter extraordinário no interior doméstico, ao mesmo tempo em que oferece suporte para individualidade, para a singularidade da personalidade individual, em oposição ao que é considerado coletivo, igual, comum, ordinário.

O tempo é experiência do de muitas maneiras diferentes, através do corpo, das rotinas da vida cotidiana, das diferentes fases do ciclo de vida, dos eventos incomuns, através da memória e da história. É fantasioso e romanceado via lembranças nostálgicas inventadas e futuros imaginados que fazem parte das representações culturais e narrativas que trabalham para oferecer às pessoas um senso de identidade – de viver em seu próprio tempo. No nível mais básico, o tempo é uma das dimensões que orienta a subjetividade em termos de uma **vida** individual e da agência que a existência autoconsciente engendra – a oportunidade (ou não, conforme o caso) para fazer **escolhas de vida** na antecipação de morte (ATTFIELD, 2000, p. 216)<sup>8</sup>.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cultura material tem como proposta estudar as relações complexas entre pessoas e objetos e como as mediações, relações e tensões acontecem. Na cultura material, a ênfase reside na relação entre pessoas e coisas, não em uma oposição, pois, como acredita Miller (2013, p. 66), “(...) as coisas fazem as pessoas”. Nesse sentido, podemos refletir sobre a relação que as pessoas que utilizam conceitos e práticas como reuso, desvios de função e

---

7 Texto original: “That kind of **historic time** however has little to do with History because it takes place within a closed narrative in which there is no danger of a surprise ending. It has more to do with evocation than History since there is no link with the reality of the present. The **past** is comforting in its familiarity – it lends a sense of belonging, but is also intriguing in its capacity to stimulate desire, the longing for a past that cannot really be brought to life, an evasion of mortality”.

8 Texto original: “Time is experienced in many different ways through the body, the routines of everyday life, the different phases of the life cycle, unusual events, through memory and history. It is fantasised and romanticised via invented nostalgic recollections, and imagined futures that form part of the cultural representations and narratives that work their part in giving people a sense of identity – of living in their own time. At the most basic level, time is one of the dimensions that orients subjectivity in terms of an individual **lifetime** and the agency such a self-conscious awareness of existence engenders – the opportunity (or not, as the case may be) for making **life choices** in the anticipation of death”.

DIY, estabelecem com e por meio dos objetos. Esta relação é mediada por valores sociais e culturais, e podemos perceber a importância de se discutir a relação e interação com os objetos pela cultura material, pois, como acredita Attfield (2000, p. 125), “(...) o objeto da cultura material, em vez de separar, funde sujeito e objeto como uma relação social”<sup>9</sup>.

Os objetos participam da construção de identidades, servindo como marcadores e como portadores de significados na experiência cotidiana, estabelecendo mediações entre o mundo subjetivo e o exterior, juntamente com as interações sociais.

O artefato – a coisa fabricada por meio da tecnologia humana – ao mesmo tempo também se refere ao objeto no senso da cultura material que desafia a dualidade do pensamento Cartesiano que separa natureza da cultura e forma do conteúdo, e portanto a coisa física da ideia que a deu forma em primeiro lugar, ou os significados que a revertem no curso de sua existência (ATTFIELD, 2000, p. 125)<sup>10</sup>.

Os conceitos que propõem a personalização da decoração, como reuso, desvios de função e o DIY reforçam a importância da expressão da individualidade nos interiores domésticos. Esta expressão da identidade, sugerida através de artefatos do cotidiano, demonstra o papel da construção e afirmação de identidades como valores subjetivos, em sua interação com o mundo exterior. Os conceitos discutidos neste capítulo sugerem a possibilidade de agência individual, evocando o poder de escolha na criação de estilos de vida, materializados na decoração. Ao mesmo tempo em que a revista *Casa e Jardim* e o blog *Homens da Casa* enfatizam a individualidade como um valor de criatividade, identidade e singularidade, reforçam e reproduzem meios ou formas de se materializar esta personalidade. Assim, acabam por demonstrar que as escolhas individuais são constantemente negociadas e reorganizadas na interação com normas e valores socialmente compartilhados.

---

9 Texto original: “The material culture object, rather than splitting, conflates subject and object as a social relation”.

10 Texto original: “The artefact – the thing fabricated by means of human technology – at the same time also refers to the object in the material-culture sense which defies the duality of Cartesian thought that separates nature from culture and form from content, and therefore the physical thing from the idea that gave it form in the first place, or the meanings that it accrues in the course of its existence”.

## REFERÊNCIAS

- AKRICH, M. Representações de usuário: práticas, métodos e sociologia. (1995). Tradução de Fernando Manso. Título original: *User Representations: Practices, Methods and Sociology* p. 167-184. In: Rip, Arie et alii. **Managing Technology in Society – The approach of Constructive Technology Assessment**. New York: Pinter, 1995. p. 167-184.
- ARTNET. **Past auction**. Disponível em: <http://www.artnet.com/artists/alessandro-mendini/kandissi-collection-alchimia-bauhaus-1-sofa-yBNocHvOluX66NRHN038WQ2>. Acesso em: 07 dez. 2018.
- ATTFIELD, J. **Wild things: the material culture of everyday life**. New York: Berg Publishers, 2000.
- BÜRDEK, Bernhard. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- CARDOSO, R. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. **Revista Arcos**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 14-39, 1998. Disponível em: <https://almodotblog.files.wordpress.com/2017/04/design-cultura-material-e-fetichismo-dos-objetos.pdf>. Acesso em: 07 dez. 2018.
- CASA E JARDIM. **A nova simplicidade**. 2013. Disponível em: <https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Decoracao/Ambientes/noticia/2013/05/nova-simplicidade.html>. Acesso em: 08 dez. 2018.
- CASA E JARDIM. **Faça você mesmo**. Disponível em: <http://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Galeria-de-fotos/fotos/2013/07/faca-voce-mesmo.html#F5>. Acesso em: 07 dez. 2018.
- CASA E JARDIM. **Móveis usados, objetos de design e artesanato: 170 m<sup>2</sup> de garimpo na decoração**. 2015. Disponível em: <https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Decoracao/Estilo/Moderno/noticia/2013/05/dom-de-garimpar.html>. Acesso em: 07 dez. 2018.
- DÊGELO, M. Amor pelo desenho original. **Casa e Jardim**, São Paulo, n. 681, p. 74-81, out. 2011.
- FIELL, C.; FIELL, P. **Design do século XX**. Itália: Taschen, 2005.
- GARNER, Philippe. **Sixties Design**. Lisboa: Taschen, 2008.
- HESKETT, John. **Design**. São Paulo: Editora Ática, 2002.
- HOMENS DA CASA. **Homens da Casa/Do Edu**. Disponível em: <https://doedu.co/blog/>. Acesso em: 07/06/2019.
- MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. Os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo, Edusp, 2002.
- MCKAY, G. **DIY culture: party & protest in nineties Britain**. London: New Left Books, 1998.
- MENDES, E. **Como fazer um barzinho de tambor: faça você mesmo**. 2014. Disponível em: <https://doedu.co/barzinho-de-tambor/>. Acesso em: 07 dez. 2018.



MENDES, E. **Mesa de mala**: faça você mesmo. 2013. Disponível em: <http://www.homensdacasa.net/mesa-de-mala/>. Acesso em: 07 dez. 2018.

METROPOLITAN MUSEUM OF ART. "Tube" Chair. Joe Colombo. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/1987.98.1a-d/>. Acesso em: 07/06/2019.

MILLER, D. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

PRADO, A. A volta da cultura do "faça você mesmo". **Super Interessante**, São Paulo, out. 2011. Disponível em: <https://super.abril.com.br/cultura/a-volta-da-cultura-do-faca-voce-mesmo/>. Acesso em: 07 dez. 2018.

QUINTAS, S.; LAUTON, T. A nova simplicidade. **Casa e Jardim**, jul. 2013. Disponível em: <https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Decoracao/Ambientes/noticia/2013/05/nova-simplicidade.html>. Acesso em: 08 dez. 2018.

SCOLFORO, C. O segredo é o morador. **Casa e Jardim**, São Paulo, n. 681, p. 96, out. 2011.

TAMBINI, M. **O design do século**. São Paulo: Ática, 1997.

ULIANA, N. Móveis usados, objetos de design e artesanato: 170 m<sup>2</sup> de garimpo na decoração. **Casa e Jardim**, 2015. Disponível em: <https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Decoracao/Estilo/Moderno/noticia/2013/05/dom-de-garimpar.html>. Acesso em: 07 dez. 2018.

ULIANA, Nuria. Dom de garimpar. **Casa e Jardim**, São Paulo, Editora Globo, n. 653, p. 68, jun. 2009.



**O VINTAGE E O RETRÔ  
COMO ESTRATÉGIAS DE  
PERSONALIZAÇÃO DE  
INTERIORES DOMÉSTICOS**

Ligia Cristina Battezzati  
Marinês Ribeiro dos Santos



## INTRODUÇÃO

A decoração contemporânea tem se apresentado em diferentes estilos nas vitrines de lojas, revistas e interiores domésticos. Entre estes estilos estão o uso de móveis e objetos classificados como vintage e retrô. Entendemos como vintage os artefatos cuja principal particularidade é ser originário de algum período do século XX. Os objetos classificados como retrô, por sua vez, têm características inspiradas em algum momento do passado, porém empregam tecnologias e materiais atuais em sua produção. Os atributos destes estilos podem também ser identificados em outras esferas, como a moda, a música e o cinema, além do design de produtos.

Neste texto discorreremos sobre os arranjos domésticos, a ordem decorativa, as relações entre os artefatos domésticos e o cotidiano das pessoas, os significados atribuídos aos objetos, a construção e a representação de identidades. A relação humana com um conjunto de artefatos que compõem um lar é capaz de indicar os valores de quem o habita, posições sociais, comportamentos e outras particularidades que sustentam suas relações com o mundo social. Temos como objetivo deste estudo compreender o sentido atribuído ao **lar** nas reportagens veiculadas pelas revistas especializadas em decoração, e relacionar os estilos vintage e retrô como possíveis estratégias que atendam às ideias de personalização e diferenciação de interiores domésticos.

A pesquisa das matérias que evidenciavam os estilos vintage e retrô foi desenvolvida mediante consultas às edições dos anos 2002 a 2011 das revistas *Casa Claudia* e *Casa e Jardim*, disponíveis no acervo da seção de periódicos da Biblioteca Pública do Paraná.

Conforme Santos (2010, p. 26), "(...) os interiores domésticos se definem tanto pelo espaço arquitetônico quanto pela disposição dos móveis e demais artefatos de uso ou decorativos escolhidos para organizar funcional e simbolicamente a vida cotidiana". A delimitação deste estudo em interiores domésticos justifica-se pela natureza das fontes escolhidas para o desenvolvimento da pesquisa, que são as revistas *Casa Claudia* e *Casa e Jardim* – periódicos especializados em decoração doméstica – em circulação atualmente no Brasil. Nestas revistas encontram-se sugestões de como compor arranjos domésticos, como direcionar a escolha de móveis e objetos, além de dicas de profissionais e entrevistas que contam experiências de alguns proprietários

de residências apresentadas nas reportagens. A escolha desses dois títulos tem como premissa a similaridade no conteúdo e nas abordagens acerca das questões de interiores domésticos, dos tipos de reportagens que publicam e com relação ao público que atingem.

A utilização das revistas especializadas em decoração como fonte de pesquisa direciona a atenção à articulação entre discursos textuais e imagéticos que, segundo Santos (2010, p. 26), constroem e fazem circular significados que "(...) medeiam a produção e o consumo dos artefatos". Nas revistas de decoração, imagens e textos se complementam constantemente e, por isso, têm igual importância para a compreensão das reportagens publicadas. Santos (2010, p. 27-28) classifica as revistas de decoração como "(...) mídias de estilo de vida(...)", já que "(...) produzem, divulgam e legitimam formas particulares de conhecimentos, valores e comportamentos". As revistas divulgam certos tipos de convívio doméstico, de modos de viver e podem servir como fonte de inspiração para a criação de identidades individuais e coletivas.

Os arranjos domésticos e os objetos de design carregam significados conforme o contexto social e cultural em que estão inseridos. Karsaklian (2004) considera que os produtos são consumidos pela sociedade não apenas pelo seu valor de uso ou por necessidade, mas também pelo valor simbólico a eles atribuído. Os artefatos assumem o papel de agentes reguladores, mas também são regulados pelas pessoas, conforme seu estilo de vida. Para Lazer (1994 apud KARSAKLIAN, 2004, p. 132), "(...) o estilo de vida é determinado por elementos como a cultura, o simbolismo dos objetos e os valores morais. Em certo sentido, o conjunto das compras e dos modos de consumo reflete o estilo de vida de uma sociedade". Dessa forma, as coisas que consumimos, vestimos e admiramos são representações das nossas escolhas diante de uma vasta diversidade cultural.

Forty (2007, p. 131) relata 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 de lugar". Nesse contexto, esta pesquisa contribui no sentido de problematizar, através dos discursos das revistas de decoração, aspectos acerca de como os lares são constituídos pelas pessoas e, numa relação recíproca, como estas pessoas se constituem através dos objetos que escolhem para compor o interior de suas casas. Os

usos dos estilos vintage e retrô, especificamente, podem funcionar como estratégias para uma constituição pessoal diferenciada – localizada, sobretudo, no registro das classes médias e altas –, que pode ser representada pela decoração personalizada dos lares.

Este texto está organizado a partir da discussão de duas temáticas principais. A primeira concerne à discussão dos significados associados à ideia de **lar** nas revistas de decoração. Em seguida, voltamos o foco para a compreensão do modo como os estilos vintage e retrô são representados nas revistas de decoração, visando ressaltar a importância da cultura material como suporte para a construção de modelos de estilos de vida. Também nos interessa o caráter normativo relacionado às formas de combinar tais elementos nos arranjos decorativos contemporâneos.

## **LAR: SIGNIFICADO PELAS REVISTAS DE DECORAÇÃO**

O lar pode ser considerado um ambiente de construção e de representação das identidades sociais. Para Baudrillard (2009, p. 73), a casa é “(...) o campo privado da habitação que reúne a quase totalidade de nossos objetos cotidianos”. Todo o conjunto de objetos arranjados no interior de um lar compõe uma ordenação decorativa. Carvalho (2008) se refere à moradia como um espaço composto por objetos que atendem a necessidades individuais e expressam situações sociais. A referida autora (CARVALHO, 2008, p. 275) compreende a decoração como um fenômeno de estetização da casa que abarca “(...) todo o embelezamento dos cômodos que inclui o tratamento das paredes, janelas e assoalho, a escolha e arranjo do mobiliário e de seus acessórios”.

Assumindo o papel de veículos que sugerem, constroem e regulam os arranjos decorativos como formas de representação cultural, as revistas de decoração são mídias de estilos de vida que veiculam sensações e significados associados à noção do que um lar ideal deve representar na vida das pessoas. Os discursos das revistas podem sugerir maneiras de personalização dos ambientes domésticos, relacionando o arranjo decorativo com as identidades das pessoas.

A revista *Casa e Jardim* de dezembro de 2004 apresenta a matéria *Sua casa, sua cara* (Figura 1), cujo título vem seguido do comentário: “Qual a graça de rodear-se de coisas que não têm a ver com você? Melhor reeditar a pol-

trona herdada da avó, ter as flores preferidas sempre por perto e as coleções expostas. É o seu lar com seu cheiro e seu jeito!” (SUA CASA, SUA CARA, 2004, p. 100). A mensagem transmitida pela reportagem é a de buscar caminhos para fugir da “(...) síndrome do apartamento decorado em mostra de arquitetura”, que acaba resultando em uma decoração comum, que “(...) aparece em todos os catálogos de loja” (SUA CASA, SUA CARA, 2004, p. 100).



Figura 1 – Casa com personalidade  
 Fonte: Sua casa, sua cara (2004).

Na reportagem, ilustrada na Figura 1, fica clara a intenção de sugerir a importância de se compor uma casa com **personalidade**, que retrate o morador em cada detalhe. Entre as ideias apresentadas, estão o uso de objetos que tenham a ver com crenças particulares, com o gosto por determinados tipos de flores, com a exposição de fotos de momentos considerados especiais, com o uso da cor favorita em alguma parede de destaque, com a exposição de coleções do que quer que seja e com a expressão de senso de humor. Assim, “(...) vale misturar o novo com o velho, o moderno com o fora de moda e outras combinações que resultem em um todo que seja a sua cara” (SUA CASA, SUA CARA, 2004, p. 100).

A matéria sugere pensar a casa como um lugar em que se pode explorar cores, texturas, formas, perfumes – sempre de acordo com a personalidade do morador e com a sua maneira de encarar a vida. O que parece uma prática difícil pode se tornar possível a partir de observações do cotidiano como, por exemplo, pensar nos filmes em cujas locações já se teve **vontade de morar**, pensar nas casas idealizadas para as bonecas na infância, que se associa às brincadeiras femininas, recortes de fotos, ilustrações de revistas, tudo o que desperta algum tipo de emoção. A dica é fazer esses recortes e agrupá-los em forma de colagem em uma cartolina. Assim, será possível “(...) enxergar uma porção de imagens que não fazem parte da sua vida por mera distração” (SUA CASA, SUA CARA, 2004, p. 101).

Na Figura 1, merecem destaque a imagem da mulher e o título da seção **A casa como ela é**, no canto superior esquerdo. A mulher está deitada de bruços, em uma posição descontraída, segurando na mão um espelho, que supostamente reflete seu rosto sorridente. A relação desta imagem com o título da seção dá margem à interpretação de que o enunciado se refere à casa como a mulher é, ou seja, como tradução da sua identidade, personalidade, preferências. A reportagem deixa claro que a intenção é compor uma casa com **personalidade**, que retrate a moradora em cada detalhe. Sendo assim, “(...) vale misturar o novo com o velho, o moderno com o fora de moda e outras combinações que resultem em um todo que seja a sua cara” (SUA CASA, SUA CARA, 2004, p. 101). Aqui cabe a reflexão de que há uma relação de reciprocidade relacionada à cultura material, pois, tanto a casa pode representar a **cara** de quem mora nela, quanto as pessoas podem ser constituídas pela casa onde moram (MILLER, 2013).

Essas cargas de significados sociais e culturais nos constituem como seres humanos. Cresto (2012, p. 36) assinala que “(...) nossos objetos são biografias de nós mesmos, são traços de nossa personalidade e de nossa existência. Deixamos nossas marcas pelo mundo por meio dos objetos que escolhemos e com os quais nos relacionamos”. Miller (2013, p. 21) considera que os objetos são “(...) signos e símbolos que nos representam (...)”, e complementa: “(...) as coisas fazem as pessoas (...)” (MILLER, 2013, p. 37). Para o autor:

Quanto menos tivermos consciência deles, mais conseguem determinar nossas expectativas, estabelecendo o cenário e assegurando o comportamento apropriado, sem se submeter a questionamentos. Eles determinam o que ocorre à medida que estamos inconscientes da capacidade que têm de fazê-lo (MILLER, 2013, p. 78-79).

O autor se refere à capacidade que as coisas têm de sair do foco, do horizonte da nossa visão e, mesmo assim, de ser capazes de determinar nossos comportamentos e constituir nossas identidades. Para Miller (2013, p. 79), as coisas funcionam dessa maneira porque:

São invisíveis e não mencionadas, condição que em geral alcançam por serem familiares e tidas como dadas. Tal perspectiva parece ser descrita da maneira apropriada como *cultura material*, pois implica que grande parte do que nos torna o que somos existe não por meio da nossa consciência ou do nosso corpo, mas como um ambiente exterior que nos habitua e incita.

Miller (2013) entende que não há separação entre sujeito e objeto, e esta estreita relação é o que ele chama de cultura material.

A matéria intitulada *A moda é ser feliz*, da edição de setembro de 2009 da revista *Casa e Jardim*, argumenta que o bem-estar na casa envolve valores que ultrapassam tendências de decoração. A publicação questiona: “Se a casa tem papel fundamental na alegria de viver, qual é o sentido de buscar na vitrine da loja o pacote completo do contentamento?” (A MODA É SER FELIZ, 2009, p. 94). E a resposta vem na sequência: “Mais sensato é recorrer à alma do lar, e de quem vive nele, para decorá-lo com legitimidade” (A MODA É SER FELIZ, 2009, p. 94).

Este trecho citado na reportagem é um pouco contraditório. Partimos do princípio de que a reportagem foi publicada por uma revista de decoração, e que os ambientes apresentados nesta revista também podem ser compreendidos como **vitrines**, que divulgam arranjos ideais de lares domésticos, e que podem inclusive ser comparados aos *showrooms* das lojas. Se a revista também funciona desta maneira, há um conflito com relação ao seu discurso e ao papel que cumpre junto ao público leitor. Além disso, os produtos que arranjam um interior doméstico têm uma origem. Se não for um presente ou uma herança de família, por exemplo, são adquiridos em lojas.

Outro ponto comentado pela reportagem é o das tendências de decoração. Conforme Caldas (2006, p. 27-28), a ideia de tendência surgiu depois da ideia de moda, no século XIX. Eram tempos de “otimismo industrialista”, que impulsionava o desenvolvimento humano. Para o autor, no decorrer do século XIX, “as ‘exposições universais’ surgiram como *vitrines* da indústria ascendente e do poderio europeu, ao mesmo tempo em que estabeleciam padrões a serem atingidos pelos povos menos desenvolvidos, segundo o critério adotado”. Caldas (2006, p. 34) explica:



E o que o conceito de tendência tem a ver com isso? Ora, a tendência é a própria configuração dessa fuga permanente em direção ao futuro que nos aguarda, para o qual tendemos por meio de uma atração irresistível. Tendência e progresso são duas noções inextricáveis. Toda ideia de tendência traz em si, portanto, um gérmen positivista. A tendência – em qualquer campo, fale-se da indústria da moda ou dos gurus do marketing, de um salão profissional de móveis ou das formas mutantes do comportamento humano – passa a ser representada como o desdobramento “natural” do presente.

Caldas (2006, p. 50) argumenta que, comumente, os significados das palavras tendência e moda se fundem, “(...) podendo, no limite, ser empregadas uma pela outra, uma vez que o que é apresentado como tendência (...), via de regra, é algo que já se transformou ou que se pretende transformar em moda”. Caldas (2006) afirma que, em termos de consumo e de mercado, as tendências da moda tornam-se referência para outros setores, como os de beleza e o de design de interiores.

Caldas (2006, p. 109) descreve que há diferentes classificações apropriadas para as tendências:

No que cerne ao seu ciclo de vida, tendências de fundo são aquelas que influenciam o social por longos períodos de tempo, enquanto tendências de ciclo curto identificam-se com os fenômenos passageiros de moda. Toda tendência provoca uma contratendência, que poderíamos definir como a manifestação de forças no sentido oposto e complementar.

Considerando o exposto pelo autor, a mensagem da reportagem é de que “(...) adotar o que está na moda simplesmente porque é moda ou a tendência do momento sem que caia bem ao seu estilo é quase atropelar a personalidade dos moradores” (A MODA É SER FELIZ, 2009, p. 94). Porém, o estilo, o gosto e até mesmo a personalidade não são categorias pré-existentes na constituição dos indivíduos, mas são estabelecidos conforme o contexto cultural em que estão inseridos.

De modo geral, a ideia transmitida pela publicação é a de privilegiar os aspectos emocionais como memórias de família, histórias, aromas, sons, texturas e suavidade visual que podem tornar a casa um ambiente agradável e revigorante. Vale ressaltar que estes conceitos não são universais. Rybczynski (1999) acredita que a noção do conforto físico e os padrões de vida se transformaram com o passar do tempo e com os avanços da tecnologia,

e que essa transformação do significado do conforto vai continuar. Porém, conforme Rybczynski (1999, p. 236), “(...) a evolução do conforto não deve ser confundida com a evolução da tecnologia”:

Os implementos tecnológicos geralmente – nem sempre – tornaram obsoletos os mais antigos. A lâmpada elétrica substituiu as velas e assim por diante. Mas as novas ideias sobre como alcançar o conforto não substituíram as noções fundamentais do bem-estar doméstico. Cada novo significado adicionou uma camada aos significados anteriores que eram preservados no fundo. Em qualquer época, o conforto consiste em *todas* as camadas, não só nas mais recentes.

Para Rybczynski (1999), a compreensão do que é conforto não é tão simples. Ela poderia estar relacionada somente à fisiologia humana, o **sentir-se bem**. Mas isso não explica o motivo pelo qual as noções de conforto mudaram sem que o corpo humano tenha sofrido qualquer transformação. Para ilustrar essa questão, o autor apresenta, então, dois depoimentos que descrevem o que é conforto. O primeiro é do decorador de interiores Billy Baldwin:

Conforto para mim é um cômodo que funciona para você e para os seus convidados. São móveis bastante acolchoados. É ter uma mesa à mão para apoiar um copo ou um livro. Também é saber que, se alguém puxar uma cadeira para conversar, o ambiente não vai desmoronar. Estou cansado da decoração planejada (RYBCZYNSKI, 1999, p. 234).

A segunda descrição é do arquiteto Christopher Alexander:

Imagine-se em uma tarde de inverno com um bule de chá, um livro, uma luz para ler e duas ou três almofadas grandes para se apoiar. Agora fique confortável. Não de uma maneira que você possa mostrar para outras pessoas e dizer quanto você gosta disso. Estou dizendo de modo que você *realmente* goste disso, por *você*. Você coloca o chá onde possa alcançá-lo: mas onde não possa derrubá-lo por acaso. Você puxa a luz para baixo, para iluminar o livro, mas sem muita claridade e de tal modo que não dê para ver a lâmpada diretamente. Você coloca as almofadas atrás de si e as posiciona, uma a uma, exatamente onde as quer, para apoiar as costas, o pescoço, o braço: para que você seja sustentado com conforto, exatamente da maneira que quer beber o chá e ler e sonhar (RYBCZYNSKI, 1999, p. 234).

Conforto pode ser entendido como a satisfação de uma combinação de percepções sensitivas, não só físicas, mas também emocionais e intelectuais, descritas pelo relaxamento do corpo, pela disposição dos objetos ao alcance, pela iluminação adequada, pela possibilidade de fazer o que se gosta com a contribuição do arranjo do ambiente. Mas, além disso, Rybczynski (1999, p. 235) considera o conforto como uma invenção cultural:

Como todos os conceitos culturais – infância, família, gênero –, ele tem um passado e não pode ser compreendido sem uma referência à sua história específica. Definições unidimensionais e técnicas do conforto, que ignoram a história, sempre serão insatisfatórias. Como são ricas, por comparação, as descrições do conforto de Baldwin e de Alexander. Eles incluem a conveniência (uma mesa à mão), a eficiência (uma fonte de luz ajustável), a domesticidade (uma xícara de chá), o bem-estar físico (cadeiras estofadas e almofadas) e privacidade (ler um livro, conversar). A intimidade também está presente nestas descrições. Todas estas características juntas contribuem para a atmosfera de tranquilidade interior que é parte do conforto.

Retornando aos depoimentos da revista, a importância da atividade decorativa, que objetiva atender ao conforto, estava em organizar um conjunto de objetos em um mesmo ambiente, de forma a torná-lo agradável para o seu usuário. Além disso, a reportagem também afirma a valorização dos efeitos da memória, seja ela individual ou coletiva, originada dentro ou fora do lar. Cresto (2012, p. 42) discorre sobre essa valorização:

As revistas aconselham a buscar a vivacidade no espaço de moradia. Esta vivacidade, contudo, não vem apenas dos moradores, mas dos objetos que escolhem para o lar. Memórias de família são igualmente valorizadas na decoração. Objetos que parecem contar uma história são bem-vindos na decoração. Porque a ‘casa com alma’ é feita por meio de coisas, artefatos que manifestam identidades, traços de nossa vivência, emoções vividas ou projetadas. Segundo Ricardo Caminada, arquiteto que defende a importância da memória afetiva na decoração, ‘boas lembranças aquecem e nos fazem sentir confortáveis com o que somos’.

Esses discursos apresentam a valorização das relações familiares, das histórias e emoções vivenciadas, como algo que possibilita à pessoa que habita aquele espaço a capacidade de criar arranjos utilizando elementos que correspondem às suas próprias memórias, atribuindo uma personalidade muito particular ao seu lar.

Dadas as noções de como se constrói um lar ideal, defendidas pelas matérias das revistas, na próxima seção passamos a discutir como os estilos vintage e retrô podem exercer papéis estratégicos na composição de arranjos domésticos. Para isso, apresentamos a construção do significado das palavras vintage e retrô associadas ao universo da decoração de interiores, com destaque para as reportagens veiculadas em *Casa Claudia* e *Casa e Jardim*, onde esses estilos e suas características aparecem com grande evidência.

## O VINTAGE E O RETRÔ NAS REVISTAS DE DECORAÇÃO

Com o objetivo de compreender como o vintage e o retrô são significados nos artefatos e na composição de interiores domésticos e os sentidos atribuídos nas suas associações com o estilo de vida das pessoas, apresentamos a interpretação de alguns dos diversos empregos que são aplicados aos usos dessas palavras nos periódicos especializados em decoração e que são utilizadas para se referir à moda, ao design e à decoração de interiores domésticos.

Em *Casa Claudia*, a palavra vintage aparece pela primeira vez em uma nota publicada na seção *Jornal de casa*, na edição de dezembro de 2002, em forma de pergunta: “O que é vintage? No mundo da moda e da decoração, a palavra inglesa designa peças que marcaram uma época” (O QUE É VINTAGE, 2002, p. 27). Contudo, somente a partir do ano de 2004 é que passa a ser mais significativo o número de reportagens publicadas sobre os estilos vintage e retrô.

Na seção intitulada *Estilos*, da revista *Casa Claudia* de novembro de 2004, há outra menção ao vintage: “O termo refere-se a móveis e objetos criados entre as décadas de 20 e 70, que se transformaram em clássicos da decoração. Detalhe: uma peça é considerada vintage se preservar o estado original, mantendo a estrutura inalterada” (ESTILOS, 2004, p. 179). Outra menção é encontrada na matéria intitulada *Diálogo com o vintage*, da revista *Casa Claudia* de julho de 2008, a qual faz referência à tradução da palavra, mas esclarece como o termo se aplica na decoração:

Desvendando o vintage: Na tradução literal, essa palavra de origem inglesa quer dizer “safra de vinho” (*vint* é relativo à safra de uva e *age* significa “idade”). O termo, entretanto, foi adotado pelo mundo da moda e da decoração para designar as peças que viraram referências de uma época. “Se a palavra antiguidade nos remete aos séculos 18 e 19, a vintage se aplica para a produção do século 20”, garante o designer Ricardo Varuzza, especialista em mobiliário dos anos 1950, 60 e 70. Segundo João Livoti, dono da *Desmobilia*, um mobiliário ou um objeto devem receber a denominação vintage quando mantêm suas características originais. “Os europeus preferem não intervir na peça apesar do desgaste do tempo. Já no Brasil, é comum conservar o desenho original, mas renovar o estofado e o acabamento”, afirma (...) (DIÁLOGO COM O VINTAGE, 2008, p. 88).

Aqui vale observar que, apesar de a publicação se referir aos séculos XVIII e XIX como parte da **antiguidade**, estes foram os séculos que marcaram a transição da produção artesanal para a produção industrial e mecanizada

que, conforme descreve Heskett (1997), teve início na Inglaterra por volta de 1770 e se prolongou até o século XIX. Trata-se, portanto, de um período ligado à modernidade.

Outra definição do termo *vintage* pode ser encontrada na edição de agosto de 2011 da revista *Casa e Jardim* (VINTAGE, 2011, p. 92):

A expressão *vintage* surgiu no mundo dos vinhos. Quer dizer que o produto vem de boa safra, de tempos passados, por isso às vezes é até confundida com o retrô. Mas há diferença: o *vintage* tem ainda mais valor, como se tivesse ficado nobre com o passar do tempo. Na decoração, as estampas geométricas arredondadas ganharam status após os anos 1950 e têm um valor histórico-afetivo das épocas felizes do pós-guerra.

Esta reportagem destaca que o passar do tempo enobrece os artefatos, valoriza a originalidade de um objeto *vintage* e o uso de formas geométricas combinadas com cores vibrantes. A reportagem evidencia que há uma diferença entre o *vintage* e o retrô: o *vintage* é o uso de um objeto antigo e original de algum período do passado, ressignificado no contexto contemporâneo; o retrô é uma produção contemporânea, que dispensa tecnologias atuais, com aspectos formais inspirados no passado.

Já na revista *Casa e Jardim*, o uso explícito da palavra *vintage* aparece em setembro 2006, na matéria intitulada *Discreto charme vintage* (Figura 2) que apresenta a decoração composta por peças escolhidas em brechó e por **toques pessoais** da designer de interiores Barbara Salzman, que aparece na imagem saindo do imóvel com um cachorro (DISCRETO CHARME VINTAGE, 2006). Em um *dúplex*, em Nova York, ela utiliza camisolas de época, compradas em brechós e lojas de roupas *vintage*, para criar uma cortina. Ela também utiliza um suporte de maçanetas retrô, feito pelo seu pai, para acomodar sua coleção de chapéus antigos, "(...) que dão um visual colorido e interessante ao ambiente" (DISCRETO CHARME VINTAGE, 2006, p. 74). A mesa de centro, no ambiente à direita da figura, foi adaptada para o jogo de pingue-pongue, e acomoda cestos de vime sob o tampo. Há também uma coleção de espelhos dispostos na parede. No canto inferior, à esquerda, há uma mala de viagem e, sobre ela, um jogo de bingo. Ambos são antigos.



Figura 2 – Objetos antigos em apartamento vintage  
 Fonte: Discreto charme vintage (2006).

A reportagem sugere que, para decorar seu apartamento, Salzman utilizou peças da loja La Cafetière, especializada em acessórios inspirados no estilo francês. Contudo, a maioria das peças foram adquiridas em brechós. A publicação descreve o prazer da designer em reciclar e desfrutar de objetos com aspectos antigos e cheios de história. Salzman relata: “É legal pensar de onde um objeto veio e como, ao longo do tempo, finalmente veio parar no meu apartamento” (DISCRETO CHARME VINTAGE, 2006, p. 74). O espaço conta ainda com objetos decorativos como pinos de boliche enfeitando o *home theater* e até um “(...) monstrinho de plástico encontra seu lugar junto aos LPs. Tudo na maior democracia decorativa” (DISCRETO CHARME VINTAGE, 2006, p. 74). Conforme a descrição, a moradora combina a tecnologia de seu *home theater* com o charme de “(...) um toca-discos antigo” (DISCRETO CHARME VINTAGE, 2006, p. 74).





Figura 3 – Decoração retrô

Fonte: Paixão retrô (2002).

Já a palavra retrô aparece pela primeira vez na edição de novembro de 2002 da revista *Casa e Jardim*, na matéria intitulada *Paixão retrô* (Figura 3): “Este apartamento é uma verdadeira aula de história. Revela a personalidade de seu morador, um apaixonado colecionador de produções das décadas de 50, 60 e 70” (PAIXÃO RETRÔ, 2002, p. 46). A revista apresenta a sala de estar que é “(...) uma viagem a décadas passadas” (PAIXÃO RETRÔ, 2002, p. 46). O ambiente conta com a pintura cor **verde-palmeira** nas paredes, gravuras de diversos artistas penduradas, todas garimpadas na feira de antiguidades do Bixiga, em São Paulo, e na loja de usados Lar Escola São Francisco<sup>1</sup>. Ao lado da escultura que representa uma bailarina há uma cadeira de balanço de jacarandá com couro original, produzida pelo Liceu de Artes e Ofícios, em São Paulo, adquirida na loja de mobiliário vintage chamada Filter, também em São Paulo. Desta mesma loja vieram as luminárias de aço cromado e

1 O Lar Escola São Francisco (2013) é um centro de reabilitação médica, localizado na Vila Mariana, em São Paulo, que atende pessoas com deficiência física e mobilidade reduzida, de qualquer idade. O bazar Lar Escola comercializa produtos doados, em bom estado de conservação, como livros, roupas, brinquedos, móveis, decoração, eletrônicos, informática, entre outros (LAR ESCOLA SÃO FRANCISCO, 2013).

acrílico. Nota-se, no canto superior esquerdo da imagem, a postura do morador, deitado e acompanhado do seu cachorro, e tem um livro aberto, o que reflete um comportamento descontraído e um momento de relaxamento, ideais que as revistas especializadas em decoração costumam transmitir ao seu público leitor. A publicação demonstra que esses ideais podem ser alcançados por um homem, ator central da matéria, de uma classe social e econômica privilegiada.

A revista *Casa Claudia* apresenta a palavra retrô pela primeira vez na edição de dezembro de 2003, em matéria intitulada *Casal descolado, casa charmosa* (Figura 4). A reportagem descreve o apartamento de um casal, localizado num prédio dos anos 60, em São Paulo. O anúncio de que o casal morador é **descolado**, logo no título da reportagem, já sugere como deve ser a decoração do ambiente, arranjada espontaneamente, sem seguir regras. A decoração é composta por um sofá de um hotel desativado, móveis herdados de família e alguns poucos produtos comprados, **tudo pensado para durar**, já que os moradores pretendem contar com estas peças por muitos anos.



Figura 4 – Reaproveitamento na decoração  
 Fonte: Casal descolado, casa charmosa (2003).



O ambiente apresentado à direita passou por uma reforma para integrar a sala e a cozinha. Além das cores vibrantes, como o laranja, em evidência no mobiliário, e o azul nas cadeiras, há um pendente japonês em composição com as luminárias industriais, compradas no Lar Escola São Francisco. No detalhe, apresentado na Figura 5, há uma mesinha de madeira herdada do avô do morador, que recebeu uma nova pintura e ganhou lugar de destaque na sala. Segundo a revista, o móvel foi bem aproveitado, pois "(...) além de servir de suporte para objetos, abriga livros de arte no vão inferior. No meio, aparece encaixado um amplificador dos anos 60" (CASAL DESCOLADO, CASA CHARMOSA, 2003, p. 128-129).



Figura 5 – Herança do avô  
Fonte: Casal descolado, casa charmosa (2003).



Figura 6 – Cômoda pintada pela moradora  
Fonte: Casal descolado, casa charmosa (2003).

A Figura 6 mostra uma cômoda que guarda louças e recebeu a pintura colorida, feita pela proprietária. A composição revela referência à presença simbólica de parentes e amigos somados a uma **tradição inventada** pelo casal.

A respeito da ideia de **invenção da tradição**, Hobsbawn e Ranger (1983 apud HALL, 2003, p. 54) expõe:

Tradições que parecem ou alegam ser antigas são muitas vezes de origem bastante recente e algumas vezes inventadas (...). *Tradição inventada* significa um conjunto de práticas (...), de natureza ritual ou simbólica, que buscam inculcar certos valores e normas de comportamentos através da repetição, a qual, automaticamente, implica continuidade com um passado histórico adequado.

Para Rybczynski (1999, p. 23):

Esta forte consciência da tradição é um fenômeno moderno que reflete um desejo por hábitos e rotinas em um mundo caracterizado por mudanças e inovações constantes. A reverência ao passado se tornou tão forte que quando as tradições não existem, elas frequentemente são inventadas.

Desse modo, pode-se interpretar esta prática dos moradores como um recurso para manter presentes alguns valores, marcas de pessoas e de histórias que compõem uma noção afetiva de passado, atualizada pelo olhar do presente e materializada no ambiente cotidiano.

A palavra retrô aparece na página seguinte, nesta mesma reportagem, no subtítulo *Toque retrô colorido* (Figura 7). O trecho descreve que o casal gosta de renovar a cor dos móveis e estofados do apartamento, além de fazer mudanças dos seus lugares no ambiente:

Esse espírito de troca e renovação está em todas as partes. Aqui e ali aparecem presentes de pessoas queridas: as cadeiras da irmã, o aparador da mãe, o tapete da avó, as telas dos amigos artistas. Para compor a decoração, entram acessórios adquiridos em brechós (CASAL DESCOLADO, CASA CHARMOSA, 2003, p. 130).

A Figura 7 apresenta os móveis **cheios de história** que compõem a sala: a luminária, as poltronas e o sofá foram comprados de um hotel demolido no centro de São Paulo. Após a reforma, os estofados receberam um revestimento em couro sintético, nas cores branca e vermelha. A mesa de centro veio do sul de Minas Gerais. O aparador, encostado na parede, é, na verdade, um móvel-vitrola, adquirido pela mãe da moradora na década de 60.



Figura 7 - Retrô colorido na decoração  
Fonte: Casal descolado, casa charmosa (2003).

Conforme a descrição dos ambientes nesta reportagem, a maioria dos móveis arranjados vieram de heranças de família ou do hotel que foi demolido. Considerando a construção dos significados dos termos vintage e retrô apresentada até aqui, nota-se certa confusão, nas próprias matérias das revistas, que misturam significados implícitos nos termos vintage e retrô. Isso pode ser uma estratégia dos periódicos, para que o público leitor propositalmente não consiga discernir as fronteiras entre um e outro, sugerindo o consumo de objetos com aspectos formais antigos, independentemente de serem antigos e originais, necessariamente.

Na Figura 8, a reportagem *Retrô sem nostalgia*, da revista *Casa e Jardim* de agosto de 2005, apresenta móveis antigos, **garimpados** junto à família, em feirinhas ou brechós, como propostas para deixar a decoração **supermoderna**. Este termo é utilizado para dar um sentido de decoração muito atual, contemporânea. As sugestões de decoração trazem dicas que evidenciam o pé palito, modelo de base de móveis característico dos anos 1950. O texto sugere que o uso do estilo vintage, encontrado em filmes e revistas, pode agregar valor estético ao ambiente: “Você já sabe – porque viu nas revistas e assistiu a filmes do Almodóvar suficientes – que peças vintage ficam muito bem quando posicionadas estrategicamente em ambientes que vão além do feijão-com-arroz das lojas de móveis” (RETRÔ SEM NOSTALGIA, 2005, p. 88). A menção à obra de Almodóvar dá algumas pistas sobre como arranjar uma decoração diferenciada da comum, que a reportagem denomina **feijão-com-arroz**. Notamos, mais uma vez, que o uso dos termos vintage e retrô se misturam nesta reportagem.



Figura 8 – Composição de ambiente retrô  
 Fonte: Retrô sem nostalgia (2005).

A matéria foi pensada no intuito de fornecer dicas de como configurar um ambiente com móveis e objetos vintage ou retrô sem transformá-lo em um **museu doméstico**. Segundo a reportagem, este seria o grande desafio: usar referências do passado sem tornar o ambiente **caricato**. A reportagem da revista recomenda que, em pleno exercício decorativo retrô, “(...) o segredo do sucesso dos ambientes (...) é fugir do ‘tudo-ao-mesmo-tempo-agora’, com peças parecidas colocadas num mesmo lugar” (RETRÔ SEM NOSTALGIA, 2005, p. 89). A sugestão é de que as peças com características do – ou originadas no – passado sejam bem distribuídas no espaço. A ideia é “(...) pensar numa decoração criativa que tenha a ver com o seu tempo e vida atual, deixando apenas um pezinho no passado – esta sim, uma combinação charmosa” (RETRÔ SEM NOSTALGIA, 2005, p. 89).

Feito um apanhado deste material, notamos que o uso do vintage e do retrô pode ser interpretado como uma alternativa para a diferenciação nos arranjos da decoração doméstica. O envolvimento de artefatos antigos ou inspirados no passado nesses estilos decorativos possibilita a construção de narrativas ancoradas na ideia de que proporcionam ambientes carregados de memórias e emoções. Isso possibilita uma aproximação dos usuários com uma noção idealizada de passado, trazendo sensações de familiaridade, conforto e aconchego. Nessa linha, a apropriação dos estilos vintage e retrô é apresentada como uma estratégia para a expressão das individualidades no ambiente doméstico.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo centralizou-se na compreensão do significado de lar, veiculado pelas revistas especializadas em decoração, e na investigação dos significados atribuídos ao vintage e ao retrô, estilos apresentados como tendências de moda contemporânea em interiores domésticos.

Os artefatos que escolhemos em meio às diversas opções disponíveis no mercado constituem nossos estilos de vida. Somos constituídos como indivíduos sociais por meio das nossas interações com o contexto que nos envolve, das relações com os objetos, com as pessoas, com os fatos que acontecem ao longo de nossa vida, e essas construções também acontecem dentro de nossas casas. O espaço doméstico é constituído pelas construções arquitetônicas e seus interiores, mas também é influenciado pelas relações com o mundo exterior.

O vintage é reconhecido pela prática do reuso dos artefatos antigos, ressignificados no contexto social e cultural contemporâneo. O retrô pode ser considerado como uma releitura dos aspectos formais do passado, mas que faz uso de tecnologias atuais para sua produção. Os exemplos veiculados pelas revistas, apresentados neste estudo, indicam que esses estilos, quando utilizados na composição dos arranjos domésticos, podem funcionar como estratégias de personalização do lar. Os objetos vintage ou retrô têm aspectos formais do passado que podem ser ressignificados no arranjo de um lar no contexto contemporâneo, constituindo-se como lugares de memória, de nostalgia e de afeto, assim como de distinção social. Embora o discurso das revistas de decoração privilegie o entendimento do vintage e do retrô como formas de expressão das individualidades, procuramos evidenciar o caráter social e cultural associado às suas formas de uso.

## REFERÊNCIAS

- A MODA é ser feliz. **Casa e Jardim**, set. 2009.
- BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- CALDAS, D. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. 2. ed. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.
- CARVALHO, V. C. de. **Gênero e artefato: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material – São Paulo, 1870-1920**. São Paulo: Edusp: Fapesp, 2008.
- CASAL DESCOLADO, CASA CHARMOSA. **Casa Claudia**, dez. 2003.
- CRESTO, L. J. Sobre os objetos que nos cercam: reuso, singularidade e felicidade. In: QUELUZ, M. L. P. (Org.). **Design & cultura material**. Curitiba: UTFPR, 2012, p. 35-44.
- DIÁLOGO COM O VINTAGE. **Casa Claudia**, jul. 2008.
- DISCRETO CHARME VINTAGE. **Casa e Jardim**, set. 2006.
- ESTILOS. **Casa Claudia**, nov. 2004.
- FORTY, A. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 8. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- HESKETT, J. **Desenho industrial**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1997.
- KARSAKLIAN, E. **Comportamento do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- LAR ESCOLA SÃO FRANCISCO. **Instituição**. Disponível em: <http://larescola.com.br/wp/instituicao/o-lar-escola/>. Acesso em: 07 abr. 2013.

MILLER, D. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

O QUE É VINTAGE? **Casa Claudia**, dez. 2002.

PAIXÃO RETRÔ. **Casa e Jardim**, nov. 2002.

RETRÔ SEM NOSTALGIA. **Casa e Jardim**, ago. 2005.

RYBCZYNSKI, W. **Casa**: pequena história de uma ideia. 1. ed. Rio de Janeiro: Record, 1999.

SANTOS, M. R. dos. **O design pop no Brasil dos anos 1970**: domesticidades e relações de gênero na revista Casa e Jardim. 2010. 312 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/93961>. Acesso em: 02 dez. 2018.

SUA CASA, sua cara. **Casa e Jardim**, dez. 2004.

VINTAGE. **Casa e Jardim**, ago. 2011.

## **SOBRE A ORGANIZADORA**

### **Marilda Lopes Pinheiro Queluz**

Professora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia da UTFPR. Graduada em História e em Educação Artística pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre em História pela UFPR. Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Atua nas linhas de pesquisa: história do design; tecnologia e cultura; história da arte brasileira; história das artes gráficas; e, humor gráfico (caricatura e quadrinhos).

## **SOBRE OS AUTORES**

### **(em ordem alfabética)**

#### **Alan Ricardo Witikoski**

Professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Graduado em Tecnologia em Artes Gráficas e Doutorando em Tecnologia, ambos pela UTFPR. Atua nas linhas de pesquisa: história do design gráfico; tecnologia e sociedade; história das artes gráficas; e, cultura material.

#### **Ana Caroline de Bassi Padilha**

Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e em Tecnologia em Artes Gráficas pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Mestre e Doutoranda em Tecnologia, ambos pela UTFPR. Atua na linha de pesquisa: estudos em design, com ênfase em questões relacionadas à cultura material, tecnologias do lar, imprensa feminina dos anos 1950 e 1960 e pedagogias de gênero.

#### **Cláudia Regina Hasegawa Zacar**

Professora da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduada e Mestre em Design, ambos pela UFPR. Doutora em Tecnologia e Sociedade pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Atua nas linhas de pesquisa: história do design; cultura material; e estudos de gênero.

#### **Fernanda Bornancin Santos**

Graduada em Tecnologia em Design Gráfico e mestre em Tecnologia, pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Atua na linha de pesquisa: Mediações e Culturas e é membro do Grupo de Pesquisa Design e Cultura e do Grupo de Pesquisa Arte e Tecnologia, ambos da UTFPR.



### **Kando Fukushima**

Professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Graduado em Desenho Industrial - Programação Visual pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Doutor em Tecnologia e Sociedade pela UTFPR. Atua nas linhas de pesquisa: design gráfico; design e cultura; e, tecnologia. Membro do Grupo de Pesquisa Design e Cultura da UTFPR.

### **Ligia Cristina Battezzati**

Professora do Instituto Federal do Paraná (IFPR). Graduada em Tecnologia em Design de Móveis pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) e Licenciada em Artes Visuais pela Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR/EMBAP). Mestre em Tecnologia pela UTFPR. Atua nas linhas de pesquisa: design e cultura; decoração de interiores; e, moda e arte.

### **Lindsay Jemima Cresto**

Professora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Graduada em Desenho Industrial em Projeto de Produto pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre em Tecnologia pela UTFPR. Doutoranda em Tecnologia pela UTFPR. Atua nas linhas de pesquisa: design e cultura; história e teoria do design; cultura material; estudos de gênero.

### **Marinês Ribeiro dos Santos**

Professora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Graduada em Desenho Industrial pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre em Tecnologia pela UTFPR. Doutora em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Atua na linha de pesquisa: teoria e história do design, com ênfase na articulação entre cultura material e as relações de gênero.

### **Rafael Togo Kumoto**

Graduado em Design e Mestre em Tecnologia, ambos pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Atua na linha de pesquisa: mediações e culturas. Membro do Grupo de pesquisa Arte e Tecnologia da UTFPR.

### **Rodrigo Mateus Pereira**

Professor da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Mestre e Doutorando em Design, ambos pela UFPR. Atua nas linhas de pesquisa: técnicas e tecnologia na luteria brasileira; histórico da fabricação de instrumentos no Brasil; e, cultura e design da guitarra elétrica.

### **Ronaldo de Oliveira Corrêa**

Professor da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduado em Desenho Industrial pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Mestre em Tecnologia e Sociedade pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Doutor em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Atua nas linhas de pesquisa: cultura material; memória e trabalho; sistemas técnicos e tecnologia; e, produção e crítica de imagem.

### **Suelen Christine Caviquiolo**

Graduada em Design de Produto pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre e Doutora em Tecnologia e Sociedade, ambos pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Atua nas linhas de pesquisa: história do design, design e cultura material; história da tecnologia e do transporte público urbano.

### **Thiago Estevão Calixto de Castro**

Graduado em História pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestrando em Tecnologia pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Atua nas linhas de pesquisa: quadrinhos; cultura visual; cibercultura; e, linguística sociointerativa.

### **Valéria Tessari**

Graduada em Design de Moda pela Universidade Regional de Blumenau (FURB). Mestre em Tecnologia pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Doutora em Design pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Atua nas linhas de pesquisa: cultura material; consumo de moda e história das mulheres. Membro do Grupo de Pesquisa do Museu da Indumentária e da Moda (MIMo): pesquisa e desenvolvimento de um museu digital (IBRAM) e do Grupo de Pesquisa Design e Cultura da UTFPR.

### **Vinícius Miranda de Moraes**

Professor do Departamento de Design da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduado em Design Industrial em Projeto de Produto pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre em Tecnologia pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Doutorando em Tecnologia pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Atua nas linhas de pesquisa: design de produto; cultura e sociedade; relações de gênero; e, cultura material.

Título Design & cultura material: outros olhares  
Formato 1890 x 2717 px  
Tipografia Agenda | Arvo | Open Sans  
Licença CC BY-NC-ND

**EDUT**FPR

Este livro, produzido pela EDUTPFR, é financiado com recurso público visando à ampla e democrática disseminação do conhecimento de forma aberta e para todos.

Esta edição promove o ODS 4 Educação de qualidade, de assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos. Além disso, é favorável à preservação de árvores e diminuição da pegada de carbono global.

Curitiba  
2020  
Feito no Brasil  
Made in Brazil

Uma linha comum, tramada nestes capítulos, é a urgência em ouvir, olhar atentamente quem são as pessoas envolvidas nisto que chamamos de design — atividade e artefato a um só tempo. Como se dão os arranjos entre as pessoas e as coisas? Como atribuímos sentido ao mundo com e através dos objetos? Como construímos novas relações sociais? Como criamos redes de significados e afetos? Como incluímos e excluimos pessoas, classificamos, hierarquizamos, rompemos ou reiteramos as assimetrias de poder? Como subverter projetos, demoratizar tecnologias e sistemas técnicos? Como arte e design podem fazer parte da vida, entre contradições e utopias concretas? Tentar responder a essas perguntas ou propor novas questões é o desafio que deixamos para você leitor/leitora.

**Marilda Lopes Pinheiro Queluz**

*Organizadora*