

## CONTEXTO, MEMÓRIA, IDENTIDADE: o objeto situado no tempo espaço

*Talvez a imobilidade das coisas ao nosso redor lhes seja imposta pela nossa certeza de que tais coisas são elas mesmas e não outras, pela imobilidade de nosso pensamento em relação a elas. [Marcel Proust, Em busca do tempo perdido, 1913.]<sup>[18]</sup>*

### A IMOBILIDADE DAS COISAS

Temos o costume de dividir os artefatos em duas categorias: móveis e imóveis. Essa divisão, aceita a ponto de nem pararmos para pensar nela, está na base da separação que o senso comum faz entre arquitetura e design, entre outras coisas. Mas, será que existem mesmo objetos imóveis?

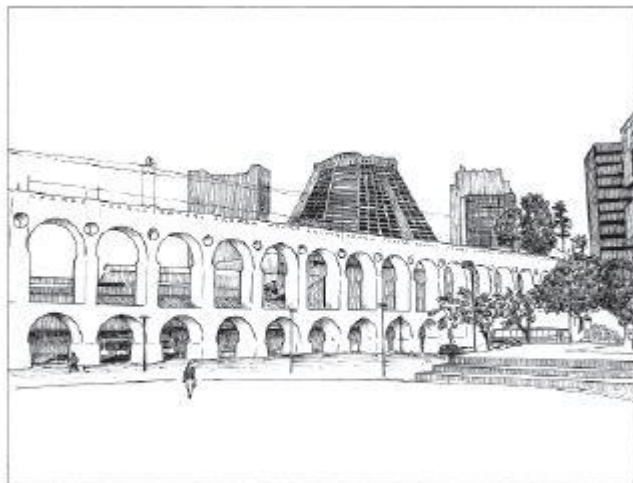
(Repare que não estamos falando de objetos naturais. É bom introduzir logo a distinção entre objeto e artefato, que será importante ao longo deste livro. Uma montanha, uma pedra ou uma árvore são objetos, mas não artefatos. Artefato é um objeto feito pela incidência da ação humana sobre a matéria-prima: em outras palavras, por meio da fabricação. Sua raiz etimológica está no latim *arte factus*, “feito com arte”; e ela está na origem do termo “artificial”, ou seja: tudo aquilo que não é natural.)

Feito o parêntese, voltemos à pergunta, devidamente reformulada: será que existem mesmo artefatos imóveis?

Pelo senso comum em que se emprega o termo, é claro que existem! É só abrir o jornal aos domingos e ver os classificados anunciando centenas de imóveis para vender e alugar. Não resta dúvida de que tais imóveis diferem, no sentido econômico, de outros bens, chamados móveis. É igualmente evidente que um imóvel é dificilmente deslocado do seu lugar, fisicamente. Embora seja até possível transportar uma casa ou alguns edifícios de um ponto para outro, isso é tão inesperado que representa aquele tipo célebre de exceção que confirma a regra. Porém, vamos considerar a questão de modo menos literal e menos restrito. Mesmo que aceitemos que os imóveis são geralmente fixos no espaço, será que eles detêm a mesma imobilidade no tempo? Ou seja, será que existem artefatos que permanecem estáveis, incólumes, diante da passagem dos anos? De imediato, vêm à mente construções muito antigas, como as pirâmides do Egito ou as muitas ruínas de civilizações passadas. É por aí mesmo que precisamos pensar. Se quisermos questionar a imobilidade dos artefatos, é bom que comecemos por aqueles que permanecem há mais tempo entre nós.

No caso brasileiro, um imóvel bem antigo é a construção conhecida hoje como os Arcos da Lapa. Famoso cartão-postal do Rio de Janeiro, os Arcos foram construídos por volta de 1740 para levarem água de sua fonte na Mata Atlântica, no bairro conhecido como Silvestre, até o atual Largo da Carioca, no velho centro da cidade. Lá, a água desembocava em uma grande estrutura, hoje destruída: um chafariz com dezesseis bicas para abastecer as necessidades da população. Originalmente, portanto, os Arcos foram concebidos como aqueduto. Como sabe qualquer pessoa que já visitou o Rio, hoje servem como viaduto – caminho para o pitoresco bondinho que conduz seus passageiros para o bairro de Santa Teresa, passando por cima dos Arcos. De aqueduto para viaduto: é uma mudança e tanto de função! Essa transição ocorreu no ano de 1896, quando a antiga estrutura do aqueduto, caído em desuso, foi aproveitada para colocar os trilhos do então novíssimo bonde elétrico.

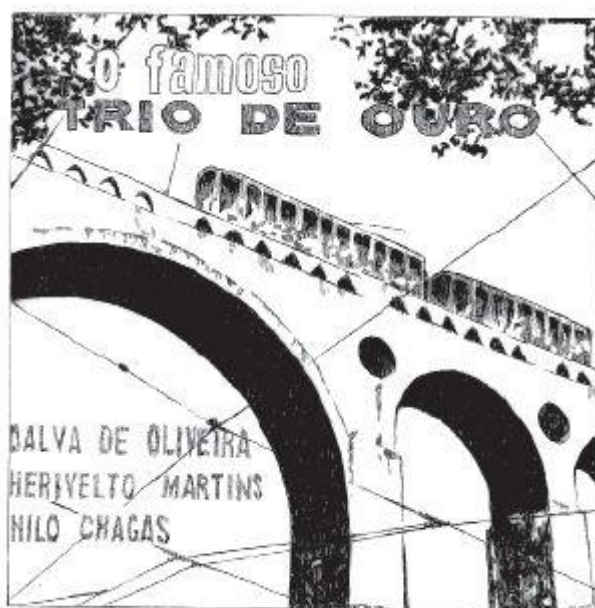
Muito bem, argumentarão os recalcitrantes: o artefato foi desviado de sua função original, mas nem por isso deixou de ser o que era. Chame-se ele de aqueduto ou viaduto, continua a ser a mesma estrutura de pedra e cal, com as mesmas propriedades físicas e linhas construtivas. Conforme a famosa frase de Shakespeare, em *Romeu e Julieta*: “se a rosa tivesse outro nome, ainda assim teria o mesmo perfume”. A rosa e o perfume, talvez. Quanto ao texto de Shakespeare (mal transposto do inglês elisabetano para o português moderno), os Arcos da Lapa e todos os outros objetos mediados por qualquer sistema simbólico certamente que não! No caso, a mudança de nome é indicativa de uma transformação mais profunda, que afeta até mesmo a estrutura de pedra e cal. Tudo aquilo que parece, aos nossos sentidos, sólido e imutável – como as construções muito antigas, por exemplo – quase sempre desmancha nos ares do tempo. Mostre-me um edifício novo, diz o historiador, e eu lhe mostrarei o princípio de uma ruína.



Detemo-nos mais um pouco sobre o exemplo dos Arcos da Lapa, bastante instrutivo. O que podemos descobrir sobre esse artefato, somente pelo olhar? Quem se posta diante dele, e toma distância para observá-lo por inteiro, depreende certas conclusões inescapáveis: é grande, é imponente, é sólido, é regular em suas proporções. Tais qualidades podem parecer permanentes, imutáveis; contudo, seria tão surpreendente assim descobrir que não o são? Basta investigar um pouquinho a história dos Arcos para saber que todas as qualidades aqui citadas são relativas. É grande? Pois saiba que já foi maior. Tanto no sentido concreto – uma pequena parte da estrutura original foi demolida pelas sucessivas reformas urbanas que levaram ao desmonte do Morro de Santo Antônio e à construção do viaduto rodoviário vizinho – quanto no sentido figurado – a construção de vários prédios muito altos no entorno do monumento acabou por apequenar os Arcos. É imponente? Já o foi bem mais, ao longo dos séculos distantes em que reinou absoluto como maior edificação da cidade. Já o foi menos, também, durante o período em que se viu engolido, praticamente, pelo bairro da Lapa que cresceu ao seu redor. Durante a maior parte dos séculos XIX e XX, nem sequer era possível postar-se diante do monumento e observá-lo por inteiro, por conta do grande número de edifícios que se aglomeravam ao seu redor, de ambos os lados.

Até aí, tudo bem, ainda insistirão alguns. “Grande” e “imponente” são juízos relativos, que só existem por comparação. E quanto às qualidades físicas do artefato? Não há dúvida de que ele seja sólido e regular. Será que não? Talvez surpreenda saber que as duas fileiras de arcadas, uma encimando ordeiramente a outra, deram lugar a dois imensos arcos, abertos respectivamente nos séculos XIX e XX para acomodar a passagem de ruas mais largas. A existência desses arcos maiores, durante décadas, põe em questão a percepção que temos da solidez e da regularidade do monumento. No mínimo, essas intervenções ocorridas relativizam a impressão de permanência. O fato de que, hoje restaurado, ele tenha alguma semelhança com sua feição original não anula as transformações sofridas. Mudar de volta é, mesmo assim, mudar. Aliás, este é o dilema mais profundo do campo da conservação-restauração: a plena consciência de que o passado não se recupera.

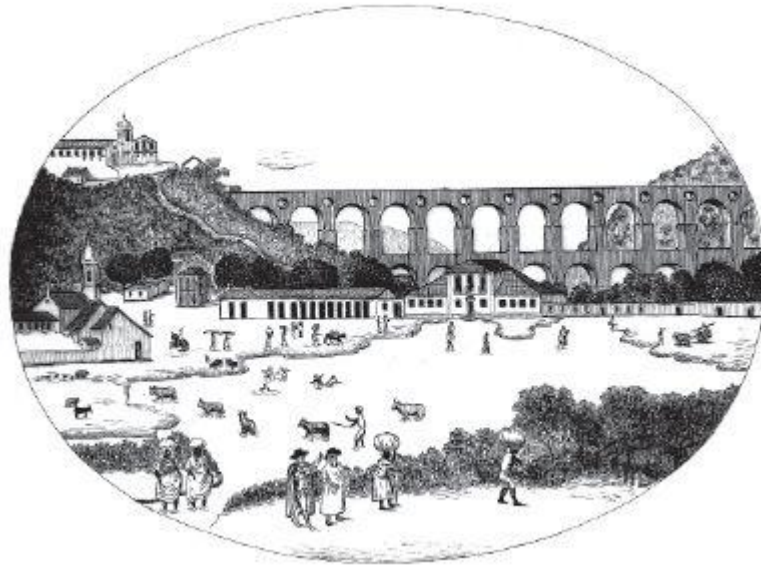
Quando falamos na feição original dos Arcos, referimo-nos exatamente a quê? Ninguém que é vivo hoje pôde observar o local cem ou duzentos ou trezentos anos atrás. Os mais velhos entre nós talvez se recordem dos Arcos como eles aparecem na capa do disco *O famoso Trio de Ouro*, de 1955, onde ainda se vê um dos grandes arcos, posteriormente restaurado. Na memória dessas pessoas, a feição original dos Arcos era essa, diferente da aparência atual. Será que podemos qualificar como original aquilo que é apenas uma etapa transitória de um longo processo de existência? Certamente que não. Precisamos recorrer então aos historiadores, e estes recorrem, por sua vez, às fontes históricas – evidências e vestígios capazes de nos informar sobre aquilo que não tivemos ocasião de presenciar. Por meio da pesquisa, reza o senso comum, podemos chegar a um consenso sobre como teriam sido os Arcos em seu momento de origem. Até certo ponto, isso é verdade. Sobretudo, quando se enfatiza a importância da palavra “consenso”. O problema é que as fontes históricas são diversas, dispersas e precisam ser encontradas, compiladas e interpretadas. Não é um processo simples ou autoevidente; e só quem entende muito pouco do assunto acha que a história é algo conclusivo ou irrefutável.



Vamos às fontes. Sabe-se, a partir dos documentos escritos, que os Arcos de hoje nem sequer correspondem à construção inicial. Um primeiro aqueduto, inaugurado sob o governo de Ayres de Saldanha (1719-25), teria seguido traçado um pouco diferente, mas foi rapidamente suplantado pela estrutura que ainda sobrevive, inaugurada sob o governo de Gomes Freire de Andrade (1733-63). Em matéria de fontes visuais, uma das imagens mais antigas de que temos conhecimento é o quadro hoje nomeado *Vista da Lagoa do Boqueirão e do aqueduto de Santa Teresa* (à direita), provavelmente de autoria de Leandro Joaquim e pintado por volta de 1790.<sup>[19]</sup> Considerando-o um documento visual produzido por um artista contemporâneo à época da construção original, podemos tomá-lo como ponto de partida para analisar as muitas diferenças entre o artefato que conhecemos e as transformações pelas quais passou. Comparada a uma fotografia atual, a imagem traz duas informações surpreendentes relativas às características físicas dos Arcos. A primeira é a confirmação de que o traçado, as proporções e a volumetria atuais correspondem, grosso modo, ao que aparece no quadro antigo. A segunda é que os Arcos não necessariamente foram sempre de cor branca. Começa o jogo dos sete erros.

Será que os Arcos eram marrons originalmente? Será que podemos confiar no quadro como fonte de informação? Afinal, o pintor pode ter optado pela cor marrom por motivos outros além da precisão topográfica. Digamos, por exemplo, que seu compromisso maior fosse com o equilíbrio cromático da composição. Para sanar esse tipo de dúvida, os historiadores costumam recorrer à comparação entre fontes de uma mesma época. Outra imagem bem antiga dos Arcos é uma aquarela do inglês William Alexander, *The Aqueduct at Rio de Janeiro*, de 1792, no qual o monumento aparece com cor acinzentada. Em seguida, essa aquarela foi usada como modelo para uma gravura em que o aqueduto é representado branco, a qual saiu publicada em livro em 1806.<sup>[20]</sup> Essa gravura, por sua vez, deu origem a uma série de cópias em que os Arcos aparecem ora brancos, ora acinzentados, ora amarronzados. O fato de os gravadores responsáveis por essas reproduções nunca terem visitado o Rio de Janeiro, mas apenas visto representações de sua paisagem, contribuiu para aumentar o nível de discrepância. Numa época em que poucas pessoas viajavam e não existia fotografia, eram bem diferentes as exigências com relação à verossimilhança das

imagens. Já nas muitas representações dos Arcos geradas após a década de 1840, o monumento costuma aparecer branco ou branco acinzentado.



Nota-se, de imediato, que é limitado o grau de confiabilidade que podemos atribuir a uma fonte qualquer. Mesmo as fotografias mostram apenas aquilo que está dentro do campo visual recortado por seu enquadramento, e são tão sujeitas à manipulação quanto qualquer desenho ou pintura. Mas, o que isso nos diz sobre a tal imobilidade dos objetos, questão que deu origem a toda essa discussão? A essa altura, os leitores de índole mais prática devem achar que estamos fugindo do assunto. Tais escorregadelas de sentido e deslizamentos de significado não seriam problema restrito ao mundo das representações visuais? Apenas mais um sintoma daquilo que o pintor René Magritte chamava de “a traição das imagens”? Se os Arcos um dia foram marrons ou cinzas, e veio alguém e os pintou de branco, que diferença isso faz? Eles não continuam a ser os mesmos, independentemente da cor?

A mudança de cor – ou pelo menos de sua representação – reflete outra transformação bem mais importante: a do modo como o objeto é percebido por seus usuários. Em uma palavra, a *experiência* do artefato. Nas imagens produzidas para um público estrangeiro que provavelmente nunca veria o lugar, a cor do monumento era apenas um detalhe subordinado no todo da composição. Não tinha maior importância, portanto, para a fruição daquela imagem e para a compreensão de seu sentido maior. Será que isso faz diferença para a apreensão direta do artefato, em primeira mão? Formulada a pergunta de modo diverso, a imagem que se faz do objeto afeta a compreensão do seu sentido? No mundo moderno, regido por mídias e sistemas de comunicação, a resposta só pode ser sim.

Quantos lugares, coisas, situações, até pessoas, são conhecidos prioritariamente por meio de imagens? Vale exemplificar, por questão de clareza. Quantos leitores deste livro já observaram leões selvagens na natureza, já caminharam pelo topo da muralha da China ou já pilotaram um carro de Fórmula 1? Poucos. No entanto, todos certamente possuem uma imagem mental dessas experiências. Isso é significativo. Além do mais, o contexto em que se adquiriu essa imagem mental (no cinema, lendo um livro, vendo televisão) não deixa de ser uma experiência também, de outra natureza, bastante distinta da vivência imediata. No dia em que surgir uma oportunidade de concretizar, ao vivo, qualquer uma dessas aventuras, a experiência direta será colorida – ou seja, mediada – pela imagem mental preexistente. Quando se pensa que a maioria das pessoas que têm conhecimento dos Arcos – ou de qualquer outro artefato, por sinal – o têm por vias indiretas, tem-se a dimensão da devida importância das imagens.

Mesmo para quem só tem conhecimento direto de um artefato, sem mediação (se é que isso ainda é possível), a experiência do objeto é sempre delimitada por costumes e convenções. Voltemos às imagens. Existe mais um fator decisivo, pelo menos, a ser apreendido da comparação entre aquela atribuída a Leandro Joaquim e aquela feita por William Alexander. Na primeira, os Arcos aparecem vistos “de frente”, com o Convento de Santa Theresa à esquerda; na segunda, por “de trás”, com o mesmo convento à direita. A definição de frente e fundo, esquerda e direita, é relativa, evidentemente. Não existe nada na natureza que defina um lado do objeto como sendo prioritário em relação aos outros. A noção de posição está no olhar do observador, que, portanto, é definida por sua formação cultural. Nenhum carioca, se perguntado, hesitará em responder que a frente dos Arcos é aquele aspecto que aparece na figura da página 53. Numa cultura formada, historicamente, a partir da chegada à terra pelo mar, o olhar para a paisagem tende a se dirigir nesse mesmo sentido: do litoral para o interior. Assim, a perspectiva frontal dos Arcos é definida por um observador hipotético que se posta de costas para o mar, olhando para a cidade. O pintor brasileiro do primeiro quadro sabia disso, mesmo que intuitivamente, e escolheu o ponto de vista que fundaria a tradição iconográfica de representar os Arcos a partir do atual Largo da Lapa. Foi preciso um olhar forasteiro, não comprometido com a cultura local, para inaugurar a inversão dessa perspectiva.

## FATORES CONDICIONANTES DO SIGNIFICADO

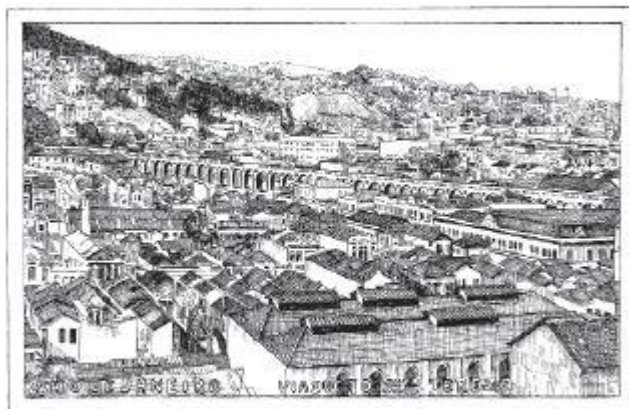
Vamos tentar pôr um pouco de ordem nesta discussão, antes que ela se desdobre irremediavelmente em muitas outras. Tocamos, até agora, em seis fatores que condicionam o significado do artefato, possuindo a capacidade de modificar a suposta imobilidade ou fixidez de sua natureza essencial (o que os filósofos chamariam de sua “ontologia”). Três desses fatores estão ligados à situação material do objeto, e três outros estão ligados à percepção que se faz dele. Os da primeira categoria são: “uso”, “entorno” e “duração”. Os da segunda categoria são: “ponto de vista”, “discurso” e “experiência”. A rigor, é arbitrária a divisão desses fatores em duas categorias, pois eles incidem uns sobre os outros de modo complexo, gerando o *quantum* eminentemente fluido e instável que entendemos como significado. Contudo, para fins didáticos, há sentido em desmembrá-los e considerar um de cada vez. Antes disso, cabe ressaltar um ponto que deveria ser autoevidente: significado, em última instância, reside unicamente na percepção dos usuários (sendo quem faz, o autor ou criador, considerado usuário também). Sem um sujeito capaz de atribuir significado, o objeto não quer dizer nada; ele apenas é. A apreensão de todos os fatores citados deriva da relação entre usuários e artefatos, numa troca de informações e atribuições que se processa de modo contínuo. Em última instância, é a comunidade que determina o que o artefato quer dizer.

O impacto do fator “uso” fica muito claro no exemplo dos Arcos. Quando o artefato deixou de ser aqueduto e passou a ser usado como viaduto, essa mudança alterou de modo importante seu significado, até mesmo em termos formais. É notável o fascínio que a visão do bonde passando por cima dos Arcos tem exercido sobre artistas, fotógrafos e cineastas, gerando inúmeras representações desse tema. Nas imagens geradas por processos manuais, como desenho ou pintura, revela-se uma tendência de exagerar o tamanho do bonde, atribuindo-lhe importância visual maior do que aquela que corresponderia às proporções físicas exatas. No caso do bonde passando por cima dos Arcos, equilibrado vertiginosamente sobre o caminho alto e estreito, o inusitado do uso surpreende, pesa e acaba por colorir as percepções. “Uso” é uma palavra que abrange as noções interligadas de operacionalidade, funcionamento e aproveitamento. Nesse sentido, aproxima-se da palavra “função”, comumente empregada para descrever o papel a ser desempenhado por um artefato nas relações sociais. Contudo, a palavra uso é mais adequada, porque não pressupõe que um artefato qualquer tenha uma única vocação, como é frequentemente o caso quando se fala em sua “função”. Conforme veremos mais adiante, no terceiro capítulo, é quase sempre mais correto falar em “funções” do que em “função”.

O impacto do “entorno” sobre o significado do artefato talvez seja menos explícito. No exemplo dos Arcos, mesmo que a estrutura e a aparência do monumento tenham permanecido estáveis por longos períodos, tudo à sua volta mudou. Os registros visuais mais antigos evidenciam que existe desde muito o hábito de construir outros edifícios em torno do aqueduto. Já nas primeiras décadas do século XIX, aglomeravam-se ali, de ambos os lados, bom número de casas, conforme indicam uma série de imagens conhecidas. O bairro da Lapa foi crescendo, crescendo; e, ao final do século XIX, não resta dúvida de que os atuais Arcos se encontravam rodeados de um casario denso e compacto, o qual se aproximava o máximo possível do antigo aqueduto e, em alguns casos, chegava a se apoiar nele, tirando proveito estrutural de sua solidez construtiva.

Na década de 1940, esse casario havia atingido tamanha densidade, com o aparecimento dos primeiros edifícios altos, que começava mesmo a ofuscar o velho viaduto. Os registros fotográficos que possuímos dessa época são invariavelmente tirados dos morros vizinhos ou de outro ponto distante, pois não existia mais a possibilidade de descortinar a construção inteira a partir do nível do chão. O resultado é que o artefato, antes monumental e imponente, como aparece nas representações antigas, passou a ser percebido por golpes de vista fragmentados, ou seja, como menos do que sua totalidade. Um registro inusitado de sua aparência nessa época, ao nível do chão, é o cenário da peça *Feira livre*, de 1941, em que a imagem cenográfica dos Arcos aparece comprimida entre prédios e barracas, mais fragmento do que monumento.<sup>[21]</sup>

A partir dos anos 1950, esse processo começou a se inverter. A derrubada sucessiva de quarteirões inteiros – primeiramente, do lado de trás e, depois, à frente – devolveu os vazios ao espaço em torno dos Arcos, retomando um pouco a antiga monumentalidade. Na década de 1970, com a reabertura do Largo da Lapa, completou-se o ciclo de bota-abaixo, culminando em um retorno parcial à situação de duzentos anos antes. Quase por paradoxo, já que não era essa a intenção, a destruição do tecido urbano resultou na recuperação de uma qualidade originária perdida ao longo dos séculos. Ao compararmos a imagem atribuída a Leandro Joaquim com a vista que se tem hoje dos Arcos, é surpreendente constatar que voltou a existir a ampla perspectiva descortinada sobre o monumento, e que essa continuidade se fez por meio de tantas e tão drásticas mudanças na paisagem.



Todas essas transformações, ligadas não somente ao uso e ao entorno, mas também à própria condição física do artefato (estado de conservação), estão relacionadas com o terceiro fator citado: “duração”. Para entender o significado de um artefato com qualquer profundidade é preciso saber o que já se passou com ele ou, no caso de um artefato móvel, por onde ele passou.<sup>1221</sup> A existência de qualquer objeto decorre dentro de um ciclo de vida que comporta desde sua criação até sua destruição. Quanto mais tempo ele consegue resistir – ou seja, manter-se íntegro e reconhecível – maior será a chance de incidirem sobre ele mudanças de uso e de entorno. Alguns artefatos, como os Arcos, sobrevivem por muito mais tempo do que seus criadores e fabricantes e estão sujeitos, portanto, à atribuição de significados por gerações sucessivas de usuários, cujas opiniões e juízos podem variar imensamente. Quem observa hoje o velho monumento e o aprecia como patrimônio histórico não compartilha quase nada com os olhares lançados sobre ele no momento de sua inauguração.

Os juízos dos usuários nos remetem à segunda categoria de fatores condicionadores do significado. O primeiro deles é “ponto de vista”. Já se falou sobre a percepção cultural que leva as pessoas a acharem que estão à frente ou atrás do artefato. Claramente, essa é uma questão de ponto de vista: ou seja, literalmente, o local onde o observador se posta para olhar o objeto. A rigor, em termos lógicos, qualquer ponto de vista é igualmente plausível e importante para a compreensão do artefato. Porém, se alguém for ao museu e quiser ver somente os versos dos quadros, isso é percebido como estranho. O fato é que elegemos perspectivas melhores ou piores, corretas ou erradas, e formamos uma hierarquia de modos de ver. Essas hierarquias são constituídas culturalmente, ao longo dos anos. Um dos principais desafios das artes visuais é o de formar, deformar e transformar o olhar. No caso dos Arcos, o ponto de vista escolhido é capaz de alterar profundamente o significado do artefato. A vista de quem passa por cima do monumento, no bonde, é bem diversa da de quem passa por baixo, a pé; e essa mudança de perspectiva modifica de modo significativo a experiência que se tem. Importa muito se o objeto é visto de longe ou de perto, de cima ou de baixo, no todo ou em parte. Sempre que se investiga o significado de um artefato, é preciso perguntar: quem olha? A partir de onde? Procurando o quê?

O fator “discurso” refere-se ao modo como o ponto de vista de cada um encontra sua tradução para outros. Se eu for uma pessoa muito independente, posso descobrir por conta própria o ponto de vista que me convém, mas como faço para comunicar essa minha preferência a outras pessoas com as quais, porventura, eu queira dividir minha experiência? Torna-se necessário representar a experiência por meio de linguagens (verbais, visuais ou outras), e as representações necessariamente agregam sentidos e afetam a compreensão do artefato. Vimos, no caso do desenho de William Alexander e suas cópias, como as imagens podem gerar outras imagens, formando cadeias de enunciados que se perpetuam quase sem se reportarem mais, de modo direto, ao artefato que deu origem ao processo. Quem se der ao trabalho de juntar os enunciados gerados, terá uma noção do *repertório* discursivo que cerca o objeto.

Hoje, mais do que nunca, na chamada “era da informação”, é praticamente impossível chegar a qualquer objeto sem passar antes pelo repertório – ou seja, sem alguma noção dos discursos que moldam seu significado e uma ideia preconcebida de como será sua experiência. Qual foi a última vez que você, leitor, assistiu a um filme sem nenhuma noção do que se tratava? Sem saber o nome do diretor ou de um ator, sem ter lido uma sinopse ou crítica, sem ter inspecionado o cartaz do filme, sem saber sequer o título ou o gênero em que se enquadrava? O discurso circundante é quase sempre um patamar de acesso necessário para chegar a um objeto qualquer. Numa sociedade em que as informações são onipresentes, a própria independência do ponto de vista só pode ser conquistada pelo muito conhecimento dos discursos que cercam a situação, e nunca por sua ausência. Mesmo assim, trata-se de uma independência relativa.

O último fator citado, “experiência”, é o mais resistente a todas essas influências externas. Quando se fala em experiência, a referência é aquilo que é íntimo e imediato na relação de cada um com o artefato em mãos. Afinal, se acho os Arcos bonitos ou feios, graciosos ou lúgubres, ou outra coisa qualquer, isso corresponde a uma vibração interna que, em algum nível, é só minha. Agora, essa relação íntima e imediata é necessariamente condicionada por

todas as outras experiências antecedentes que fazem com que eu seja “eu” – incluídas aí minhas experiências anteriores com o mesmo artefato. Se gosto de história e arquitetura, por exemplo, se conheço outros aquedutos antigos, em outros lugares, é provável que eu tenha uma predisposição para olhar e experimentar os Arcos de modo diverso de quem não se interessa por nada disso. Se conheço os Arcos de longa data, se estou acostumado a passar por eles diariamente e conheço-os intimamente, de todos os pontos de vista possíveis e por meio de muitos discursos acumulados e sobrepostos, minha experiência do artefato será muito diferente da experiência de quem olha para o objeto pela primeira vez. Por todos esses motivos, e outros ainda, a experiência é um dos fatores mais determinantes do significado.

Foi dito anteriormente que é artificial a divisão desses fatores em categorias, que todos operam juntos, incidindo um sobre o outro. Sem dúvida, isso é verdade. A separação deles é apenas um exercício reflexivo, com a finalidade didática de enfatizar a importância de cada aspecto subjacente àquilo que entendemos como significado. A interdependência deles fica ainda mais clara quando introduzimos um último fator que incide sobre todos os outros, modificando-lhes e alterando qualitativamente sua percepção. Este fator é o “tempo”, sua decorrência e devir. Com a passagem do tempo, surge o “propósito”, que é o uso mutável transformado em qualidade estável. Com a passagem do tempo, surge a “história”, que é a duração mutável transformada em qualidade estável. Com a passagem do tempo, surge a “permanência”, que é o entorno mutável transformado em qualidade estável. Com a passagem do tempo, surge a “atenção”, que é o ponto de vista mutável transformado em qualidade estável. Com a passagem do tempo, surge a “consagração”, que é o discurso mutável transformado em qualidade estável. Com a passagem do tempo, surge a “memória”, que é a experiência mutável transformada em qualidade estável. O que importa é lembrar que tudo é passível de mudança no tempo – inclusive os significados que associamos a qualquer objeto.

Se algo tão sólido e imóvel quanto os Arcos da Lapa está sujeito a tantas transformações e alterações de significado, o que dizer de objetos mais efêmeros? O que ocorre com os artefatos comuns que nos cercam o tempo todo, que entram e saem de nossas vidas com tamanha rapidez que às vezes sua existência passa despercebida? O que acontece com as coisas depois que são descartadas por nós? Esses temas serão discutidos em maior profundidade no próximo capítulo. Por enquanto, basta enfatizar que nenhum artefato possui significado estável e imutável. A primeira revista em quadrinhos do Homem-Aranha, vendida em 1963 para crianças nos Estados Unidos por 12 centavos, hoje virou relíquia preciosa, disputada por colecionadores que pagam até 100 mil dólares por um exemplar em perfeito estado. As muitas imagens de Lênin produzidas durante e após a Revolução Russa, como expressão de fervor revolucionário e poder proletário, foram aos poucos se transformando em símbolos de opressão e tirania, até serem derrubadas e destruídas pelo próprio povo russo quando do fim da União Soviética. Hoje, são colecionadas avidamente e vendidas no mercado de leilões dos países que um dia foram os inimigos do marxismo-leninismo. As roupas que alguém veste numa foto da década de 1980, as quais eram então o auge da moda, hoje causam constrangimento e, às vezes, suscitam da própria pessoa retratada uma exclamação do tipo: “como eu pude usar isso algum dia?”. Entretanto, em algum lugar do planeta, um jovem *fashion designer* sonha precisamente em ressuscitar polainas coloridas e ombreiras gigantes como o novo *must* da temporada. Assim caminha a humanidade, e seus projetos.

## MEMÓRIA, IDENTIDADE E DESIGN

Quando se discute o significado dos artefatos, é comum recorrer à “experiência do usuário” como uma espécie de prova dos nove. Até certo ponto, a experiência pode ser observada em situações controladas, testada em laboratórios e quantificada em dados e tabelas, o que é sempre reconfortante para as pessoas que buscam certezas. Acontece que nada que valha a pena ser estudado é tão simples assim. Conforme vimos no exemplo dos Arcos da Lapa, são inúmeras as experiências que podem ser suscitadas por um único artefato; e são vários os fatores que condicionam como será constituído o significado. Além do mais, a experiência direta é apenas uma parte de nosso conhecimento e compreensão dos objetos.

Se você está em determinado ambiente, engajado em determinada atividade – digamos, em casa, lendo este livro –, por definição, você não está vivenciando todos os outros ambientes de que tem conhecimento nem realizando todas as outras atividades que poderia exercer. Contudo, mesmo estando presa a um ponto determinado do tempo-espço, em termos perceptivos, nossa organização mental permite que tenhamos consciência de outras experiências do que aquela que está presente e imediata. Em meio à leitura do livro, o leitor pode se distrair ao lembrar a pessoa amada, ou de uma mensalidade que tem de pagar. A bagagem que possuímos de vivências, obtidas diretamente ou por empréstimo, colore nossa percepção e define o modo como processamos qualquer experiência atual. Tanto que, o que é dor e sofrimento para alguns, é prazer para outros, e vice-versa. Para uns, ler este livro é uma obrigação chata, que os subtrai de outras atividades; para outros, é uma fuga deliciosa dos problemas e do cotidiano.

A maioria das experiências que temos ao nosso dispor não é acessada a qualquer momento pelos sentidos, mas por meio da *memória*. A capacidade de lembrar o que já se viveu ou aprendeu e relacionar isso com a situação presente é o mais importante mecanismo de constituição e preservação da *identidade* de cada um. Veja o exemplo trágico das pessoas que sofrem de alguma doença degenerativa que afeta a memória: mesmo tendo os cinco sentidos

operantes, uma pessoa sem acesso à memória torna-se incapaz de se relacionar com o mundo, podendo chegar ao ponto de não garantir a sobrevivência física sem cuidados externos. Um exemplo banal do contrário, da força da memória, está na capacidade que tem a maioria de nós de caminhar por nossa própria casa no escuro da noite, sem nem ao menos tatear as paredes. Mesmo diante da privação dos sentidos, aquilo que apelidamos de “memória corporal” garante o sucesso da empreitada. Reza o dito popular que “recordar é viver”, e podemos afirmar o inverso: que viver é, em grande parte, um processo de recordar. Memória e experiência estão intimamente relacionadas, uma alimentando e constituindo a outra.<sup>(23)</sup>

Memória é a experiência deslocada do seu ponto de partida na vivência imediata. Como o momento atual é passageiro, desmanchando-se numa sucessão de outros momentos, outras vivências, quase tudo que somos e pensamos depende da memória. Porém, a memória é coisa notoriamente escorregadia. No calor de uma discussão, o interlocutor frequentemente distorce o que foi dito há poucos instantes, lembrando errado o que o outro disse, ou até mesmo as próprias palavras. “Eu não falei isso!” “Falou sim!” Uma pessoa sai de casa com pressa, tranca a porta, entra no carro e, um minuto depois, se pergunta: “será que tranquei a porta?”. Alguém vai a uma exposição e vê ali uma obra de que gosta (algo “memorável”). No mês seguinte, vê outra obra do mesmo artista em outra exposição. Dois anos depois, ao comentar o trabalho daquele artista, situa as duas obras juntas, como se tivessem constado da mesma exposição, e se surpreende sinceramente ao ver comprovado que nunca estiveram. A memória é falha. Diferentemente daquilo que chamamos de “memória” nos computadores – a qual corresponde, na verdade, à capacidade de armazenamento e recuperação de dados –, a memória humana não é um banco de informações no qual depositamos experiências para depois as retirarmos intactas. Até existe a possibilidade de trazer à mente, com total exatidão, algo que vimos ou ouvimos; mas o fenômeno da memória “fotográfica” (ou melhor, eidética) é tão raro e excepcional que põe em relevo o quão imprecisa costuma ser a memória humana.

Mais do que a simples ação de recuperar uma vivência, a memória é um processo de reconstituição do passado pelo confronto com o presente e pela comparação com outras experiências paralelas. Alguém pode se lembrar de uma experiência que nunca teve – a chamada “síndrome da falsa memória” – ou pode misturar suas próprias vivências com as de outras pessoas e com informações adquiridas por meios indiretos (conversas, leituras, mídias audiovisuais). A memória é mais construída do que acessada, e sempre impressiona a capacidade humana de lembrar o que quer e de esquecer o que não quer. Há controvérsias quanto às memórias, especialmente quando elas são coletivas e não individuais. Não é de surpreender, portanto, que as pessoas recorram aos objetos como suportes de memória. Os artefatos servem tanto de ponto de partida para as lembranças como para encerrar litígios. Nada melhor do que um vestígio material do fato – uma prova, no sentido policial – para estabelecer que algo tenha acontecido de um jeito e não de outro.

Os artefatos são constantemente arregimentados com o propósito explícito de atizar a memória ou de preservar uma recordação: diários, agendas e bilhetinhos; *souvenirs* de viagem; brindes e prendas distribuídos em festas e eventos; cartões comerciais e de visita, santinhos e filipetas; relíquias de família. Há todo um vasto universo de objetos pertencentes às categorias de “mementos” e “memorabilia”, que acabam passando das gavetas, armários e estantes de cada um para brechós, sebos e antiquários, e daí para arquivos, museus e bibliotecas, que são os grandes repositórios das fontes documentais das quais é extraída nossa história. Os artefatos mais comumente usados em nossa sociedade para preservar e atestar memórias são as fotografias. À medida que as tecnologias digitais vão facilitando e barateando cada vez mais a produção de imagens, aumenta em progressão geométrica o recurso ao registro fotográfico como sistema de preservação e constituição da memória. Em algumas situações – festas e viagens, por exemplo – há quem passe quase tanto tempo a fotografar quanto a fruir diretamente a atividade, o que equivale a transformar o processo de registro em substituto da vivência, e não mais simples suporte para a memória.

Que os artefatos fazem lembrar é simples de constatar. Basta mostrar para alguém acima dos trinta anos algum objeto relacionado à sua infância – balas e confeitos costumam ser bons para esse objetivo – para arrancar suspiros saudosos e comentários que começam com “no meu tempo...”. Mesmo os mais jovens não são imunes à nostalgia. É bastante difundido o mito segundo o qual as coisas teriam sido mais simples e mais bem-ordenadas no passado. O mesmo filtro mental que faz com que as pessoas se lembrem mais do que é agradável e esqueçam o desagradável acaba por gerar uma reverência coletiva pelo passado, percebido como algo reconfortante. São expressões corriqueiras: “os anos dourados”, “nos bons tempos”, “éramos felizes e não sabíamos”. O interessante, do ponto de vista comercial, é que a nostalgia vende produtos. Não somente as antiguidades, que valem muito exatamente por conta da história que carregam, mas também produtos novos com uma roupagem passadista – o chamado *retrô*.

Hoje, é possível comprar grande variedade de produtos novos com cara antiga, desde móveis e eletrodomésticos até automóveis projetados para remeter a padrões estilísticos passados, como é o caso do Volkswagen Novo Beetle ou do Chrysler PT Cruiser, sucessos de vendas nos anos 2000. Até mesmo artefatos cuja tecnologia não existia no passado são disponibilizados em estilo retrô – por exemplo, aparelhos para reprodução de arquivos digitais musicais que imitam a forma de equipamentos sonoros mais antigos. No mundo da moda, então, o retrô é um fenômeno incontornável. Quanto mais se revive o passado estilístico nas roupas mais as épocas e os estilos acabam por se confundir.





Vistos lado a lado, o tênis retrô imitando um modelo dos anos 1970, com materiais e tecnologia atuais, nem parece tanto assim com o original que o inspirou. Embora cite elementos morfológicos associados ao modelo mais antigo, o tênis novo é indubitavelmente um produto da era atual. Os ciclos retrô vão se acelerando e, portanto, se embolando. O recente *revival* dos anos 1980 cita elementos que, por sua vez, já eram, em sua época, um *revival* das décadas de 1950 e 1960. Assim, determinadas peças de vestuário (por exemplo, calça Capri, tênis All Star) entram e saem de moda ciclicamente. Em alguns casos, a velocidade desse entra e sai é tamanha que já não se sabe onde termina um *revival* e começa outro. Tais artefatos acabam sendo apelidados de “clássicos”, e as revistas informam que eles “nunca saem da moda”, o que é uma contradição lógica, visto que a moda se baseia exatamente no princípio da mudança rápida e contínua de juízos estéticos.

Na atual condição pós-moderna, as noções de tempo e história são fluidas. Pela natureza autofágica com que os ciclos de retrô e *revival* se retroalimentam, o consumo de artefatos e comportamentos processa-se hoje numa espécie de não tempo, ou “tempo em suspensão”, em que todas as épocas passadas convivem em simultaneidade com o contemporâneo. Nada mais atual do que constituir a própria identidade por meio da combinação estratégica de referências diversas ao passado – tatuagem dos anos 1990, roupa dos anos 1980, música dos anos 1970, filosofia dos anos 1960, penteado dos anos 1950, quadrinhos dos anos 1940, e assim por diante –, numa colagem contínua e sempre em mutação. A própria atitude de hibridização temporal para construir um composto contemporâneo é a reprodução involuntária – um *revival* intelectual, por assim dizer – do “ecletismo” que dominou o pensamento arquitetônico ocidental na passagem do século XIX para o século XX. O único parâmetro que se mantém atual – “de ponta” – é a tecnologia, que é percebida como um avanço constante e inexorável, puxando todo o resto para um futuro incerto. Para eterna frustração dos ecologistas mais radicais, quase ninguém busca recuar no tempo tecnológico para um passado de menos megabytes e menos megapixels. Nosso saudosismo tem esse limite.

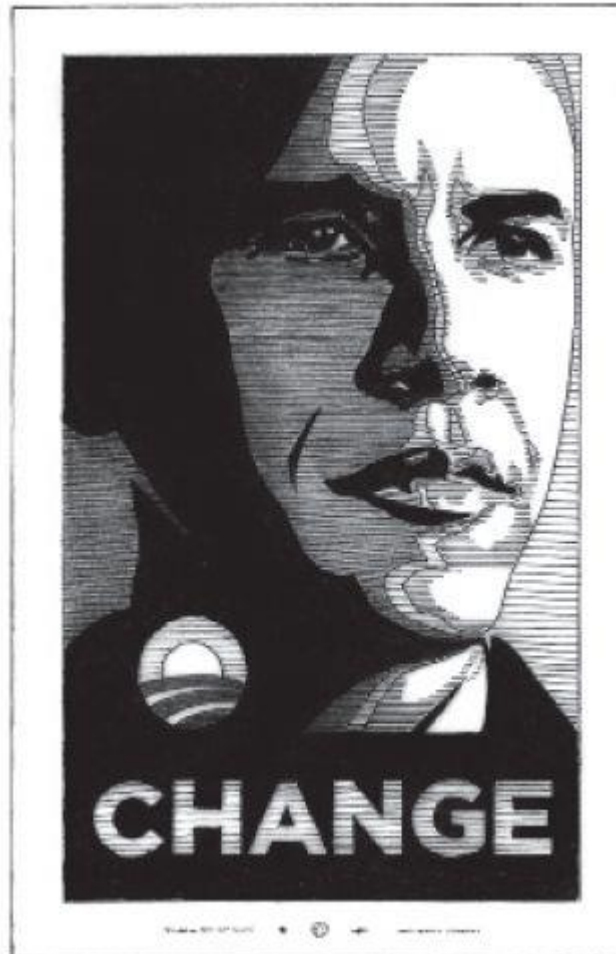
Surge a pergunta: há algo condenável em tudo isso? Superado o fetiche modernista com o progresso e o novo, o que tem de mais em conjugar estilos passados com a tecnologia presente? Não seria o melhor dos mundos a possibilidade de ter um aparelho qualquer com altíssimo desempenho combinado com a aparência que me agrada, seja qual for? Se eu quero uma geladeira vermelha, de contornos arredondados, não é direito meu? E se ela tem um motor silencioso, compatível com as normas ambientais mais avançadas, não é isso preferível a um aparelho velho, original dos anos 1950, que consome mais energia e emite gases poluentes? A resposta é sim, evidentemente. Não há nada de errado, em termos éticos, com qualquer escolha estética. A rigor, gosto não é uma questão moral. Na verdade, a postura *mix and match*, de livre combinação de elementos, que rege a atualidade é reveladora de algo mais profundo nas relações entre forma e aparência, uso e experiência. O papel da memória na constituição das aparências não se restringe à busca autoconsciente do retrô. As formas novas sempre têm suas raízes fincadas em outras antigas. Nada vem do nada.

Em seu livro fundamental *Objetos do desejo*, Adrian Forty elabora uma análise do modo que as novas tecnologias vão adquirindo uma “cara” reconhecível pela configuração formal dos produtos. O exemplo citado por ele é o rádio. A aparência externa dos primeiros aparelhos correspondia à sua estrutura interna – ou seja, os rádios eram “nus”, sem invólucro ou casca. Aos poucos, foram sendo desenvolvidas soluções formais para encapsular o mecanismo, seguindo tendências que o autor caracteriza como constantes na história do design.<sup>[24]</sup> Intrigante constatar, conforme salienta Forty, que uma das primeiras reações dos designers ao depararem com um desafio tecnológico completamente novo é recorrer a formas antigas para lhes dar alguma roupagem. É típico da psicologia humana esse recurso à memória e ao familiar – ao passado reconfortante – como antídoto ao terror que o novo pode inspirar. Com a introdução de diversas tecnologias ao longo da era industrial, tornou-se bastante conhecido esse padrão de vestir, ou revestir, o elemento radicalmente novo por aproximação com o que já existe. Em termos morfológicos, os computadores de mesa (*personal computers*) da década de 1980 parecem um televisor (monitor) atrelado a uma máquina de escrever (teclado). Para resolver os elementos realmente novos – processador, placas, disco rígido – a solução encontrada pelos fabricantes da época foi esconder tudo dentro de uma caixa neutra, geralmente bege ou cinza. Somente com a evolução para o formato notebook, os computadores pessoais começaram a encontrar uma morfologia própria, distinta de outras máquinas antecessoras.

Não é somente nos aparelhos oriundos de novas tecnologias que a remissão ao passado se faz presente. Qualquer objeto projetado tem recurso necessariamente a um repertório existente, pois o projetista está imerso num

caldo cultural que inclui todas as influências às quais já foi exposto, filtrados por sua memória. Os cartazes criados por Shepard Fairey para a campanha de Barack Obama à presidência dos Estados Unidos em 2008, possuem um ar decididamente retrô, embora não remetam a uma fonte precisa. O fato de que uma estilização passadista foi escolhida para traduzir visualmente conceitos como “esperança”, “progresso” e até “mudança” é indicativo do grau de complexidade existente hoje na relação entre passado e presente, memória e identidade. Visualmente, pelo menos, a mudança defendida pela campanha de Obama era um retorno estilizado ao passado.

No design gráfico, é muito evidente o papel da linguagem e do repertório; mas os mesmos princípios regem qualquer atividade de criação e projeto, seja de uma aeronave, um liquidificador ou uma fotografia. O ser humano pensa sempre por meio das linguagens que tem à disposição, e estas são codificadas pelo acúmulo de atividade antecedente naquele domínio. É impossível articular pensamentos fora do domínio de uma linguagem – aquilo que o filósofo Vilém Flusser batizou de “conversa geral” ou “língua ampliada”, abrangendo, além da linguagem verbal, a música, a plástica e a imagética.<sup>[25]</sup> Do mesmo modo que escritores escrevem frases novas num idioma que aprenderam a falar, o designer projeta formas numa linguagem que já existia quando ele veio ao mundo. As coisas materiais falam de si em termos próprios à sua configuração.



O repertório formal define os parâmetros dentro dos quais é possível pensar o novo. É o peso da “tradição”, que o historiador da arte Norman Bryson contrapõe ao “desejo” como os dois polos delimitadores de qualquer processo artístico ou inventivo.<sup>[26]</sup> O que pesa mais na criação: tradição ou desejo, informação ou inovação? A pergunta é capciosa, e a resposta bem mais escorregadia do que se pode imaginar à primeira vista. Na verdade, a relação é cíclica: a novidade de hoje representando amanhã a carga acumulada do passado, os tesouros de um passado remoto servindo de ponto de partida para a ruptura radical com o presente. O mais difícil é permanecer imóvel. Às vezes, é preciso mudar muito para continuar sendo o mesmo.

Uma boa ilustração desse princípio está nas identidades corporativas. Empresas com história comercial relativamente longa costumam passar por um processo periódico de redesenho de suas marcas. No Brasil, o caso da Light S.A., empresa fornecedora de eletricidade no Rio de Janeiro, é emblemático dessa necessidade. Em 1996, a Light foi privatizada e seu controle passou para um consórcio que deu início à reestruturação da empresa. À época, a marca existente ainda era a mesma projetada em 1966 por Aloisio Magalhães e já era venerada como “clássica”, uma marca de grande força e reconhecimento, criada por um dos maiores projetistas brasileiros do século XX e representativa da época heroica de implantação do design modernista no Brasil. Houve quem palpitasse que não se podia mexer numa marca como essa, que seria uma espécie de crime ou sacrilégio. No entanto, as circunstâncias haviam mudado muito nos trinta anos que separavam o projeto original do contexto de seu redesenho. Quando Aloisio Magalhães projetou a

marca, pretendia que ela simbolizasse qualidades como modernidade, força, eficiência. Com a passagem do tempo, agravada pela crescente ineficiência da Light nos anos 1980 e 1990, aquele logotipo remetia o público consumidor a tudo, menos a modernidade, força, eficiência. A marca da Light havia se tornado, na melhor das hipóteses, antiga e inócua; na pior delas, antipática e repudiada.



Sob toda a pressão de ter de mexer num trabalho canônico, o escritório carioca EG Design foi contratado para redesenhar a marca e apresentou seu projeto em 1999. A nova marca preservava o motivo formal fundamental de usar os dois L's (LL) rebatidos dentro do círculo, sugerindo a representação convencional de um raio de eletricidade. A cor foi mudada; a relação de figura clara e fundo escuro, invertida; as hastes dos LL, afiladas e alongadas para fora do círculo, quebrado e também afilado; e a remissão gráfica à ideia de transmissão elétrica reforçada pela ligatura peculiar entre o G e o H no nome da empresa. O resultado foi uma marca que passou, novamente, a simbolizar para seu público as qualidades de modernidade, força e eficiência, acrescidas de noções de leveza e transparência que nem eram relevantes quando da feitura da marca antiga, mas que eram prementes para o novo contexto. Em suma, a marca da Light teve que ser quase inteiramente mudada para voltar a ostentar mais ou menos seu significado original.

Essa história não é exceção no universo das formas, mas antes uma regra. Como vimos no exemplo dos Arcos da Lapa, mesmo que o artefato permaneça intacto e imóvel, as transformações de contexto e entorno acarretam mudanças de significado. De modo corolário e complementar, muitas vezes é preciso mudar as aparências para que os significados permaneçam estáveis. O mundo das embalagens comerciais oferece ilustrações abundantes desse princípio. A evolução da lata de Leite Moça ou do frasco de Pó Royal, para citar dois exemplos bastante conhecidos, reflete a tensão contínua entre a necessidade de manter o produto familiar e reconhecível para o seu público cativo e o anseio de torná-lo sedutor e atual, capaz de conquistar novos consumidores e afastar a ameaça de concorrentes recém-chegados. O desafio projetual passa a ser o de transformar a embalagem o máximo possível – adaptando-a, em alguns casos, a novos materiais e tecnologias de fabricação – sem perder o elo com uma história comercial que encerra qualidades como tradição e confiabilidade, as quais são difíceis de conquistar e fáceis de perder. O desafio conceitual é manter constante a *identificação* do usuário com o produto e suas qualidades presumidas.



Na área de *branding*, fala-se muito em construir marcas fortes, entendidas como aquelas com as quais o consumidor se identifica a ponto de misturar sua própria identidade com a do produto ou empresa. Quando se vê um jovem de periferia vestindo uma jaqueta com o escudo da Ferrari, por exemplo, entende-se que sua identificação tem mais a ver com valores associados à marca e com aspirações a um estilo de vida do que com qualquer possibilidade concreta de vir a possuir um automóvel Ferrari. Identificar-se. Identidade visual. Identidade corporativa. São conceitos inter-relacionados, ligados ao modo como cada um se imagina (autoimagem) e como imagina que é visto, ou gostaria de ser visto, pelos outros (imagem pessoal). As pessoas podem se vestir de determinada maneira para transmitir um

significado compreensível de imediato: por exemplo, um médico ou um policial, cujos trajes comunicam sua inserção profissional. Também podem se vestir para transmitir significados menos precisos, como pertencimento a um grupo social ou tendência de estilo ou música. De todo modo, é certo que “vestir a camisa” é uma metáfora adequada para descrever a maneira como as pessoas se revestem de aparências para simbolizar valores e qualidades interiores. Na identidade criada entre marcas e consumidores, temos uma manifestação fortíssima dos meios intrincados pelos quais formas e significados são imiscuídos no mundo contemporâneo.

Resta indagar: como se constrói a identidade? Sem dúvida, a memória é um mecanismo primordial para esse fim. A identidade baseia-se na memória: eu sou quem eu sou porque fui o que fui. A identidade profissional fornece uma ilustração simples desse princípio: alguém é médico porque fez faculdade de medicina e residência, e não porque pensa que é médico. É comum aos casais de namorados, à medida que a relação se aprofunda, mostrarem uns aos outros suas fotografias de infância e família. Trata-se de um exercício de explicar ao outro quem se é – um atestado de antecedentes, por assim dizer. Ao saber de onde a pessoa vem, por quais experiências ela já passou, tem-se a convicção de conhecê-la, de saber melhor quem é ela, verdadeiramente. É claro que um álbum de fotografias é uma versão parcial, editada, do passado familiar. Apenas uma pequena porção do que aconteceu está lá representada, enfocada sob a distorção do olhar de quem fotografou e de quem organizou o álbum. Mas a memória é sempre assim: filtrada. Cada um extrai do passado aquilo que considera importante, ou relevante, e o assimila àquilo que considera ser sua identidade no presente.

A identidade é sempre compósita, construída a partir de muitas partes e possuindo muitas facetas. A mesma pessoa pode ser homem, pai, marido, arquiteto, surfista, entusiasta de alpinismo, amante de jazz, torcedor de time de futebol, ex-militante de partido, tudo ao mesmo tempo, sem que nada disso implique um esfacelamento de sua personalidade e, menos ainda, que a soma total desses aspectos revele quem ele é na intimidade. Além de todas essas características citadas e divulgadas, ele pode ser um cleptomaniaco ou, quem sabe, um leitor de romances açucarados. A identidade está em fluxo constante e sujeita a transformação, equivalendo a um somatório de experiências, multiplicadas pelas inclinações e divididas pelas memórias. Quando se pensa que o sujeito existe, ao longo de sua vida, rodeado por enunciados e informações, produtos e marcas, design e projeto, começa-se a ter uma noção das múltiplas maneiras em que memória e identidade podem interagir para moldar nossa visão do mundo material e condicionar nossa relação com os artefatos que nos cercam.

Os bons designers fazem uso estratégico da memória para refinar seus projetos, incutindo-lhes camadas adicionais de significado. Um exemplo recente é o redesenho da marca Mococa, de laticínios, pela equipe liderada por Milton Cipis. No caso, os designers foram confrontados com o desafio de adaptar uma marca desgastada para o contexto presente, tornando-a atual sem perder de vista os valores de familiaridade e confiabilidade associados a uma empresa quase centenária. A solução encontrada foi aproveitar o desenho de uma vaca, oriundo de uma embalagem antiga de 1957, adaptando-o para a estrutura gráfica nova. O resultado é uma marca capaz de ser percebida pelo consumidor como sendo, a um só tempo, “moderna” e “tradicional”, o que é uma contradição na lógica, mas não no universo das marcas.



O princípio de conjugar visualmente modernidade e tradição é o mesmo explorado por Aloisio Magalhães nas marcas que criou para as comemorações do 4º Centenário da Cidade do Rio de Janeiro, em 1964, e para a empresa estatal Petrobras, em 1970. Em ambos os casos, o designer juntou uma linguagem gráfica atual com remissões a símbolos antigos: a cruz de malta, no primeiro caso, e a bandeira brasileira, no segundo.



São múltiplos os modos de criar correspondências entre design, memória e identidade. O repertório existente pode ser explorado para introduzir ruídos e criar dissonâncias, tanto quanto para reforçar significados aparentes. Em 2005, o designer Rico Lins realizou a curadoria de uma exposição de cartazes brasileiros, na cidade francesa de Chaumont, intitulada *Brasil em Cartaz / Le Brésil à l’Affiche*. No cartaz produzido para divulgar o evento, ele lançou mão do famoso enunciado “seja marginal, seja herói”, proveniente da obra homônima de Hélio Oiticica, de 1968. No cartaz, a frase está disposta num arranjo de letras desenhadas, de tamanhos diversos, misturando caixa-alta e caixa-

baixa, preto e vermelho ocre, as quais remetem à tradição tipográfica de cartazes lambe-lambe, impressos a partir de blocos de madeira e colados em muros. A palavra “marginal” está de cabeça para baixo, reforçando a noção de imperfeição e pressa, do malfeito e do tosco. O uso de símbolos convencionais com o desenho de uma mão apontando o dedo, simulando clichês tipográficos, aprofunda o senso de antigo e rústico. No entanto, a peça nada tem de retrô ou de vernacular. Antes, é uma sofisticadíssima reflexão sobre a identidade do design brasileiro.



O enunciado central, composto pelas quatro linhas de letras garrafais, é usado como estrutura visual, ou arcabouço, sobre a qual o projeto pendura as informações relevantes como título da exposição, local e datas. Estas são inseridas vertical e horizontalmente, em várias direções, formando uma malha construtiva que sugere um trânsito ou fluxo em torno das palavras maiores. Entre elas, estão introduzidos pequenos ruídos verbais como os termos “lambe-lambe”, “utopia lambe”, “heliotítica”, bem como o nome do autor, “Rico Lins”. Sabendo que boa parte do público dessa mostra seria composta de pessoas que não compreendiam a língua portuguesa, o designer transformou o enunciado “seja marginal, seja herói” quase em vulto pictórico e paisagem gráfica, relativizando o peso denotativo de seu sentido verbal. O próprio *i* final de “herói” é elidido, aproximando a palavra de seus equivalentes estrangeiros *hero* (inglês) e *héros* (francês). O resultado de tudo isso é que o cartaz depreende uma série de leituras diferenciadas, de maior ou menor complexidade, dependendo se o espectador entende português, sabe quem é Hélio Oiticica, compreende a importância histórica do grid como elemento de estruturação do espaço visual no design gráfico modernista, conhece a tradição tipográfica popular no Brasil, e assim por diante. O modo complexo como as formas adquirem e processam significados, dependendo do seu público, é o tema do próximo capítulo.

## Notas

18 Marcel Proust, *No caminho de Swann. Em busca do tempo perdido – I*, trad. Fernando Py. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004, p. 23.

19 Para mais informações sobre esse quadro, ver Rafael Cardoso, *A arte brasileira em 25 quadros (1790-1930)*. Rio de Janeiro: Record, 2007, pp. 17-21.

20 Luciana de Lima Martins, *O Rio de Janeiro dos viajantes: O olhar britânico (1800-1850)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001, pp. 61-6 e passim. A imagem gravada por T. Medland foi publicada em 1806 no livro *A Voyage to Cochinchina in the Years 1792 to 1793*, de autoria de John Barrow. Ver *O Rio de Janeiro em seus quatrocentos anos: Formação e desenvolvimento da cidade* (caderno de ilustrações). Rio de Janeiro: Record, 1965.

21 O uso da área abaixo dos Arcos como praça de feira é documentado em outra foto, de Peter Fuss, tirada por volta de 1935. Ver Carlos Martins (org.), *A paisagem carioca*. Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna, 2000, fig. 348.

22 O termo mais correto para isso, ao falarmos sobre obras de arte, é “proveniência”.

23 Para uma introdução à neurociência da memória, ver o capítulo 6 de Antônio R. Damásio, *E o cérebro criou o homem*, trad. Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

24 Adrian Forty, *Objetos do desejo: Design e sociedade desde 1750*, trad. Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007, pp. 20-2, 267-5.

25 Vilém Flusser, *Língua e realidade* [1963]. São Paulo: Annablume, 2007, caps. 1 e 3.

26 Ver Norman Bryson, *Tradition and Desire: From David to Delacroix*. Cambridge: Cambridge University Press, 1984, pp. 1-31.