

PRÊMIO MCB: 6º concurso de Pôster, a ideia de um design brasileiro em debate

MCB AWAD: 6th Poster Contest, the debate over the idea of Brazilian design

LIMA, Thais D. dos S.; Doutoranda; Universidade Federal do Paraná

thaisdyck@gmail.com

CORRÊA, Ronaldo de O.; Doutor; Universidade Federal do Paraná

oliveronaldo@gmail.com

FABRIS, Yasmin; Doutora; Universidade Federal do Paraná

yasfabriss@gmail.com

Resumo

O presente artigo reflete sobre a constituição e acionamento dos imaginários sociais sobre um design brasileiro no ano 2000, tendo como objeto de estudo as críticas de design feitas a respeito dos cartazes selecionados no 6º concurso de Pôster da 14ª edição do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. Para tanto, foram analisados tais documentos a partir de uma perspectiva decolonial. Argumenta-se que a construção desse imaginário social se dá a partir da partilha de símbolos, valores e ritos materializados em narrativas verbais, visuais e materiais, que constituem e reproduzem sistemas de representação cultural. A discordância à colonialidade, disposta na aceitação da contradição dessas narrativas, traz potência às análises e produções que nos possibilitam considerar outras versões possíveis de histórias, memórias e imaginários.

Palavras Chave: Crítica de design; Prêmio Museu da Casa Brasileira; Design brasileiro.

Abstract

This article reflects on the constitution and activation of social imaginaries regarding Brazilian design in the year 2000, focusing on design critiques of selected posters in the 6th Poster Contest of the 14th edition of the Museu da Casa Brasileira Design Award. To this end, these documents were analyzed from a decolonial perspective. It is argued that the construction of this social imaginary arises from the sharing of symbols, values, and rituals materialized in verbal, visual, and material narratives, which constitute and reproduce systems of cultural representation. The disagreement with coloniality, manifested in the acceptance of the contradiction within these narratives, empowers analyses and productions that allow us to consider other possible versions of histories, memories, and imaginaries.

Keywords: Design critique; Museu da Casa Brasileira Design Award; Brazilian design.

1 Introdução

O Museu da Casa Brasileira (MCB), criou em 1986, o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira (Prêmio Design MCB), a fim de promover debates e reflexões acerca da trajetória do design contemporâneo do país, especialmente no que se refere aos equipamentos vinculados ao habitar humano (BORGES, 1996). Neste contexto, ao propor incorporar questões referentes à construção, acesso e preservação da memória material do Brasil, o prêmio procura (re)constituir a história da produção de design nacional, atentando à "sua identidade, solidificando caminhos indicados e revelando novos atores" (LERNER; LATORRACA, 2016, p.4). Junto ao prêmio, ocorre ainda, desde a nona edição (1995), o concurso anual aberto que escolhe o cartaz de divulgação do evento. Segundo Chico Homem de Melo (2016), esse artefato atua como ponto de partida para o desenvolvimento da linguagem gráfica de outros itens de comunicação e da identidade visual de cada edição do prêmio.

Segundo Maria Cecília Loschiavo (2016), a criação do prêmio estaria associada ao contexto de encerramento da associação da disciplina do design no país ao formalismo de influência da *hochshüle für Gestaltung* de Ulm.

Essa referência original capitaneou a institucionalização do Ensino Superior de Design no país, banindo toda especulação decorativa e artística do produto, apesar do diálogo inaugural deste campo com as propostas estéticas e culturais do modernismo. Entretanto, as condições de desenvolvimento desiguais e "a natureza espontânea e intuitiva de nosso temperamento latino e tropical", como tão bem apontou o designer e professor Aloísio Magalhães, somaram-se com o tempo para configurar um modelo de práticas e gostos que caracteriza a identidade do design brasileiro (LOSCHIAVO, 2016, p. 94).

Considerar a construção de identidade do design brasileiro pautada sobre as ideias de um "temperamento latino e tropical" é reduzir essa produção ao essencialismo que presume características compartilhadas por todos os latino-americanos, as quais seriam inerentes à sua geografia - "tropical" - e cultura - "latina". Segundo Mignolo (2005), a própria ideia de América Latina é uma invenção eurocêntrica e colonial de outridade e, portanto, ao considerar a existência de uma "natureza espontânea e intuitiva" relacionada a latinoamericanidade, Loschiavo (2016) obscurece a simultaneidade existente entre múltiplos relatos, nações e universos contraditórios e heterogêneos que constituem o território e a experiência dos coletivos que o habitam.

Tratando-se de um evento que propõe a construção de uma ideia de identidade nacional do design, o presente texto propõe a reflexão acerca da constituição e acionamento dos imaginários sociais de um design brasileiro, especialmente no ano 2000, tendo como objeto de estudo o cartaz vencedor do 6º concurso de Pôster, referente à 14ª edição do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, bem como as críticas feitas a seu respeito. Para tanto foram acionados três materiais de análise, sendo eles uma reportagem presente na 17ª edição da revista *Arc Design*¹, um texto do autor Chico Homem de Melo, publicado no catálogo "Prêmio Design Museu da Casa Brasileira - Trinta edições" e um comentário presente no livro "O cartaz" de Claudio Ferlauto.

Explicitamos que temos entendido a crítica aqui apresentada, a partir do que Luiz Camillo Osorio compreende como tal, a saber,

¹ A *ARC Design*, revista destinada à divulgação e crítica do design nacional e internacional em seus mais diversos segmentos (*ARC DESIGN*, s.d.), constituía uma publicação de periodicidade bimestral, que circulou no Brasil de 1997 até 2015.

A crítica será vista aqui tanto como uma atividade específica dentro do circuito de arte que produz e dissemina sentidos para as obras, como também um exercício comum que põe as obras em questão ao pôr-se a si e ao mundo em questão. Toda recepção é uma forma de crítica. Ou seja, ela é simultaneamente especializada e não-especializada, uma não vive sem a outra (Osorio, 2005, p. 11).

Apesar de o autor elaborar discussões acerca da ideia de crítica de arte, compreendemos essa como um conceito útil para pensarmos, também, a crítica do design.

Importa pontuar que o presente texto propõe atentar às narrativas verbais e visuais do design, a partir de uma perspectiva decolonial – Barriendos (2019); Canclini (1989); Richard (2009); dos Anjos Junior (1998); Mignolo (2007). Tensionar a ideia de identidade nacional, ou ainda latinoamericana, nos permite aqui determinar novas possibilidades epistemológicas para a história enquanto disciplina do conhecimento e refletir como os artefatos gráficos acionam e constroem imaginários de/para identificação.

Na seção seguinte apresentaremos o cartaz acima citado, considerando sua composição, construção e visualidade.

2 O cartaz

Cogitar a existência de uma cultura brasileira homogênea que, através do design, resulta na transfiguração da identidade local e nacional sobre os artefatos, configura um agenciamento sobre as imagens construídas a respeito deste espaço e dos sujeitos que o habitam, as quais Barriendos (2019) categoriza como imagens arquivo. Nelas são acionadas uma série de superposições, derivações e recombinações heterárquicas, que reforçam e sustentam imaginações colonizadas e eurocêntricas acerca do mundo. Além disso, a intencionalidade intrínseca à criação da identidade brasileira parece uma resposta defensiva frente à globalização.

Segundo Meggs e Purvis (2009), o período aqui contemplado - final do século XX e início do século XXI - seria reconhecido por um contexto cultural sincrônico, fruto do avanço tecnológico, em que passado, presente e futuro se tornavam indistintos em uma constante de informações e imagens. Os autores compreendem que esse mundo complexo de diversidade visual e cultural, possibilitou a coexistência de visões mundiais e nacionais, resultando em uma era pluralista do design, ou, no que podemos chamar de design pós-moderno.

O pluralismo crescia à medida que as pessoas passavam a contestar as doutrinas subjacentes ao modernismo. A busca permanente de igualdade pelas mulheres e minorias contribuía para um clima crescente de diversidade cultural, a exemplo do que faziam a imigração, o trânsito internacional e a comunicação global. Pontos de vista estabelecidos eram desafiados por aqueles que buscavam corrigir a parcialidade e a distorção no registro histórico. A consciência social, econômica e ambiental do período levou muitos a acreditar que a estética moderna não era mais relevante na emergente sociedade pós-industrial. (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 600).

Neste contexto, o Concurso de Pôster referente ao Prêmio Design Museu da Casa Brasileira do ano 2000, que teve como jurados Helga Miethke (diretora de arte), Vicente Gil (arquiteto), Rogério Batagliesi (arquiteto), José Carlos Lollo (diretor de arte), Margareth Tiemi Dói (publicitária), Jarbas Agnelli (diretor de arte), Javier Talavera (diretor de criação) e Renata Proetti (diretora de arte), elegeu o trabalho do arquiteto Claudio Franco Netto Plestsch como vencedor (Figura 01).

Figura 1 - Cartaz vencedor do Concurso de Pôster - Prêmio Design Museu da Casa Brasileira do ano 2000



Fonte: MCB, 2000.

O cartaz em foco estampa a fotografia de um objeto comum à sociedade de massa - uma esponja de lavar louças -, que cita as cores da bandeira do Brasil, acionando memórias coletivas (Halbwachs, 2006) referentes à ideia de uma identidade nacional. Vale lembrar que a manipulação digital da imagem fotográfica presente no cartaz, dialoga com práticas de design do período, o qual é categorizado por Chico Homem de Melo e Elaine Ramos (2011) como a "era do bit lascado", que foi grifada pela disseminação de computadores pessoais e pela mudança das ferramentas de trabalho dos designers, que passaram "definitivamente da prancheta para a tela do computador" (MELO e RAMOS, 2011, p. 612). Tal mudança, segundo os autores (2011, p.613), alterou, ainda, a "feição do design gráfico desta década e das seguintes". Para Melo e Ramos (2011), o resultado de um olhar rigoroso sobre esta prática, no período, poderia ser resumido ao distanciamento do designer do papel de produtor de imagens, em função do fortalecimento de seu perfil de operador de imagens.

Predominam, ainda, no cartaz, os espaços vazios e a percepção de um grid de construção, o qual assenta cada elemento da peça em seu devido lugar, respeitando espaçamentos que facilitam sua leitura. A primeira vista, o pôster se utiliza de preceitos do design universal, o que propõe a noção de uma identidade nacional global, acionando a ideia de um Brasil modernizado. Contudo, é na escolha tipográfica, bem como em sua disposição, que são tensionados alguns desses formalismos. Estas escolhas parecem explorar as "experimentações com novos recursos oferecidos pela tipografia digital" (MELO; RAMOS, 2011, p.623). Ao mesmo tempo em que a fonte DIN - tipografia criada pelo Instituto Alemão para Normatização - é selecionada, suas letras são escaladas, desalinhadas, utilizadas em caixa alta e baixa, sem seguir as normas e regras da escrita tradicional, além de aplicadas à beira da margem inferior da folha, provocando uma contradição visual em

relação a sua legibilidade. O pôster sugere um diálogo com determinado léxico adotado por projetos gráficos do período. Ele

segue mais ou menos o mesmo receituário: superposições, manipulações digitais de imagens fotográficas, textos cortados pelas bordas do papel, ausência de alinhamento, formas ou letras com limites irregulares ou borrados. A "sujeira" deixada de ser ruído e vira informação. Em síntese, o léxico desconstrutivo seria algo equivalente a reunir todos os preceitos modernistas e inverter seus sinais. (...) O que parecia doença é na verdade remédio cuidadosamente manipulado (MELO; RAMOS, 2011, p. 682).

Contudo, vemos que aqui não são reunidos todos os preceitos modernistas e invertidos seus sinais, mas sim tensionados em determinada medida. Ao considerarmos as visualidades criadas e consumidas neste contexto cultural, social e político, nos aproximamos de práticas e saberes que constituíram parte do cenário social do período. Jameson (1997), ao tratar sobre os aspectos formais e políticos da arquitetura pós-moderna explicita a pretensão na sua diferenciação e inovação em relação ao modernismo. O autor compreende esta determinada linguagem como populista, em que aponta para o

esmaecimento da antiga distinção entre a alta cultura e a assim chamada cultura de massa, uma distinção de que dependia o modernismo para a sua especificidade, uma vez que a sua função utópica consistia em, pelo menos parcialmente, assegurar a permanência de um espaço de experiência autêntica em contraste com o ambiente circundante de cultura comercial" (JAMESON, 1997, p.88).

Conforme explicitam Philip Meggs e Auston Purvis (2009), a intenção na diferenciação da arquitetura pós-moderna em relação ao modernismo, foi para além dos edifícios, estendendo-se também aos projetos de design gráfico.

No design, o pós-modernismo significava o rompimento com o Estilo Internacional dominante desde a Bauhaus. Nadavam contra a corrente, ao desafiar a ordem e a clareza do design moderno, particularmente do design corporativo (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 600).

No entanto, consideramos as dinâmicas sociais deste processo, amparados pela ideia de Garcia Canclini (1989) que estabelece o termo "pós-modernismo híbrido" para descrever os complexos sistemas culturais da América Latina no contexto pós-moderno. Para o autor, esta dinâmica não é homogênea, como sugerido pelo conceito ocidental, mas sim marcada por uma mistura de elementos globais e locais, especialmente nas sociedades latino-americanas, resultando em um hibridismo cultural. Para esse autor,

El posmodernismo no es un estilo sino la copresencia tumultuosa de todos, el lugar donde los capítulos de la historia del arte y del folclor se cruzan entre sí y con las nuevas tecnologías culturales. (CANCLINI, 1989, p. 307).

No fascínio pela diferença, "pelo espelho partido que o 'outro' oferece", são geradas respostas de reafirmação de identidades locais (DOS ANJOS JÚNIOR, 1998, p. 9). Ainda que o cartaz proponha uma linguagem visual brasileira que se assemelha à internacional, há nele indícios que fissuram a ideia de homogeneização da cultura nacional. Segundo Moacir dos Anjos Júnior (1998),

o resultado mais paradoxal da globalização tem sido justamente o de frustrar quaisquer expectativas de homogeneização de culturas e, portanto, de fraturar a noção - implícita no ideário modernista - de hierarquia entre elas, familiarizando o mundo, ao contrário, com um ambiente cultural complexo e diversificado, instituidor de uma nova e ampliada cartografia da produção e circulação simbólicas. (DOS ANJOS JÚNIOR, 1998, p.9).

Contudo, de modo a naturalizar uma relação genuína entre lugar, corpo e narrativas, assim como propõe Nelly Richard (2009), o multiculturalismo reduziu as noções de identidade e diferença

a uma simples condição pré determinada, como, nesse caso, o de ser brasileiro.

Veremos a seguir como essas noções foram construídas e associadas a narrativas outras que fortalecem, fissuram e questionam uma ideia de identidade brasileira homogênea, apontando as intencionalidades e contradições que atravessam as percepções apresentadas.

3 A procura de uma identidade nacional

Ao atentarmos às críticas tecidas a respeito do cartaz em questão, torna-se preciso localizá-las para que seja possível acessarmos as condições sociais, culturais e políticas que permeiam tais narrativas. Assim sendo, consideramos pertinente apresentarmos, além dos materiais de análise em si, um panorama geral do contexto em que esses estão inseridos.

A começar pela reportagem "Prêmio de cartazes MCB, a procura de uma iconografia nacional", presente na edição no.17 da revista Arc Design, de 2000, pontuamos que esta representa a última matéria da edição, a qual Maria Helena Estrada - jornalista, editora e uma das co-fundadoras da revista - aponta como tendo "a pauta variada". O primeiro texto da publicação denominado "Arte, pelas mãos do povo" traz considerações da autora Joana Canêdo², sobre o catálogo da Arte Popular da mostra do Redescobrimento, realizada em São Paulo no ano 2000. Em seguida, é publicado o artigo "Office Solution - O universo do escritório no Brasil", o qual apresenta a sétima edição do que é caracterizado pela mesma autora do texto anterior, Joana Canêdo, como a "maior feira do setor de móveis para escritório da América-Latina". "Quanto vale o design? 15 reais", é a matéria seguinte que consiste em um crônica de João Carrasosa³ junto à cobertura da feira MACEF, em Milão, e da exposição Growing Ideas, em São Paulo. O texto seguinte, com título "100% Design, Londres: apontando caminhos e soluções", conta com percepções de Maria Helena Estrada sobre a feira inglesa "100% Design". Em seguida, contando com a mesma autoria do texto anterior e intitulado "O móvel da madeira na Itália e no Brasil", o artigo consiste em perspectivas da autora sobre o mobiliário italiano em relação ao brasileiro, considerando seus materiais e processos. O sétimo artigo da edição, "Abitare Itália", traz percepções da redação da revista sobre a exposição "Italian way of life" realizada no Museu Brasileiro de Escultura de São Paulo. Em seguida, na coluna de atualidades, estão contidas duas matérias, as quais contam, respectivamente, com a apresentação da parceria da designer Diana Cabeza⁴ com Delia Beru⁵ e na apresentação do design goianiense. Nesta última matéria a redação da revista compromete-se a mapear um roteiro do design brasileiro. Por fim, anterior à reportagem que temos tratado neste texto com maior atenção, está disposta uma entrevista com Mirian, intitulada de "O design de Mirian, Oswaldo Miranda", o qual, segundo a redação da revista, é "mais conhecido no exterior do que em seu país, o Brasil.

Os títulos e conteúdos das matérias apresentadas, buscam, em todo momento, tensionar e estabelecer ideia(s) a respeito de um design brasileiro, ainda que em relação ao internacional. Estas reportagens sugerem, tal como aponta Garcia Canclini (1989) ao tratar do pós-modernismo como um fenômeno complexo e dinâmico, a existência da "copresença tumultuosa" de diferentes expressões culturais, históricas e tecnológicas constituindo as narrativas gerais da revista. As

² Escritora que atuou na Arc Design de 1999 a 2000 como Chefe de redação, repórter, tradutora e assistente editorial.

³ João Anzanello Carrasosa é um escritor brasileiro e redator publicitário.

⁴ Arquiteta e designer argentina.

⁵ "A designer Delia Beru é proprietária da Casa 21, que desenvolve projetos de design brasileiro, além de apresentar clássicos internacionais". (Museu da Casa Brasileira, 2017).

fronteiras entre os processos artesanais e industriais, cultura erudita e popular, a noção de um design brasileiro e internacional, se justapõem e entrecruzam a cada nova reportagem.

Conforme a introdução da reportagem intitulada "Prêmio MCB, a procura de uma iconografia nacional" (Figura 2), "referências à cultura brasileira foram um tema comum a muitos dos trabalhos finalistas" do concurso de cartazes do ano 2000. Além disso, o artigo aponta:

O Museu da Casa Brasileira selecionou, em outubro, o vencedor do Concurso de Pôster para a divulgação do 14º Prêmio Design. O trabalho escolhido foi o dodiretor de arte Cláudio Franco Netto Plestsch.

O júri foi composto por Helga Miethke, Vicente Gil, Rogério Batagliesi, José Carlos Lollo, Margareth Tiemi Dói, Jarbas Agnelli, Javier Talavera e Renata Proetti. Quarenta e um participantes, entre designers, arquitetos e profissionais das artes gráficas, participaram do concurso.

Ao olharmos para a seleção dos cartazes finalistas no prêmio do MCB, sentimos imediatamente a preocupação de boa parte dos classificados em buscar imagens simbólicas que expressassem elementos da cultura brasileira. (REDAÇÃO, 2000, p.74).

Figura 2 - Prêmio MCB, a procura de uma iconografia nacional



Fonte: ARC DESIGN, n. 17, 2000.

Apesar do texto de que se trata, não se aprofundar nos elementos do 2º, 3º, 4º e 5º colocados, esses estampam a página inteira ao lado da matéria, como se tencionassem, de alguma forma, o que está sendo verbalizado. Indicando "imagens simbólicas que expressassem elementos da cultura brasileira", a narrativa construída na crítica em questão, parece compreender o "local" como a derivação natural de uma territorialidade de origem. Percebemos determinado desejo pela

constituição de uma iconografia nacional (como conjunto), o que podemos considerar um aspecto diretamente relacionado com o projeto moderno. Como vimos anteriormente, Loschiavo (2016) indica o desejo, a partir do Prêmio Museu da Casa Brasileira, em romper com a vinculação germânica, possuindo assim, uma mudança de referências, mas não da estratégia discursiva que permeia a disciplina do design.

Importa compreendermos e problematizarmos este posicionamento essencialista quanto a noção de uma "iconografia nacional", como sugerida. Uma alternativa ao que se propõe, é compreendermos a identidade brasileira, não como uma categoria unificadora, mas construída na chave da pluralidade. A partir da ideia do local, torna-se possível pensar na existência de um design brasileiro, sem reduzi-lo a uma identidade unificada. O entendimento de identidade, portanto, deveria "estar" em relação ao contexto espaço temporal e não simplesmente "ser" algo a ser acessado.

Ao tratar do pôster desenvolvido por Claudio Plestsch, a reportagem aponta para o verde-e-amarelo aliado à transposição de objetos, como símbolos que acionam a ideia de identidade nacional.

O cartaz vencedor recorre ao famoso verde-e-amarelo, o que poderia ser uma idéia banal. Porém, ao colocar em evidência a textura de uma esponja de cozinha, ele nos remete à questão dos materiais e da transposição de uso de objetos e símbolos. Com isto, coincidência ou não, vai diretamente ao ponto principal das discussões em torno do design contemporâneo; a pesquisa e utilização de novos materiais e texturas. Uma idéia muito boa que poderia ter sido valorizada se tivesse encontrado outras soluções para o uso da tipografia". (REDAÇÃO, 2000, p.74).

Da mesma forma, Chico Homem de Melo (2016), ao descrever e agrupar alguns dos cartazes vencedores do concurso no texto que compõe o catálogo de 30 anos do evento, aponta para a peça vencedora da edição de número 14, como um veículo que transpõe um artefato do cotidiano, dando tratamento erudito a um objeto prosaico em que se flagra "a brasilidade verde-e-amarela".

As múltiplas manifestações do vernacular são uma referência quando se pensa em brasilidade, e com o design não poderia ser diferente. Explorar objetos presentes no cotidiano popular constitui outro tema em torno do qual os cartazes podem ser agrupados. Aqui estão reunidos cinco deles, mas há outros que também poderiam fazer parte deste grupo.

O cartaz da 18ª edição é uma boa síntese dessa vertente. Um conjunto de objetos prosaicos aparece disposto de forma aparentemente casual, a ponto de sugerir certo ar descuidado. O cartaz causou controvérsias: seria ele mais uma manifestação, dessa vez no campo do design, de nosso tão falado complexo de vira-lata?

Nos outros quatro cartazes, é dado um tratamento erudito a um objeto prosaico. No cartaz da 10ª edição, o funil faz referência tanto ao objeto de uso cotidiano como ao processo de seleção inerente ao Prêmio. A imagem recortada, o fundo magenta e o contorno amarelo remetem ao uso do computador, que ainda era novidade em meados dos anos 1990. No cartaz da 12ª edição, o pau de macarrão, outro clássico da cozinha, é combinado à tipografia e ganha ares minimalistas. No cartaz da 28ª edição, o entendimento do vernacular é expandido e passa a incluir o objeto industrial, feito de plástico. Por fim, o cartaz da 14ª edição, é um destaque do grupo: na onipresente esponja de lavar louça é flagrada a brasilidade verde-amarela combinada à sintaxe construtiva". (MELO, 2016, P. 138).

O autor constrói relações entre determinados cartazes, utilizando como ponto em comum entre eles, não o período de sua produção, mas o uso de artefatos ordinários na vida dos brasileiros, como imagens protagonistas dos pôsters. Afirmar que "as múltiplas manifestações do vernacular são uma referência quando se pensa em brasilidade, e com o design não poderia ser diferente",

parte do princípio de que há, portanto, um design oficial em oposição ao que se produz no Brasil, reforçando um posicionamento eurocêntrico que aloca a oposição binária entre centro e periferia, marcando o design brasileiro com o que o autor chama de "complexo de vira-lata". Apesar de compreendermos, a partir do que nos ensina Nelly Richard (2009), que as novas formas globais de soberania capitalista traçam uma cartografia do poder econômico-cultural que não se origina mais de um centro único, mas sim através de uma rede multi-centrada,

O capitalismo dominante ainda gera assimetrias de poder que distribuem de forma desigual as chaves de acesso e participação local nas redes globais de acumulação e transação do valor semiótico-cultural de tudo o que circula e é trocado. Essas assimetrias e desigualdades criam focos de resistência local à uniformização global e à homogeneização do sentido buscadas pela lógica dominante (RICHARD, 2009, p. 26).

A crítica de Claudio Ferlauto, veiculada no livro "O cartaz", o qual propõe um "sobrevoo sobre a coleção dos cartazes do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, que engloba o período que vai de 1988 a 2009" (FERLAUTO, 2010, p. 9), assim como nas anteriores, aciona o artefato ordinário e suas cores como um indicativo da identidade nacional.

Uma esponja de limpeza é a imagem do cartaz de 2000 que retoma temas do cotidiano da casa. A esponja, verde e amarela, apoiada em um jogo tipográfico quase convencional, amarra e estrutura um bom cartaz de Claudio Franco Netto Pletsch, publicitário gaúcho, que afirmou na ocasião: O projeto gráfico era simples e funcional como o próprio utensílio doméstico (...); e o júri relatou em ata que a proposta possuía força gráfica e de comunicação coerentes com o conceito da premiação". (FERLAUTO, 2010, P. 26 e 27).

Bem como apontou o júri, o cartaz "possuía força gráfica e de comunicação coerentes com o conceito da premiação". Conceito esse que, como vimos anteriormente, procura constituir a ideia de identidade do design brasileiro. Chama a atenção, ainda, a seguinte afirmação: "A esponja, verde e amarela, apoiada em um jogo tipográfico quase convencional, amarra e estrutura um bom cartaz de Claudio Franco Netto Pletsch (...)". Ficamos a pensar sobre as intencionalidades dessa fala, visto que parece forçar a categorização deste pôster junto ao design internacional modernista. São ignoradas as contradições do jogo tipográfico que tensiona a legibilidade da frase e as prescrições do que seria considerado um "bom design".

Compreendemos que existe determinada incoerência em relação ao que é visto no objeto e ao que é dito sobre ele. Ainda que atrelado ao funcionalismo, como o próprio autor brinca relacionando a eficácia da função do cartaz à da esponja de lavar louça, é certo que existem escolhas que geram dúvidas sobre a própria ideia de funcionalidade do pôster em questão. Sem considerar as problemáticas que atravessam as linguagens visuais que representam a ideia de uma identidade nacional, as críticas parecem estar atreladas ao sistema moderno de análise. Alteram-se os referenciais, mas não as normativas que organizam o discurso do prêmio.

As produções que propõem a constituição de uma iconografia nacional, bem como as críticas tecidas sobre elas, travam uma série de disputas que constroem a ideia de gosto⁶ sobre a disciplina do design gráfico, juntamente com algum juízo crítico sobre a mesma. Um consenso é requerido. "É bom deixar claro que não importa se o consenso se efetiva no juízo, mas sim que julgamos em prol dele". (Osorio, 2005, p. 48). E complementa,

⁶ Crítica da Faculdade do Juízo - Kant (1993).

É importante observar que, ao julgarmos em busca do consentimento do outro e ao se instituírem "valores" consensuais, os assim chamados cânones, não se está pretendendo congelar uma forma de julgamento, ou seja, desobrigar o exercício judicativo. Ao contrário, ao transformar determinada obra em referência, ao levá-la para o museu, o que se faz - ao menos era isto que deveria ser o caso - é expô-lo ao contágio de novas formas de experiência, de outras possibilidades de arte (e de mundo), que nos obrigariam a repensar o seu sentido e sua atualidade, ou seja, nos fariam julgá-la sempre como fenômenos singulares. (Osorio, 2005, p. 48 e 49).

Enquanto, por um lado, a narrativa verbal explícita as métricas modernistas quebalizam as avaliações acerca dos cartazes, a narrativa visual do projeto apontado, segue alguns preceitos do design pós moderno e tencionam (ainda que de forma sutil) ideais do estilo internacional.

Sendo assim, não é possível pensar em uma identidade brasileira do design que se distancie da visão eurocêntrica enquanto as críticas tecidas às produções nacionais estiverem dentro deste regime de articulação, uma vez que a modernidade está intrinsecamente articulada ao processo de colonialidade (MIGNOLO, 2007).

4 Considerações finais

Considerando os esforços, ainda que dentro de uma perspectiva colonial, em (re)criar sistemas de representação que buscam traduzir a identidade nacional brasileira, compreendemos que o artefato analisado, bem como as críticas acerca deste, constroem e acionam um tipo de imaginário social do design brasileiro a partir da partilha de símbolos, valores e ritos que constituem e reproduzem sistemas de representação cultural (DOS ANJOS JÚNIOR, 1995, p.5).

O uso de objetos ordinários e cotidianos (ou como caracteriza Chico Homem de Melo, vernaculares), apontado como referência de brasilidade, pode ser relacionado, de determinado modo, aos cartazes conceituais alemães que se propõem a apresentar objetos e situações comuns de maneiras incomuns (Philip Meggs; Auston Purvis, 2009). Contudo, assim como Longo (2017) nos mostra não ser possível pensar em uma pop arte brasileira aos moldes da pop arte estadunidense, consideramos que as aplicações de objetos triviais, aqui, apesar de citarem os cartazes conceituais alemães pós-modernos, tratam de questões outras que precisam ser situadas e contextualizadas. Importa considerar esses artefatos como rastros visuais que denunciam as condições culturais em que foram produzidos e consumidos, inscritos em um contexto de disputas políticas que agenciaram práticas sócio-culturais relacionadas ao imaginário da identidade brasileira do final do século XX e início do século XXI.

Os textos aqui apresentados, nos mostram práticas discursivas que buscam, de certa forma, performar uma história consolidada e linear do design brasileiro. O modernismo junto aos seus preceitos é retomado como uma lente que categoriza e diferencia o bom e o mal design entre si. São reveladas e explicitadas as linhas conservadoras e positivistas da área, que buscam constituir o imaginário do design brasileiro.

Contudo, se é possível pensarmos, a partir do que nos ensina Arthur Danto (2006), na "morte" da narrativa histórica da arte através da arte contemporânea, podemos também considerar a possibilidade do fim dessa história linear do design canônico a partir do pós-moderno. Segundo Meggs e Purvis (2011) o entrelaçamento entre design e a linguagem desconstruída, em oposição ao estilo internacional, resultou em um ambiente de inclusão e de possibilidades de expansão, o qual permitiu que muitas ideias altamente pessoais e até excêntricas fossem experimentadas, o que gera fissuras nos limites da história consolidada da área, através das quais vazam uma série de

tensionamentos e contradições.

O contraste da criação de um design pós-moderno através da representação do cotidiano, sobre um dispositivo adotado pelos modernistas (neste caso o cartaz), tensiona os preceitos do design moderno que atravessam as produções gráficas no Brasil. São contradições como essas que materializam a coexistência de múltiplas narrativas que constituem o "pós-modernismo híbrido" da América Latina, apontado por Garcia Canclini (1989). A discordância à colonialidade, disposta na aceitação da contradição, traz potência às análises e produções que nos possibilitam considerar outras versões possíveis de histórias, memórias e imaginários.

5 Referências

BARRIENDOS, Joaquín. A colonialidade do ver: rumo a um novo diálogo visual interepistêmico. **Revista Epistemologias do Sul**, v. 3, n. 1, p. 38-56, 2019.

BORGES, Adélia. **Prêmio Design: 1986-1996**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 1996.

CANCLINI, Nestor G. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidad**. São Paulo: Edusp, 1989.

DOS ANJOS JÚNIOR, Moacir. Quinze notas sobre a identidade cultural no Nordeste do Brasil globalizado. **Cadernos de estudos sociais**, v. 14, n. 1, 1998.

FERLAUTO, Claudio. **O cartaz**. São Paulo: Rosari, 2010.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a Lógica Cultural do Capitalismo Tardio**. 2.ed. São Paulo: Ática, 1997.

Kant, Immanuel. **Crítica da Faculdade do Juízo**. Editora Forense Universitária, 1993.

LERNER, Miriam; LATORRACA, Giancarlo. O prêmio do museu, o museu do prêmio. In: **Prêmio Design Museu da Casa Brasileira: 1986 - 2016**. São Paulo: Editora Olhares, 2016.

LOSCHIAVO, Maria Cecília; Design no Brasil: 1986 - 2016. In: **Prêmio Design Museu da Casa Brasileira: 1986 - 2016**. São Paulo: Editora Olhares, 2016.

LONGO, Celso. Entre a poética do frágil e a da resistência: abordagens gráficas e estratégias de comunicação na vanguarda brasileira dos anos 1960. In: **PINACOTECA**. Vanguarda brasileira dos anos 1960. São Paulo: Pinacoteca de São Paulo, 2017. p. 133-155.

MCB. **Claudio Franco Netto Pletsch**, s.d. Disponível em: https://mcb.org.br/pt/design_mcb/claudio-franco-neto-pletsch/. Acesso em 01 de set. de 2023

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. **História do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MELO, Chico Homem de; Design gráfico e design de produto: diálogos. In: **Prêmio Design Museu da Casa Brasileira: 1986 - 2016**. São Paulo: Editora Olhares, 2016.

MELO, Chico H. de; RAMOS, Elaine. **Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MIGNOLO, Walter. Separar las palabras de las cosas. In: MIGNOLO. Walter. **La idea de América Latina. La herida colonial y la opción decolonial**. Barcelona: Biblioteca Iberoamericana de Pensamiento, 2007.

MUSEU DA CASA BRASILEIRA. **Foto publicada por Delia Beru**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/photo/?fbid=1364666073554202&set=a-designer-delia-beru-%C3%A9-propriet%C3%A1ria-da-casa-21-que-desenvolve-projetos-de-desig>. Acesso em: 13 jul. 2024.

OSORIO, Luiz C. **Razões da crítica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 2005.

REDAÇÃO. Prêmio MCB: a procura de uma iconografia nacional. In: **ARC DESIGN** n. 17, p. 74-74, 2000.

RICHARD. Nelly. Derivaciones periféricas en torno a lo intersticial, **Ramona**. Buenos Aires, n. 91. p. 24-30, 2009.