

Processo de projecto: O ambulatório da mulher

Rafael Antonio Cunha Perrone

Resumo

Trata-se de um retrato do processo de projeto e criação da identidade visual e sinalização de um hospital público. Descreve as referências e o percurso da criação gráfica e ambiental.

A criação da logomarca e o projeto de sinalização do edifício do Ambulatório da Mulher podem trazer orientações para análise dos processos de criação em design, e revelar facetas dos problemas relacionados à identidade cultural.

Em primeiro lugar, deve ser situado o pedido do projeto. Tratava-se de criar a identificação visual e a sinalização para um edifício da Secretaria da Saúde do Estado, que seria reformado para abrigar um ambulatório público destinado ao uso das mulheres. O projeto inseria-se num quadro mais geral de política de saúde pública. Esse quadro buscava ampliar o atendimento à população de renda mais baixa e também procurava aperfeiçoar o acompanhamento, a prevenção e o diagnóstico dos problemas da saúde da mulher.

A criação do Ambulatório da Mulher pretendia prover às usuárias de um serviço médico informatizado, eficiente, ágil, moderno e tecnicamente competente. Os serviços deveriam ser, exatamente, o contrário de sua imagem historicamente construída que os associam a atividades lentas, desleixadas e ineficientes. A essa solicitação inicial agregava-se uma definição da Secretaria da Saúde de identificar o programa formulado pela imagem da Lua, que atuaria como elemento visual incorporado à temática da mulher.

Ao se deparar com essa solicitação, começa-se a trabalhar no projeto e, diante de muitas questões, busca-se tatear algumas definições preliminares para um plano de trabalho que poderia ter a seguinte sequência:

Em primeiro lugar, delimitar o que deverá ser realizado. Em segundo lugar, definir claramente o problema. Em terceiro, visualizar referências e gerar alternativas. Finalmente, selecionar uma das alternativas e

detalhá-la. O que seria realizado já estava mais ou menos delimitado pelo programa e pelos objetivos do projeto. Deveria ser definido o problema a ser enfrentado.

Essa definição é significativa pois, se o problema torna-se uma pergunta clara, é que se é possível ir ao encontro de uma possível resposta. Aqui, deve ser lembrada a opinião de Bob Gill [1] fundamentada na concepção de que a solução única e original de um projeto gráfico radica na colocação clara do problema.

Mas o problema e plano de trabalho não são tão precisos enquanto não se ajusta a solução ao problema. Ou seja, a solução clara é que colide com o problema que se tornou claro pela sua própria solução.

A princípio, esse plano ou problema nunca são nítidos, pois poderíamos começar a trabalhar pelas alternativas, pelas referências ou pela delimitação do problema e definirmos o que deveria ser realizado, ou vice-versa. O fato é que nos processos de criação, em muitos casos, a “solução” pode vir a esclarecer o “problema”.

Mas retorne-se o primeiro tópico do plano geral proposto: O que deve ser realizado?

É claro, a logomarca de uma instituição destinada a saúde da mulher e sua respectiva aplicação num edifício, com o objetivo de identificá-lo e orientar o seu uso. Ótimo! Definido o que deve ser realizado, devem ser esclarecidas as características elementares do objeto a ser construído: uma logomarca e suas aplicações.

Caminhe-se, então, na busca dessas características e, de acordo com Strunck [2], é sabido que a logomarca deve ter as seguintes propriedades: 1) Estar conceitualmente ligada ao negócio (instituição) que representa; 2) Ter uma boa leitura; 3) Não ter um desenho primário; 4) Evitar o excesso de elementos; 5) Ter facilidade de ser reproduzida; 6) Ter personalidade; 7) Quando rotacionada ou rebatida não deve ser “igual” a outra já existente.

Definidas essas premissas genéricas sobre as propriedades de uma marca ou símbolo a ser criado, deve-se buscar uma aproximação maior do caso.

Por se ligar à instituição que representa, a marca deve "significar" um edifício para a uma nova política de saúde da mulher, isto é: o edifício para os serviços de saúde não deve identificar-se com os já existentes, deve significar algo novo. E tratando-se da saúde da mulher, a marca deve identificar-se com a mulher, a mulher brasileira, a MPB (mulher popular brasileira).



Figura 1. Símbolo medieval contendo as fases da lua como representação da vida

Ainda a mulher, instituição e edifício devem estar, por definição do programa, relacionados à temática da lua... O que é temática da lua?... A lua é dos namorados?... A lua é das mulheres?... Pensando assim, estar-se-á no mundo da lua?... Busquem-se referências...

Encontrem-se respostas: a lua como reguladora do tempo, dos meses, já foi utilizada como símbolo de guia da vida. Frutiger [3] apresenta a lua num símbolo medieval, como uma representação da vida, no seu princípio e o caso, associando-a às suas fases crescente e minguante.[fig.1]

Essa referência iconográfica auxilia e torna o plano do projeto melhor definido. O problema central de imagem está colocado. A utilização das fases da lua como regimento da vida oferece uma associação visível e plausível com uma instituição de saúde.

Temos um princípio. Estando claro o princípio, o partido, está desvendada a solução?... Não, o princípio é só um início, um ponto de partida. Deve ser pensado como uma primeira escolha. Ela servirá para se atingir outros pontos, e nesses, haverá outras escolhas que em todas as escolhas posteriores poderão ser princípios de novos caminhos. Deve ser entendido que o princípio é só um dos começos. Assim, sugere Saramago: "Começar pelo princípio, como se o princípio fosse a ponta sempre visível de um fio mal enrolado que bastasse puxar e ir puxando até chegarmos a outra ponta, a do fim, e como se, entre a primeira e a segunda tivéssemos tido nas mãos uma linha lisa e contínua em que não havia sido preciso desfazer nós nem desenredar estrangulamentos...comecemos pelo princípio...puro engano de inocentes e desprevenidos, o princípio nunca foi a ponta nítida e precisa de uma linha, o princípio é um processo lentíssimo, demorado, que exige tempo e paciência para se perceber em que direção ir, que tenteia o caminho como um cego, o princípio é só o princípio, o que fez vale tanto como nada." [4]

Tem-se um princípio, mas não se tem um rumo certo. Tente-se mais uma vez. Temos a lua como reguladora da vida e da saúde. Agora, uma outra pergunta: O que poderia vir a ser algo que caracterizasse a MPB, a mulher popular brasileira?

As coisas que ela usa? - "O que é que a baiana tem? Tem torço de seda, tem, tem brinco de ouro, tem"... [5] O jeito com que se movimentam? - "Olha que coisa mais linda, mais cheia de graça, é essa menina que vem e que passa"... [6] Seu corpo? - "Esse corpo moreno, cheiroso, gostoso, que você tem"... Seu rosto? - "Morena dos olhos d'água"... [7] Sua grandeza? - "Maria, Maria é um dom, uma certa magia, uma força que nos alerta"... [8]

Muitas e muitas perguntas que foram feitas antes de dar de cara com a resposta. Um rosto de fato parece ser o mais visível dos atributos, é aquilo se volta para observador. Rosto, face, cara: é a página de rosto, é a face mais significativa do problema, é a "cara" do Brasil.

Agora, em face do problema colocado, devem ser pesquisados quais são os elementos componentes do rosto da mulher brasileira...Mas, um problema tem muitas faces!...Como seguir nosso percurso?

Uma análise estatística nos daria alguma pista? Haverá uma metodologia científica capaz de encontrar os elementos característicos da face da mulher brasileira? Alguma tabela ou cálculo, trabalhando por análise estatística, seria capaz de estabelecer, por médias ou modas, uma figura da face da mulher brasileira?

Acredite-se, é uma equação de difícil resposta? Porque mesmo que fosse possível definir-se, numa tipologia média, o rosto de uma mulher brasileira, seria este expressivo da face dessa mulher?...Seria a média uma medida adequada?

Se é impossível definir esse rosto da MPB, por alguma figura de "tipo médio" que tal pensar-se através de modelos? Poderiam ser recolhidos exemplares notórios do imaginário figurativo da mulher brasileira. Anotaríamos, para começar: Marta Rocha, Leila Diniz, Sonia Braga, Vera Fischer, Carmem Miranda (que não era nem brasileira), Luiza Brunet ou Gisele Bündchen...enfim, uma lista sem fim?

E o que há de comum entre elas, são loiras ou morenas, magras ou curvilíneas, com rostos finos ou ovais, com narizes retos ou arrebitados, com lábios finos ou grossos, com olhos grandes, pequenos ou arredondados?

Outro caminho, outras dúvidas. Dá-se a cara para bater. Dá-se de cara com uma face não resolvida do problema. E o que pode constituir uma imagem significativa da MPB? Talvez, aquela que os artistas foram construindo como figuração emblemática. É bom lembrar-se do rosto que Michelangelo criou para Deus no afresco da Capela Sistina? É bom lembrar-se dos comedores de batata de Van Gogh. E quem ao pensar numa fisionomia trágica não encontraria no rosto de "O Grito" de Munch uma imagem exemplar? De fato esses são rostos fundadores de imagens emblemáticas.

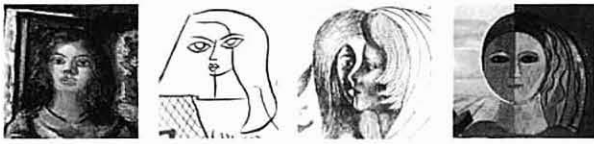
Aqui, outro caminho pode ser seguido. Olhar os rostos criados pelos artistas que buscaram construir algumas imagens das mulheres populares brasileiras.

Tomemos algumas imagens como referência, por exemplo, as de Di Cavalcanti e de Cícero Dias.

Poderiam ser outros pintores, pois muitos, como eles, ocuparam-se dos cotidianos das figuras femininas do Brasil.

A visualização de seus trabalhos, entretanto, bastou para o que estava sendo pesquisado. Algumas imagens exemplares podem ser citadas.

Di Cavalcanti oferece uma precisa reflexão sobre o rosto da mulher brasileira, no detalhe do quadro “Mocinha com um gato na janela” [fig. 2], num desenho desenvolvido a partir da figura da capa da revista Joaquim (1947) [fig. 3] e em um de seus inúmeros estudos [fig. 4]. No detalhe de “Composição sem título”(1986) [fig. 5] Cícero Dias ajuda a complementar essa reflexão iconográfica.



Figuras 2, 3, 4 e 5. Detalhe do quadro "Mocinha na Janela", Desenho realizado a partir da ilustração realizada por Di Cavalcanti para capa da Revista Joaquim, Detalhe de um estudo de Di Cavalcanti, Detalhe do quadro "Composição sem título de Cicero Dias.

É óbvio que nessas figuras encontramos riscados os traços característicos desses rostos. Com a relevância de uma caricatura por realçar o significativo, o original, o próprio a cada rosto. Por não se fixarem em médias, tipos ou modelos, podem ultrapassá-los, exatamente, pela qualidade do realce do peculiar.

Conclui-se pelos traços marcantes e desenha-se a traço: rosto cheio, cabelo ondulado, olhos amendoados e lábios carnudos. A cara está na cara.

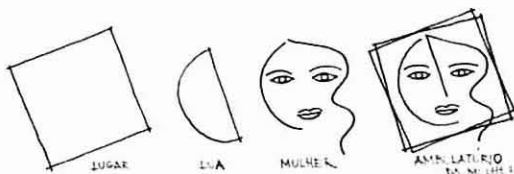


Figura 6. Elementos para definição do símbolo

Agora dar consistência ao princípio e aos percursos. Unir a cara, a face às fases da lua, [fig. 6] criando um lugar para elas. Assim define-se o símbolo [fig. 7]...Depois criar os esquemas cromáticos de legibilidade exigidos a cada pavimento [fig. 8] para identificar o percurso vertical.

Estudar os nós, os pontos de leitura. Estudar a imagem sobreposta ao edifício proposto. Transformar o edifício no edifício da mulher, destacá-lo na paisagem num azul intenso que interroga com o azul cinza do céu e o cinza ainda mais poluído da paisagem circundante. [fig. 9]



Figura 7. Definição do símbolo
Figura 8. Identificação dos pavimentos

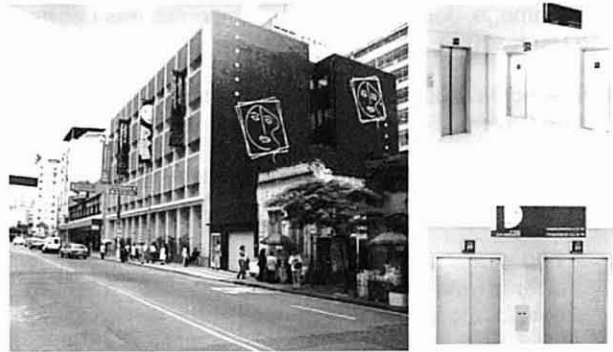


Figura 9. Aplicação do símbolo no edifício. Figura 10 e 11. Identificação dos ambientes

Entrar, circular, entender. Resolver o problema da identidade por um dos percursos possíveis, fixando num projeto um caminho da criação gráfica [fig. 10, 11 e 12]. Criar as placas de identificação dos ambientes e equipamentos, um caminho, que sem virar o rosto às pseudo metodologias científicas quantitativas, encara de frente a interpretação iconográfica como referência da solução para um problema de design.

Referências bibliográficas

[1] Gill, Bob, *Esqueça todas as regras que lhes tenham ensinado sobre o desenho gráfico, mesmo as desse livro*, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1982.

[2] Strunck, Gilberto Luiz, *Identidade Visual: A direção do olhar*, Rio de Janeiro, Europa Emp. Gráfica Editora, 1989. A apresentação do texto do autor: "como não fazer um logotipo", pág. 74 a 77, foi aqui, livremente adaptada.

[3] Frutiger, Adrian, *Sinais e Símbolos: Desenho, projeto e significado*, São Paulo, Martins Fontes, 1999, pág. 253.

[4] Saramago, José, *A caverna*, Companhia das Letras, São Paulo, 2000, pág.71.

[5] Trecho da música, *O que é que a baiana tem?*, de Dorival Caymmi.

[6] Trecho da música, *Garota de Ipanema*, de Tom Jobim.

[7] Trecho da música, *Da cor do pecado*, de Bororó.

[8] Trecho da música, *Morena dos olhos d'água*, de Chico Buarque.

[9] Trecho da música, *Maria, Maria*, de Milton Nascimento.

EQUIPE DO PROJETO:

Arq. Rafael Antonio Cunha Perrone, Arq. Valéria de Cássia Hiar Midena, Arq. Maria Cristina de Almeida Junqueira e Camila Renault Calazans (estagiária). O projeto de identificação visual do Ambulatório da Mulher recebeu o Prêmio IAB/SP - 2000 (do Instituto dos Arquitetos do Brasil) na categoria Comunicação Visual - Objeto.

Rafael Antonio Cunha Perrone

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, Departamento de Projetos,
Rua do Lago, 876, São Paulo, Brasil,
Cep 05508-900,
telefones: 55 11 3818-4577, 55 11 3818-4560,
fax: 55 11 3818-4546,
e-mail: perrone_arq@uol.com.br