

04.

Um modelo de valorização do processo criativo sobre os artefactos anónimos

A model for the enrichment of the creative process on anonymous artifacts

Ana Afonso

Doutoranda
FBAUP · Faculdade de Belas-Artes
da Universidade do Porto
ana.afonso@ua.pt

Rui Miguel Ferreira Roda

Professor Adjunto
UNISINOS · Universidade do Vale
do Rio dos Sinos
rui.roda@me.com

Existem várias correntes de análise do Design enquanto disciplina, dentre as quais pretendemos relevar a que reflecte sobre o desperdício de recursos decorrente de ciclos de moda e tendências. Com essa análise em mente, recupera-se a abordagem aos artefactos que designamos anónimos: objectos do quotidiano, que evoluíram ao longo do tempo tornando-se extremamente funcionais e universais, adquirindo significado e influenciando a conduta diária do utilizador. No âmbito da investigação sobre a relevância destes artefactos, que se encaram como inspiradores para o desenvolvimento de novos produtos, pretende-se promover a reflexão e intervenção sobre os artefactos anónimos no âmbito nacional. Partindo do estudo do impacto e influência destes artefactos no quotidiano dos utilizadores, será apresentada uma proposta de modelo para a sua valorização através do design, relevando o impacto na produção local e a implantação na comunidade.

Palavras-chave design, modelo de desenvolvimento, revalorização, anónimo, quotidiano.

Currently there are several analysis of design as a discipline, among which we intend to reveal one that reflects on the waste of resources due to fashion cycles and trends. With this analysis in mind, we recover the approach on artefacts we call anonymous: everyday objects, which have evolved over time becoming extremely functional and universal, acquiring meaning and influencing the user daily behavior.

In the research on the relevance of these artefacts, which are see as inspiring for the development of new products, we intend to promote reflection and action on anonymous artifacts at a national level.

Based on the study of the impact and influence of these artefacts in the daily lives of users, a proposed model for its enhancement through design will be presented, highlighting the impact on local production and deployment in the community.

Keywords design, development model, revaluation, anonymous, daily life.

1. Enquadramento da Investigação

Na investigação de doutoramento em curso parte-se da premissa de que a revalorização e renovação de utensílios do quotidiano podem ser primordiais na conjuntura das questões sociais que emergem com o design contemporâneo. Compreender a importância dos artefactos triviais, simples e quase omnipresentes pode levar a novas soluções integradas no envolvimento sócio-cultural.

Procura-se concluir o potencial do nosso património passado, não só de um ponto de vista social e antropológico, mas também projetual e histórico; valorizando a nossa herança cultural como um fator de diferenciação.

Entende-se que será relevante apresentar este tema recorrendo a diferentes correntes de análise do Design enquanto disciplina, dentre as quais pretendemos relevar aquelas que refletem sobre o desperdício de recursos decorrente dos ciclos de vendas e consumo.

Dentre vários profissionais, Fukasawa e Morrison (2006) contam-se entre os que criticam a mercantilização do Design e o materialismo que corresponde a modas e a tendências. afirma que “o mundo do design vive uma situação de deriva da normalidade, esqueceu as suas raízes e o princípio original segundo o qual cabe aos designers a responsabilidade de cuidar do ambiente criado pelo homem”. Já outros designers, como Alberto Bassi (2008), reconhecem que este momento do design contemporâneo é marcado pela má qualidade dos produtos: “vive-se um momento transitório no design contemporâneo, frequentemente marcado por má qualidade e fraca inovação, e por uma crise de identidade e orgulho, muitas vezes à mercê da produção exigida pelas crescentes necessidades do mundo globalizado, e pelas supostas necessidades do consumidor”.

A razão porque daqui se referenciam os artefactos anónimos é que estes designers defendem que esses objetos comuns contêm uma essência intemporal, e que instituem alguma estabilidade no meio das novidades da moda e da tecnologia. Aliás, afirmam também que existe um sentimento de conforto durante a utilização desses objetos, como Achille Castiglioni (1999) referiu ao afirmar que “os objetos anónimos são humildes e funcionais, e fontes de inspiração para a redefinição e reinvenção de objetos familiares”.

Por tanto, e partindo desta questão, defende-se a discussão destes objetos de design anónimo, não só pelas suas qualidades lógicas e essenciais a que se associam valores de projeto, mas também pelo carácter identitário que assumem, potenciando novas formas de desenvolvimento mais sustentáveis e afetivas, influenciando um reforço da identidade e ampliando a auto-estima da disciplina e da indústria.

2. O que é o Design Anónimo?

Estes artefactos do quotidiano que caracterizamos como Anónimos possuem uma componente sócio-cultural e humana essencial para o enquadramento equilibrado de qualquer artefacto numa sociedade, e ao longo do tempo vários foram os designers que os usaram como fonte de inspiração. Bruno Munari, em 1993, atribui um prémio aos melhores objetos de autores desconhecidos, selecionando, entre outros, objetos do dia-a-dia, como a gambiarra, um apetrecho para decoradores de vitrinas e um aloquete. Segundo o autor, estes objetos de uso quotidiano são comprados não porque seguem a moda ou simbolizam algo, mas porque são bem projetados e não importa por quem. Uma abordagem mais recente é a do designer Alberto Bassi, que concretizou um estudo dedicado ao Design Anónimo italiano em 2008.

Imagem 1. Tabela de resumo de alguns dos conceitos relevantes associados ao design anónimo abordados ao longo do documento, desenvolvido no âmbito da investigação.

O Design é caracterizado pela criação das mais essenciais necessidades humanas.	PAUL J. GRILLO 1960
Os objectos anónimos respondem a um propósito , e estão presentes todos os dias na vida do utilizador.	PANCRACIO CELDRÁN 2000
Os objectos anónimos respondem a funções essenciais para o quotidiano , são bem projectados e não interessa por quem.	BRUNO MUNARI 1993
Os objectos anónimos apresentam-se de forma modesta no quotidiano , mas exercem muita influência sobre este.	SIEGRIEF GIEDION 1999
Os objectos anónimos são funcionalistas e utilitários , evoluindo ao longo do tempo sob influência do contexto cultural, assumindo um carácter social.	PAULO PARRA 2009
Os objectos anónimos são de qualidade , afordativos e universais , e todos os utilizadores são capazes de os entender e avaliar.	PAOLA ANTONELLI 2005
Os objectos de cada um assumem características personais , são-lhes atribuídos significados e emoções .	DONALD NORMAN 2004
Os objectos anónimos são humildes e funcionais , e fontes de inspiração para a redefinição e reinvenção de objectos familiares.	ACHILLE CASTIGLIONI 1999

Neste, Bassi identificou quase uma centena de objetos que considerou arquétipos e característicos do contexto de design e produção italianos: desde a cafeteira Bialetti ao cone de gelado de bolacha ou à caneta Tratto, entre outros.

Na sua abordagem, considera que estes objetos do quotidiano são anónimos pela sua universalidade, embora se conheçam muitos dos seus autores e até alguns estejam associados a marcas. Afirma também que o estudo dos objetos anónimos pode contribuir para a compreensão das

Imagem 2. Nuvem representativa dos conceitos mais relevantes associados ao Design Anónimo abordados ao longo do documento, desenvolvido no âmbito da investigação.



raízes de uma identidade, que tanto pode ser integrada dentro da cultura do design como na produção empresarial.

Com esta breve análise percebe-se que o Design Anónimo contém valores marcantes que possibilitam a individualização de cada artefacto no meio das mudanças globais. Estes artefactos permitem refletir sobre projeto, sobre produção, comunicação e consumo, e até permitem perceber a cultura do produto e do trabalho de uma indústria ou empresa específicas.

Com o fim de congregar os vários entendimentos recolhidos sobre os artefactos anónimos, decidiu-se no âmbito da investigação reunir conceitos de vários autores, inclusive de outras áreas que não o Design.

Numa síntese possível dos variados contributos destes diferentes autores pode-se concluir que os objetos de design anónimo:

São objetos do quotidiano, cuja evolução ao longo do tempo os tornou extremamente funcionais e universais, sendo irrelevante conhecer o seu autor. Embora respondam a necessidades simples, assumem para o utilizador um significado pessoal e influenciam a sua conduta diária, tornando-se inspiradores para o desenvolvimento de novos produtos.

Depois de analisadas as várias abordagens, a recolha dos contributos de vários autores permitiu confluir nesta definição que concentra o que se considera design anónimo e que será aplicada no seguimento da investigação.

3. O valor do anónimo para o processo criativo em Design

Neste trabalho, a abordagem dos artefactos anónimos conotados com valores nacionais e a sua análise, resgatando os pontos de origem da sua disseminação, pretende conduzir à consciencialização e promoção dos benefícios do seu estudo e reinterpretação. O estudo de disciplinas concorrentes e/ou próximas do design permitiu perceber a sua abrangência e a sua multidisciplinaridade mas igualmente posicionar o estudo dos objetos anónimos como enquadrado em diferentes áreas e conceitos. Foram identificados casos de sucesso que merecem ser revisitados como exemplos e fonte de inspiração.

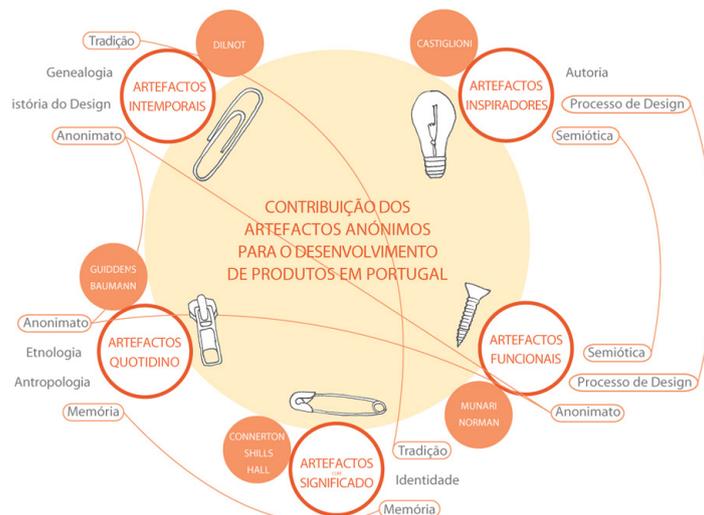
Um designer de excelência cujos projetos se caracterizam pela inspiração e reinvenção do anónimo e do comum foi Achille Castiglioni, como demonstram alguns dos vários exemplos da sua vasta produção, para além do seu enorme espólio de artefactos anónimos que recolheu ao longo da vida.

Um exemplo desta inspiração direta no anónimo é, por exemplo, o Banco Mezzadro, que aplica o assento de um trator ou então o Candeeiro Diabolo, baseado no brinquedo com o mesmo nome, numa adaptação formal e conceptual que é muito característica da sua obra.

Para o designer, "o artefacto comum, o objeto banal e quase omnipresente pode inspirar novos projetos, tendências e perspetivas integradas no envolvimento sócio-cultural" (Castiglioni, 1999).

Dentre vários exemplos nacionais que foram recolhidos ao longo do trabalho, referimos um artefacto que se tornou parte da nossa memória coletiva: a cadeira Gonçalo.

Imagem 3. Teia de conceitos e autores abordados ao longo do documento, confluentes na definição do papel dos artefactos anónimos para o design nacional. Desenvolvido no âmbito da investigação.



Trata-se de uma cadeira que é considerada um ícone da esplanada de rua portuguesa, e impôs-se nessa função pela sua inequívoca eficiência: é confortável, sólida, resistente e funcional. Surge em bares e cafés portugueses desde os anos 30 até os anos 70, e é aplicada de forma massiva nos anos 90 por ocasião da Expo 98. Resistiu até aos dias de hoje, com poucas modificações senão pequenos detalhes, como serem facilmente empilháveis ou para a aplicação de outros materiais. Foi também usada por vários designers como ponto de partida para diferentes projectos. Para estabelecer a pertinência e relevância desta matéria, começou-se por estudar as características atribuídas aos artefactos e a sua relação entre si, conforme se poderá sintetizar na Imagem 3. São artefactos intemporais e do quotidiano, funcionais e com significado, para além de serem inspiradores, como já vimos. Concluiu-se com esse estudo que conceitos-base como memória, tradição, hábito e identidade, representam um fio condutor da percepção que conduz ao valor do anónimo para o Design, já que todos se interligam numa sinergia que demonstra a sua integração no quotidiano (Connerton, 1999).

No desenvolvimento da investigação, procurou-se responder a três questões:

- qual a importância destes artefactos para o utilizador no dia-a-dia, onde se mostram essenciais e funcionais;
- qual a importância para a Disciplina enquanto repositórios de uma cultura e identidade característica;
- e finalmente, qual a sua importância para a produção nacional, no seguimento de recontextualizações e reinterpretações, conjugando a questão da valorização do local sem esquecer a adaptação ao global.

4. Um modelo de processo criativo sobre os Artefactos Anónimos

Pretende-se propor a revisão de processos que possam ser relevantes e potenciadores dos valores atuais e de experiências contemporâneas.

Para isso, e recuperando o conhecimento adquirido ao longo deste estudo sobre a evolução dos artefactos anónimos e sobre o seu processo de desenvolvimento, conclui-se que todo um conjunto de influências sociais e culturais constroem o criador no momento em que este responde às necessidades que verificou através do desenho. A partir do momento em que o artefacto se torna público, consubstanciam-se ao longo do tempo as características que distinguem os artefactos anónimos, como a integração natural no quotidiano e na identidade e memória de um grupo. São essas características que lhes atribuem a capacidade de inspirar novas soluções em resposta a outras necessidades.

A figura apresentada em seguida procura sintetizar um possível processo de desenvolvimento de artefactos, conjugando vários conceitos abordados ao longo do trabalho, perfazendo uma forma de evolução do artefacto que, quando adequada ao objeto anónimo, permite traçar os vários componentes definidores das suas características específicas.

Depois desta análise sobre o desenvolvimento de artefactos, importa também para as considerações efectuadas reflectir sobre o processo de design, que neste modelo é encarado como um processo de investigação.

Embora se assemelhe a um processo de investigação principalmente empírico, nunca será tão linear pois o processo de design é iterativo. Apenas pode ser eficaz se existir um constante processo de revisão, de re-análise e sintetização de soluções.

No caso do processo de design, a investigação pode apenas ser considerada uma primeira etapa neste processo, e a grande diferença em relação à investigação per si verifica-se no momento da síntese, onde todas as partes do problema são reunidas numa solução holística.

O processo de design geralmente requer vários ciclos de revisão, adaptação e alterações antes do conceito inicial resultar e for colocado em prática (Swann, 2002).

O designer muitas vezes reúne um conjunto de pedaços fragmentados de informação e depois - geralmente após um período de incubação - apresenta uma proposição coerente que condensa a maioria destes fragmentos.

Em consequência da análise prévia da evolução do artefacto anónimo, pretende-se promover a intervenção do design, representada no esquema seguinte, que, através de uma avaliação das suas características distintivas, poderá concluir qual a génese do artefacto - ou o arquétipo que o representa - e a partir daí prosseguir para a adequação à resposta que o problema exige.

Já foram abordadas nesta investigação as características que conduzem à implementação dos artefactos anónimos como tal no quotidiano de um grupo. Assim, será através da consideração e avaliação da sua pertinência actual que a intervenção do design faz sentido para recuperar e renovar as suas qualidades e mais-valias.

Ainda relativamente ao processo de intervenção do designer recorre-se a Cal Swann (2002) e à investigação-acção, reconhecendo que é uma metodologia estabelecida para documentação que pode servir como um modelo útil para o design. A sua natureza cíclica envolve discussão de grupo, triagem de ideias, reflexão, avaliação e acção num processo de design evolutivo e interactivo - uma forma de trabalho familiar e confortável às equipas de design. A investigação-acção é uma metodologia apropriada para qualquer projecto de design onde o resultado final esteja indefinido. Desta

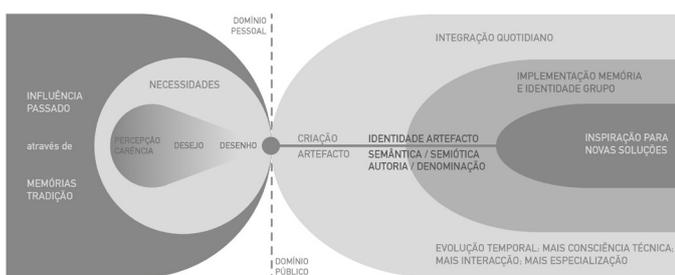


Imagem 4. Esquema sintetizando um possível processo de desenvolvimento de artefactos, conjugando vários conceitos abordados ao longo do trabalho. Desenvolvido no âmbito da investigação.

forma o processo implícito torna-se mais explícito e os membros da equipa de design aprendem conscientemente através dele.

Pode-se argumentar que a participação colaborativa no processo de design é mais difícil de obter, mas Swann reitera que todos somos sujeitos às mentalidades sociais que são estruturais para

a nossa construção pessoal de conhecimento e como agimos sobre esse conhecimento. Parece claro que os actos de criatividade individuais são passos incrementais em conjunto com um conjunto de interatividades sociais incorporadas que corporizam as condições inescapáveis em que os conceitos criativos ocorrem. Este tipo de colaboração social é uma condição universal da qual não conseguimos escapar.

Ainda de acordo com Swann, não devem existir escrúpulos acerca dos benefícios que advêm para o design com a abertura e visibilidade dos processos. É através do aumento da compreensão sobre a criatividade - desmistificando esses processos - que a comunidade mais depressa desenvolverá respeito pelos designers e pelo seu papel na sociedade.

O modelo proposto poderá fornecer uma base para um método de investigação sistemático que poderá ser facilmente compreendido e adoptado por designers na tradução das suas práticas profissionais para o discurso público e académico.

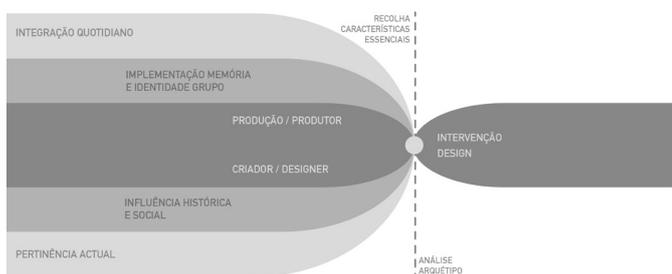


Imagem 5. Esquema sintetizando um possível processo de intervenção do designer sobre artefactos anónimos. Desenvolvido no âmbito da investigação.

5. Conclusões

O objectivo deste estudo é provar que os valores de longevidade e identidade contidos nos artefactos anónimos nacionais são essenciais para a diferenciação dos produtos Portugueses através da identidade e da sustentabilidade.

Procura-se a incentivar um desenvolvimento em design consciente e integrado onde os artefactos anónimos seja encarados como ponto de partida para um processo mais relacional e sustentável. A revalorização e/ou a renovação do espólio destes produtos de uso quotidiano alcançou uma atitude de elevado desafio e relevante na conjuntura das questões sociais, em que o design contemporâneo se encontra inserido.

Apresentar este modelo de valorização do processo criativo poderá servir como ponto de partida para promover um novo olhar, mais informado, sobre os artefactos do dia-a-dia e lançar a discussão não só sobre os desafios relacionados com a redução do desperdício, mas também sobre a importância da valorização das identidades locais.

Referências Bibliográficas

- AFONSO, A. (2010). *O artefacto anónimo como potenciador do desenvolvimento em design*. (Mestrado) Aveiro: Universidade de Aveiro.
- ALMEIDA, P. (2006). *Identidade e marca: recursos estratégicos para a competitividade das organizações da indústria portuguesa do calçado*. (Mestrado) Aveiro: Universidade de Aveiro.
- ANTONELLI, P. (2005). *Humble Masterpieces: everyday marvels of design*. Nova Iorque: Regan Books.
- BASSI, A. (2008). *Design Anonimo in Italia, Oggetti Comuni e Progetto Incognito*. Milão: Electa.
- BRANDES, U., STICH, S., & WENDER, M. (2009). *Design by Use: The Everyday Metamorphosis of Things*. Berlim: Birkhäuser.
- CASTIGLIONI, A. (2007). *Projects: Industrial Design*. Acedido a 19 Abril, 2010, em <http://www.achillecastiglioni.it/>
- CONNERTON, P. (1999). *Como as Sociedades Recordam* (2ª ed.). Oeiras: Celta.
- FUKASAWA, N., & MORRISSON, J. (2007). *Super Normal, Sensations of the ordinary*. Milão: Lars Muller Publishers.
- GIDDENS, A. (1998). *As Consequências da Modernidade* (4ª ed.). Oeiras: Celta.
- MUNARI, B. (1993). *Das coisas nascem coisas*. Lisboa: Edições 70.
- NORMAN, D. (2004). *Emotional Design - Why we love (or hate) everyday things*. Nova Iorque: Basic Books.
- PARRA, P. (2009). *Ícones do Design*. Em Coleção Paulo Parra (Ed.). Évora: C. M. Évora.
- RICARD, A. (2000). *La Aventura Creativa, Las Raíces del Diseño*. Barcelona: Ariel.
- SHOVE, E., WATSON, M., HAND, M., & INGRAM, J. (2007). *The Design of Everyday Life*. Oxford: Berg.
- SWANN, C. (2002). *Action Research and the Practice of Design*. Design Issues, 18(1), 49-61.