

A Moda e Tridimensionalidade do Design Francês: 1950-2000

The fashion and the three-dimensionality in French Design: 1950 - 2000

Santos, Gabriela Nonato Moreira dos. Curso de Têxtil e Moda - Escola de Artes
Ciências e Humanidades - Universidade de São Paulo.

gabriela.nonato@hotmail.com

Held, Maria Sílvia Barros de. Profa. Dra. - Curso de Têxtil e Moda - Escola de Artes
Ciências e Humanidades - Universidade de São Paulo.

silviaheld@usp.br

Resumo

O presente trabalho propõe estudar a moda e tridimensionalidade do design a partir da investigação e identificação de conceitos, dos produtores e seus produtos mais significativos dos aspectos contemporâneos da imagem de 1950-2000 na França, visando a elaboração de uma coletânea referencial de produções em design e seus respectivos produtores (designers).

Palavras Chave: França; Design de Objetos; Designers.

Abstract

This paper proposes to study the fashion and the three-dimensionality in design from the research and identification of concepts, producers and their products most significant aspects of contemporary image of France in 1950-2000, aimed at developing a reference collection of productions in design and their manufacturers (designers).

Keywords: France; Objects Design; Designers.

Este projeto propõe uma análise estética, conceitual e funcional. Foram realizadas leituras auxiliares nos campos investigativos a partir dos conceitos básicos de design, pesquisas históricas, biográficas e artísticas dos nomes mais eminentes da criação em design tridimensional na França, de 1950 a 2000, e coleta e classificação de produtores e produtos no campo do design tridimensional.

O design consiste na associação da forma material a conceitos intelectuais.

“A origem imediata da palavra está na língua inglesa, na qual o substantivo design se refere tanto à idéia de plano, desígnio, intenção, quanto à de configuração, arranjo, estrutura (...). A origem mais remota da palavra está no latim *designare*, verbo que abrange ambos os sentidos, o de designar e o de desenhar. Percebe-se que, do ponto de vista etimológico, o termo já contém nas suas origens uma ambigüidade, uma tensão dinâmica, entre um aspecto abstrato de conceber/ projetar/ atribuir e outro concreto de registrar/ configurar/ formar”. (Denis, 2000, p.16).

Na linguagem do design, segundo Gomes (2006, p. 41), um dos principais conceitos ligados ao uso do produto pode ser compreendido a partir do estudo voltado para a correspondência que se estabelece no diálogo entre o homem e o objeto. As bases conceituais do objeto apresentam como funções básicas três aspectos: a função prática, a estética e a simbólica.

O objeto deriva da relação entre conhecimento humano, universo sensível e matéria, sendo dessa forma, reflexo de um determinado tempo e da própria sociedade. Para a construção do objeto são necessários alguns elementos básicos da composição visual: linhas, formas, dimensão, escala, movimento, cores e texturas, que somados aos atos de designar, planejar, projetar, manejar, experimentar, à tecnologia e informação, compõem o design. (PIRES, 2008).

Segundo Dondis (2007), o estilo é a síntese visual de elementos, técnicas, sintaxe, inspiração, expressão e finalidade básica, é uma classe de expressão visual modelada pela plenitude de um ambiente cultural. Dentre as categorias de estilo visual destacam-se: primitivo, expressionista, clássico, ornamental e funcional, esta última costuma ser fundamentalmente associada ao design contemporâneo e suas técnicas são: simplicidade, simetria, angularidade, previsibilidade, estabilidade, seqüencialidade, unidade, repetição, economia, sutileza, planura, regularidade, agudeza, monocromatismo e mecanicidade. A simplificação dos conceitos de estilo e as variações técnicas são essenciais para compreensão e controle dos meios visuais.

Tendo cor como valor de ambiência, ela se faz “funcional” e um elemento de solução, é reconduzida a um conceito abstrato de cálculo, sendo usada de modo objetivo. (BAUDRILLARD, 2004). É fundamental destacar a relação cor-matéria, existem cores que não se adaptam a determinados tipos de materiais. (MUNARI, 2001).

A transmissão de informações é dada por intenções expressivas, que são reforçadas e intensificadas para a obtenção de maior controle da solução. Por meio das características compositivas de um objeto verificam-se referências e influências de estilos artísticos, é,

portanto, função do design definir o conceito, a forma e o valor estético, caracterizando um tempo, um espaço, e talvez um indivíduo.

É através da moda que informações sociais, culturais e pessoais são transmitidas, dessa forma é dever do designer criar valores simbólicos de sentido amplo que reformulem o significado dos objetos na vida cotidiana, transpondo fronteiras étnicas e de classes.

O design utiliza essas relações como forma de concretizar os objetivos de uma proposta, através de soluções inovadoras com vista à solução de problemas, tais como a melhoria da qualidade de vida do ser humano em seus núcleos socioculturais e econômicos, descarte e reutilização. É função do design chamar a atenção e depois prender a atenção. (Baxter, 1995, p.27).

Ao projetar um objeto, o designer deve considerar as qualidades estéticas, assim como o nível econômico, visando um melhor entendimento do público. Um objeto deve ser projetado considerando-se todos os sentidos do observador, desta maneira, a solução do design é passível de discussão e debates.

É necessária a formulação de um cronograma com uma série de ações direcionando a elaboração e conclusão do projeto. O primeiro passo é a definição do problema através de uma análise de necessidades, esta pode ser feita pelo próprio designer ou pela indústria. O problema é analisado de forma física, com estudos técnicos e econômicos, e de forma psicológica, com estudo histórico-geográfico e cultural.

Com a determinação dos limites do problema é possível identificar os elementos do projeto. Com o objetivo do melhor resultado com o mínimo de custo, devem-se escolher os materiais e tecnologia a serem utilizados. Através da síntese dos elementos colhidos, entra em ação a criatividade, que conduzirá à forma global do objeto, que, por sua vez, permitirá a elaboração de modelos com variação de escala. São realizados a seleção desses modelos e um desenvolvimento de detalhes para chegar ao protótipo.

É comum a utilização de analogias no pensamento criativo para encontrar soluções novas. Baxter define analogia como forma de raciocínio, em que as propriedades de um objeto são transferidas para outro objeto diferente, mas com certas propriedades em comum. Elas podem ser classificadas em analogia de proximidade, de semelhança, de contraste ou de causa-efeito.

Vale ressaltar que o método de projeto não é absoluto nem definitivo pode-se encontrar outras avaliações que melhorem o processo. O uso da análise paramétrica garante um resultado satisfatório, é feita para comparar o existente com o em desenvolvimento, ela abrange aspectos qualitativos, quantitativos e de classificação. As

qualidades atraentes de um produto são determinadas por nosso sistema visual que, com influências culturais, sociais e comerciais, podem mudar as preferências de estilo. Essa atração pode ser semântica (imagem de bom funcionamento), simbólica (valores pessoais ou sociais) ou intrínseca (belo). (BAXTER, 1995).

Outro aspecto abordado por Norman é a questão do status, valor sentimental, pertencimento social e poder. Mesmo com a produção em larga escala, cada objeto se torna único e proporciona uma integração pelo consumo, podendo ser um mecanismo de reprodução das desigualdades sociais. Ele secciona o design em: visceral (natural), comportamental (usabilidade) e reflexivo (significado). Junto com a emoção estão: estética, atratividade e beleza.

A atual projeção dada ao design se deve ao capitalismo, consumo em espiral e ensino. Ao longo do século XX, a projeção no campo profissional do design se deu pela transmissão de valores ideológicos e formais em linhagens institucionais. Como sugere Norman, (2004), é o consumismo que permite aos designers as oportunidades criativas, ultrapassando as estruturas físicas, sintonizando desejos e expectativas do público alvo. O design assume características de sua época, sendo indissociável a escolha dos recursos tecnológicos utilizados, e se faz da personalidade do designer, definida pela forma de utilização e apropriação das linguagens contextuais e pessoais. O design tem assumido um aspecto cada vez mais servil, não só a simples mudança no método de produção, o processo de industrialização acarretou questões muito mais amplas.

Segundo essa ótica, o design moderno seria o caminho, ou o recurso, encontrado por arquitetos e artistas para superar os problemas advindos de uma suposta industrialização brutal. (Souza, 2001, p. 10).

Na década de 50, das idéias existencialistas, o design ganhou extensão pela cultura de liberdade, individualismo e cooperação resultante da Segunda Guerra Mundial. O surgimento de movimentos (imaginário pop e exploração de materiais anti-tecnológicos) que criticavam a sociedade de consumo marcaram os anos 60, assim como a explosão do racionalismo na arte, design e arquitetura. A diferenciação da arte da modernidade com a arte de outros períodos seria o pensamento crítico.

Surge, durante os anos 70, uma necessidade de integração de design e produção, com vistas à proteção de recursos e ambiente. Essa preocupação com o meio ambiente deu-se pela crise do petróleo que gerou a certeza de que nenhum recurso é inesgotável, a qual se estendeu até à década de 80, pautada por segurança e saúde, o que limitou, de certa forma, a liberdade de produção do designer. A nacionalização do design foi a tendência dos anos 90, tempo de privatizações, fusões, demissões em massa e terceirização de

funções especializadas. A evolução da opinião pública foi a responsável pela adição dos aspectos éticos e ambientais relativos ao design. Acredita-se que futuramente as questões serão pautadas na qualidade e conservadorismo e não mais no efêmero, tendo a ergonomia como principal fundamento. Na era da informação, representada pela internet, os desejos e necessidades do consumidor serão permeados pelas dinâmicas mudanças culturais num mundo cada vez mais complexo, no qual tudo se mistura sem compromisso com o realismo.

Mais que outros países, a França possui um consumo próprio, baseado na cultura como forma de promoção nacional e contribui à língua e interesse franceses. O design francês caracteriza-se pela pureza e leveza das formas com um sutil arredondamento, associadas à um acabamento bem definido e impecável. Dessa maneira, o design francês formou-se com a base das escolas de belas artes, diferenciando-se do design italiano, muito ligado à arquitetura.

A notoriedade do design francês deu-se pela convivência do desenvolvimento tecnológico com a minuciosidade do trabalho manual altamente qualificado (artesão), advindas do movimento Art Déco, revitalizado nos anos 60 incentivado pela nocividade da Primeira Guerra Mundial e pela busca de uma identidade de produção inovadora para atender às necessidades burguesas de uma modernização do gosto francês, com o objetivo maior de competir no mercado internacional.

Essa forma de produção, que permeia a geometria, simplicidade e funcionalidade, foi criticada pelo seu minimalismo exarcebado. Nota-se um apoio político à arte e design, assim como um incentivo à discussão de idéias e novos talentos, com a fundação do CCI (Centre du Création Industrielle) em 1969, que se instalou no Centre Pompidou (Paris), desde 1976. O primeiro grande panorama sobre design na França foi concretizado com a exposição “Design Français 1960-1990”.

Com influência do design italiano, no início dos anos 80, e de filósofos pós-modernos como Jean François Lyotard e Jean Baudrillard, surge um grupo de jovens designers (Nemo e Totem, Olivier e Pascal Mourgue, Philippe Starck) que, através da utilização da mistura de materiais valiosos com banais (concreto com plástico, aço e vidro), inovam em seus numerosos projetos. Starck destaca-se por tornar-se o mais conhecido e consagrado designer a nível internacional, com forte representação semântica (linguagem do produto) de design. Através da econômica produção que garantia a larga distribuição, houve uma adequação desse novo design para interiores de boutiques, hotéis e bares, e até do supersônico anglo-francês concorde desenvolvido pela designer Andrée Putman. (BÜRDEK, 2006).

Com o objetivo de incentivar novos desenvolvimentos em design de mobiliário surge a VIA (*Valorisation de l'Innovation dans l'ameublement*), instituição que promove concursos, exposições, disposição para experimentos que são introduzidos no mercado.

Foi nos anos 90 que ocorreu o boom, em termos de design, multiplicação de instâncias de atuação profissional e diversificação das possibilidades de trabalho em diversas empresas (Thomson Multimídia, grupo SEB), principalmente na indústria automobilística (grupo PSA), que criou exemplo para indústria europeia. Esse período foi definido pela possibilidade de ampliação e desenvolvimento de nichos mercadológicos, por

Autor(es)	Produto	Informações do Produto
<p data-bbox="220 683 438 716">Andrée Putman</p> 	  	<p data-bbox="1066 884 1420 918">Lucky Collection - 2007</p> <p data-bbox="1050 952 1436 1041">Vasos de porcelana e metal em forma de trevo de quatro folhas.</p> <p data-bbox="1066 1377 1420 1411">Cadeira Morgans - 2009</p> <p data-bbox="1066 1444 1420 1579">Cadeira de alumínio produzida por Emeco. Inspirada nas cadeiras da marinha americana.</p> <p data-bbox="1125 1814 1364 1848">Banheira Alessi</p> <p data-bbox="1125 1881 1364 1915">Feita de acrílico</p>

Autor(es)	Produto	Informações do Produto
<p data-bbox="327 264 534 297">Philippe Starck</p> 	    	<p data-bbox="1125 398 1353 432">Juicy-Salif - 1990</p> <p data-bbox="1086 472 1391 533">Espremedor de frutas em alumínio</p> <p data-bbox="1077 770 1401 869">Bancos para o Hotel Royalton de Nova York - 1990</p> <p data-bbox="1177 909 1300 943">Alumínio</p> <p data-bbox="1054 1088 1423 1122">Banqueta La Bohème - 2009</p> <p data-bbox="1114 1162 1364 1196">Policarbonato 100%</p> <p data-bbox="1106 1335 1372 1368">Cadeira Ring - 2009</p> <p data-bbox="1066 1408 1412 1541">A peça possui assento em polipropileno e encosto em policarbonato transparente e incolor</p> <p data-bbox="1098 1637 1377 1671">Cadeira Ghost - 2002</p> <p data-bbox="1075 1704 1399 1738">Em policarbonato injetado</p>

Referências bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. O Sistema dos Objetos. Tradução por Zulmira Ribeiro Tavares. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BAXTER, Mike. Projeto de produto – Guia prático para o design de novos produtos. Tradução por Itiri Iida. São Paulo: Edgard Blücher, 1995.

BÜRDEK, Bernhard Z. História, Teoria e Prática do Design de Produtos. Tradução por Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

DENIS, Rafael Cardoso. Uma introdução à história do design. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DONDIS, Donis A. Sintaxe da Linguagem Visual. Tradução por Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

GOMES FILHO, João. Design do Objeto. São Paulo: Escrituras Ed., 2006.

MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. Tradução por Daniel Santana. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

NORMAN, Donald A. Emotional design: why we love (or hate) everyday things. Massachusetts: Basic Books, 2004.

PIRES, Dorotéia Baduy. Design de Moda – olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

.

Souza, Pedro Luiz Pereira de. Notas para um história do design. Rio de Janeiro, 2001.

Sites consultados:

Andrèe Putman. In: Mydeco, 2010. Disponível em: <http://mydeco.com/the-magazine/style/articles/Andrée-Putman> Acesso em: 04 jan. 2010.

Cadeira Morgans. In: Media Bistro, 2008. Disponível em: http://www.mediabistro.com/unbeige/furniture/andre_putman_returns_to_morgans_hotel_bearing_chairs_104662.asp. Acesso em: 19 jan. 2010.

Chaise longue The Shadow. In: MOMist: Luxury Guide, 2006. Disponível em: http://momist.blogspot.com/2006_07_25_archive.html. Acesso em: 25 jan. 2010.

Christian Ghion. In: Plurielle, 2009. Disponível em: <http://deco.plurielles.fr/tendance-deco/exclu-l-interview-du-designer-christian-ghion-4276468-402.html>. Acesso em: 26 jan. 2010.

Coleção Lucky. In: Apartment Therapy, 2010. Disponível em: <http://www.apartmenttherapy.com/ny/gift-fair/ny-gift-fair-andre-putman-for-gaia-gino-030670>
Acesso em: 28 jan. 2010.

GROSSMAN, E.; ARAÚJO, I. S.; ARAÚJO-JORGE, T. Reflexões sobre os objetos e os ambientes físicos de ensino e pesquisa em saúde. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.phpscript=sci_arttex&pid=S1413-81232008000900031&lng=p. Acesso em: 02 fev. 2010.

Juicy-Salif. In: Starmedia, 2010. Disponível em: http://top-people.starmedia.com/art/philippe-starck_17202.html Acesso em: 09 fev. 2010.

Olivier Mourgue. In: Olivier Mourgue, 2001. Disponível em: <http://www.oliviermourgue.com/>
Acesso em: 09 fev. 2010.

Philippe Starck. In: Starck, 2010. Disponível em: <http://www.starck.com> Acesso em: 10 fev. 2010.