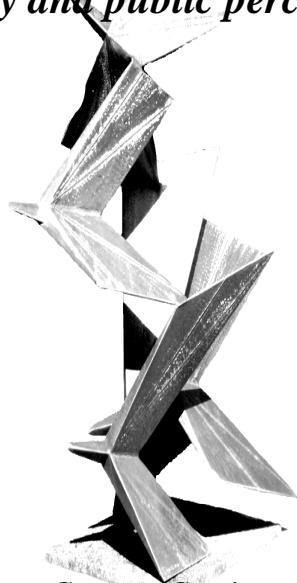


III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

3rd Brazilian Design Biennial: visual system, educational activity and public perception



Gustavo Cossio

Mestrando em Design; Bolsista CAPES;
PPGDesign (UFRGS)
dsgcossio@gmail.com

Airton Cattani

Doutor em Informática na Educação
(UFRGS). Professor do PPGDesign
(UFRGS)
aacc@ufrgs.br

Maria do Carmo Curtis

Mestre em História, Teoria e Crítica da
Arte – UFRGS; Professora do
Departamento de Design e Expressão
Gráfica – DEG (UFRGS)
maria.curtis@ufrgs.br

Recebido para publicação em dezembro de 2010.
Aprovado para publicação em março de 2011

Resumo

O artigo apresenta a III Bienal Brasileira de Design realizada em 2010, em Curitiba, Paraná. A discussão acerca do sistema visual das cinco principais mostras é seguida pela análise dos dados coletados através de entrevistas junto a organizadores e visitantes. Partimos da ideia que exposições educacionais de produtos constituem importante meio de informação a respeito da cultura material. Além disso, iniciativas como a III Bienal contribuem para a consolidação de uma cultura de design no país. As Bienais tratam de questões sociais do nosso tempo e a edição de Curitiba colaborou para o debate sobre design e sustentabilidade.

Palavras-chave: Design e educação; design de exposição; design social.

Abstract

The article presents the 3rd Brazilian Design Biennial, held in 2010 in Curitiba, Paraná. The discussion around the visual system of its five major exhibitions is followed by the analysis of data collected on interviewing organizers and visitors. We start with the idea that educational design exhibitions are an important media of information regarding material culture. Besides, initiatives like the 3rd Biennial contribute to the consolidation of a design culture in the country. In addition, the Biennials deal with social issues of our time, and the edition in Curitiba collaborates for the debate about design and sustainability.

Keywords: Design and education; exhibition design; social design.

Introdução

*Todos os dias
quando o design toca,
você levanta da sua design,
calça um design
e vai ler o design do dia.
Senta no design da cozinha
enquanto o pão esquenta no design.
Toma um design de leite
veste um design correndo
e sai atrasado para pegar um design
na esquina.
Pela design você vê
design para todos os lados:
o design de uma peça de teatro,
o design que pára a seu lado
quando o design fecha
e também o design que o guarda sopra
quando o design abre.
Entra no escritório pisando forte,
fazendo barulho com seu design novo
e antes de ligar o seu design de última
geração,
senta na sua design acolchoada,
pega esta design,
e fica mais confuso ainda...
Afinal,
o que é design? – Guto Lins¹.*

Com o aumento da oferta de cursos de graduação em design, no país, nas últimas décadas² e, por conseguinte, do crescente número de profissionais e associações de classe, ocorrem exposições dedicadas, especificamente, à produção na área. Apoiadas por órgãos de fomento, pelo setor produtivo e pelas universidades, as exposições de design constituem o objeto de estudo de pesquisa desenvolvida pelos autores³. Nesse âmbito, destacam-se a Bienal Brasileira de Design – que teve sua terceira edição de setembro a outubro de 2010 em Curitiba-PR – e a Bienal

Brasileira de Design Gráfico – que realizou sua nona edição em 2009. As iniciativas de escala regional, normalmente promovidas por organizações profissionais e instituições de ensino, também são importantes. Vale mencionar o Museu da Casa Brasileira – MCB e seu pioneirismo no país, no que se refere à musealização em design e cultura material.

Esta pesquisa aborda o viés educacional do design, ao estudar as intenções de projeto de exposição para propor uma experiência significativa ao visitante. Desse modo, ao restringirmos a pesquisa ao âmbito das exposições de fins educacionais, delimitamos o tema às mostras de design, em suas diversas áreas, que apresentem a produção, recente ou de valor histórico, de designers brasileiros.

A respeito dos agentes profissionais envolvidos na expografia, a museóloga Marília Xavier Cury (2006, p. 37) afirma que devem responder às indagações: “como as pessoas aprendem, o quê e como estamos ensinando e, ainda, quais são as melhores estratégias expográficas de comunicação”. Nesse sentido, Andreas Huyssen (1994) defende a formação transdisciplinar da equipe responsável pela exposição: a integração entre pesquisadores, educadores, designers e museólogos.

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

Segundo Cury (2006, p. 34):

a principal forma de comunicação em museus é a exposição ou, ainda, a mais específica, pois é na exposição que o público tem a oportunidade de acesso à poesia das coisas.

No entanto, a autora pondera que, por outro lado, a exposição

é a ponta do iceberg que é o processo de musealização, é a parte que visualmente se manifesta para o público e a grande possibilidade de experiência poética por meio do patrimônio cultural. (op. cit., p. 34)

Ainda em conformidade com Cury (2006, p. 40),

a recepção é o ponto de chegada da significação da mensagem, no qual se encontram as intenções do emissor e suas expectativas quanto ao receptor que o espera.

A mensagem existe e é transmitida, de um lado, e elaborada pelo público, de outro lado, e o sentido maior da comunicação está na dinâmica desse encontro. A autora ressalta que

o desenho (design) da exposição é um forte elemento de atratividade e assim como a escolha do tema, dos objetos e da organização espacial, é variável que influencia a experiência do público (CURY, 2006, p. 46).

A “III Bienal Brasileira de Design” é considerada, neste artigo, sob três esferas: (a) tratamos do sistema visual da exposição, da transcrição e da análise de dados coletados em campo; (b) apresentamos a contribuição da profissional responsável pelas ações

educativas, o que possibilitou uma síntese a respeito do trabalho desenvolvido junto a professores e alunos do ensino fundamental; (c) nosso estudo, de caráter exploratório, buscou compreender a percepção do público com depoimentos de monitores e visitantes.

1 III Bienal: a celebração do melhor momento do design brasileiro

A capital paranaense recebeu a Bienal Brasileira de Design 2010, entre os dias 14 de setembro e 31 de outubro, com o tema *Design, inovação e sustentabilidade*, sob curadoria geral de Adélia Borges⁴. A terceira edição trouxe uma novidade diante das anteriores, instaladas em instituições específicas. Alicerçada em um compromisso social e em busca da promoção do design e da discussão sobre sustentabilidade, a exposição foi realizada em diferentes pontos da cidade.

Inicialmente, é importante justificarmos a escolha do objeto de estudo: a Bienal Brasileira de Design concentra as principais realizações da área cultural e do setor produtivo de empresas, aponta tendências, provoca discussões, propicia a capacitação e promove a Marca Brasil⁵ com o melhor da produção nacional

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

no período. É uma ação de políticas públicas alinhada com outras que são pertinentes ao desenvolvimento social, econômico, ambiental e tecnológico nacional. Em 2010, o Centro de Design Paraná e a Federação das Indústrias do Estado (Fiep) foram os vencedores da concorrência para viabilizar a III Bienal em Curitiba, cidade-sede de ambas as instituições.



Figura 1 – Assinatura visual da terceira edição em Curitiba.

Sobre a escolha da sustentabilidade como tema central, Adélia Borges afirma:

Já consolidada, a Bienal poderia aumentar a sua contribuição à sociedade se escolhesse um tema e procurasse se aprofundar nele. A escolha da sustentabilidade foi definida pelo Comitê de Orientação Estratégica, a única instância permanente da Bienal Brasileira de Design, responsável por unir as edições realizadas em diferentes Estados, garantindo assim a unidade e a continuidade do evento (BORGES, 2010, p. 31).

Borges (2010) alude ter havido uma sinergia, ao relatar que teria sugerido o tema ao receber o convite para a curadoria geral, mesmo sem ainda saber a respeito da decisão dada pelo Comitê. A curadora acrescenta que

o Brasil reúne condições excepcionais para ser um dos líderes do movimento pelo design sustentável no cenário internacional, a começar pela própria tradição ecológica de nosso povo (BORGES, 2010, p. 31).

Assim, o evento de repercussão internacional pretendeu refletir sobre como projetar, produzir e consumir bens, satisfazendo as demandas do mundo atual sem comprometer o futuro do planeta. O ponto de partida foi a definição elaborada, em 1987, pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU:

o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades⁶.

Em nove mostras, a “Bienal Brasileira de Design 2010 – Curitiba” apresentou o melhor da produção da nossa indústria. As exposições reuniram contribuições criativas do passado, cuja influência permanece até hoje; projetos que articulam o design, a inovação e a sustentabilidade, grande preocupação do mundo presente; e trabalhos acadêmicos de

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

excelência que projetam a geração de profissionais do futuro (BORGES, 2010).

O desenvolvimento e a credibilidade alcançados pelo design brasileiro, na contemporaneidade, criaram o terreno propício para a retomada das bienais nos anos 2000. A primeira ocorreu em 2006, na cidade de São Paulo (SP), sediada no Pavilhão Lucas Nogueira Garcez (Oca), do Parque Ibirapuera. Em oito mil metros quadrados, o evento expôs 600 produtos e promoveu uma programação paralela por 49 dias e o resultado foi a visita de 35 mil visitantes de perfis diversificados.



Figura 2 – Assinatura visual permanente da Bienal Brasileira de Design.

A segunda Bienal aconteceu no ano de 2008, em Brasília (DF), nas dependências do Museu Nacional do Conjunto Cultural da República. Houve a apresentação de 1.200 produtos, com foco no design industrial para produção em grande escala, reconhecido, no Brasil, nos setores automobilístico, agrícola,

aeronáutico e hospitalar, que contam, inclusive, com projeção internacional. A edição de 2008, em Brasília, alcançou a marca de 40 mil visitantes. A Bienal possui característica itinerante e, após ter sido realizada em Curitiba, em 2010, deve percorrer todo o Brasil, estando prevista para, em 2012, ocorrer em Belo Horizonte – MG.

O conjunto expositivo da III Bienal no Fiep – Cietep constituiu-se de cinco mostras: *Design, Inovação e Sustentabilidade*, a principal mostra da Bienal; *Novíssimos*, de trabalhos de estudantes de graduação em design, dos diversos estados; a mostra internacional *It's a small world*, da Dinamarca; *Memória da Indústria: o caso da Cimo*, empresa que se destacou na produção de mobiliário no Sul do Brasil a partir dos anos 1920; *Bienais de Design: primórdios de uma ideia*, sobre as iniciativas pontuais entre o final dos anos 1960 e início dos anos 1990. O pavilhão do Fiep reuniu o maior número de mostras e, por ser o espaço principal da terceira edição, é a opção para delimitar o estudo exploratório.

A Bienal se estendeu ao Jardim Botânico e ao Parque Barigüi, com *Sustentabilidade: e eu com isso?*, exposição de cartazes feitos a partir do tema central do evento; ao Museu Oscar

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

Niemeyer – MON, com a exposição *A Reinvenção da Matéria* sobre materiais naturais no desenvolvimento de produtos; à Universidade Positivo – UP, com *Memória do Design no Paraná*, dedicada a quatro designers importantes para a história do campo naquele estado; e, por fim, ao Memorial de Curitiba, no centro da cidade, com a mostra intitulada *Design Urbano: uma trajetória*, sobre a experiência profissional do arquiteto, urbanista e administrador público Jaime Lerner.

Sobre o conjunto de mostras, Borges (2010, p. 37) assevera que a III Bienal propunha-se oferecer uma visão plural do design:

Tendo (re) nascido de um movimento de empresários, o Movimento Brasil Competitivo, e da esfera econômica do poder público, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, a Bienal Brasileira de Design é comprometida desde sua gênese com a ideia do design como fator de competitividade para a indústria brasileira.

Por outro lado, Borges (2010) destaca que, com a inclusão do Ministério da Cultura entre os seus promotores, houve reforço no modo de ver o design, não só em sua importância para o desenvolvimento econômico do país, como também para a cultura, a sociedade e a vida dos cidadãos. Assim, compreendemos que a Bienal Brasileira de Design configura

meio importante para proporcionar uma reflexão sobre o design produzido e consumido em nível nacional.

2 Método de pesquisa

A estratégia de pesquisa, que adotamos, considera este caso como um estudo piloto de uma dissertação de mestrado, tratando-se da primeira análise a partir da fundamentação teórica⁷. Portanto, essa avaliação é experiencial também para o pesquisador, servindo para estabelecer os rumos do trabalho.

Em exposição, de acordo com Chandler Screven (1999), embora haja variadas técnicas para aferir a experiência do público, frequentemente, quatro abordagens avaliam o aprendizado:

- a. Observação: atenção do público às instruções, aos materiais, ao percurso, etc.
- b. Testes objetivos: questões de múltipla escolha, exercícios de associação e questionário aberto.
- c. Índices comportamentais: o visitante consegue parafrasear a

mensagem de um *display*, listar pontos tidos como chave, identificar a mensagem, considerada chave, em uma lista, lembrar elementos, apontar implicações, descrever conexões, desempenhar atividades que reflitam o entendimento da mensagem?

- d. Observação naturalista: informação obtida do visitante em conversa informal, entrevistas semi-estruturadas, gravações audiovisuais, etc.

Para esse estudo, valemo-nos, especialmente, do item (d) *observação naturalista*. Desse modo, para a coleta de dados, no que se refere à organização e aos profissionais envolvidos com a exposição, lançamos mão de entrevista semi-estruturada com quatro monitores das mostras no pavilhão do Fiep – Cietep. Além disso, descrevemos a contribuição de um responsável pelas ações educativas da Bienal. Por fim, o trabalho conta com o depoimento livre de cinco visitantes.



Figura 3 – Abordagem para o levantamento de dados.

3 O sistema visual da exposição

Geralmente, o material de comunicação de exposições e de instituições museológicas busca uma *unidade* com a mostra, por meio de alinhamento visual que perpassa a arquitetura e o design, o concreto e o virtual. Compreendemos que integram este sistema: o projeto da exposição, a sua identidade visual presente nos mais variados suportes gráficos – catálogo, *website*, material de comunicação, etc., além da sinalização e do tratamento na fachada dos locais de exposição.

Na imagem a seguir, apresentamos a identidade visual da “III Bienal Brasileira de Design” expressa em alguns itens que compõem o sistema. São eles: o *website* da

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

Bienal; o primeiro volume do catálogo; um dos pôsteres de divulgação; o símbolo ‘D’ de ‘design’ em versão que promovia a sustentabilidade como assunto central do evento.

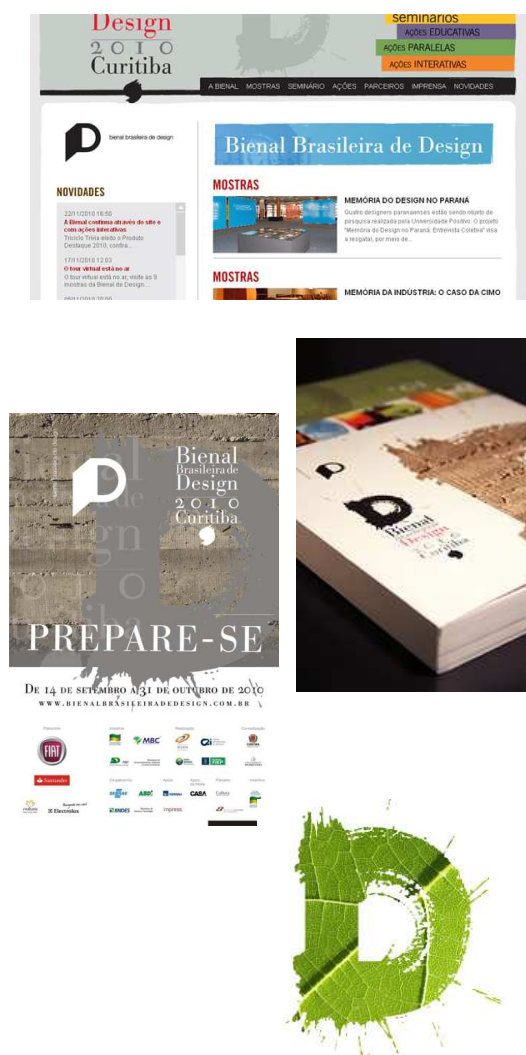


Figura 4 – Elementos do sistema visual da III Bienal Brasileira de Design.

Nossa proposta, aqui, é apresentar o sistema visual da III Bienal. Assim, é oportuna a ressalva de que esse trabalho não pretende refletir sobre os objetos expostos, enfatizando que o nosso objeto de estudo é a exposição. No entanto, não podemos prescindir da relação entre ambos, conforme postula Cury (2006, p. 46): “o elemento estruturador de uma exposição é o objeto museológico, seja para quem concebe, seja para quem a visita”. Dessa maneira, há uma interconexão inerente entre aquilo que é o objeto exposto e a concepção da exposição.

Em outras palavras, o estudo não alcança o debate sobre os produtos selecionados – cuja crítica poderia ser objeto de outro trabalho. Para nossa pesquisa sobre o viés educacional da exposição de design e a percepção do público, interessa o fato de esses produtos serem passíveis de fabricação e uso, além de muitos estarem disponíveis no mercado. Esses objetos constituem cultura material, têm relação com o cotidiano e são manipuláveis⁸.

Nesse trabalho, concentramos a nossa análise na exposição enquanto linguagem de projeto em design. Com efeito, a reflexão é feita sob a ótica do design de exposição, o que consiste em conceber a mostra como produto de um

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

processo em design. Portanto, o que denominamos “sistema visual” corresponde a todas as manifestações visuais do projeto da exposição.

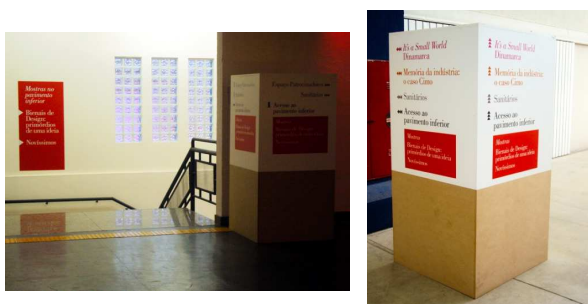


Figura 5 – Elementos da sinalização interna.

A mostra sobre sustentabilidade foi estrategicamente organizada com seus 250 objetos – vindos de 22 Estados e do Distrito Federal – agrupados em doze núcleos temáticos. Por exemplo, o núcleo *Gota a gota* reuniu produtos para a conservação de água; *Liga-desliga*, sobre conservação de energia; *Pertencimento*, sobre identidade nacional em projetos de design de produto e design visual. Os núcleos foram diferenciados por cores que não interferiam na exposição observada como um conjunto, formando um sistema harmônico e sóbrio. Podemos dizer que era quase asséptico, de mensagem simples e direta, permitindo que os objetos expostos se sobressaíssem.



Figura 6 – Panorama da mostra *Design, Inovação e Sustentabilidade*.

Ainda sobre os objetivos da mostra principal, Borges (2010, p. 41) pontua que “desvendar os véus das interpretações rasas e das palavras vazias de significado para, por trás delas, encontrar exemplos de design sustentável nas várias regiões do Brasil contemporâneo foi a tarefa que nos autoimpusemos nesta exposição”. Conforme a curadora:

O universo dos projetos apresentados demonstra que design sustentável não precisa – não deve, aliás – rimar com um visual empobrecido, no estigma alternativo, ao qual a gente acederia por dever de cidadãos conscientes. Em nossa seleção, procuramos privilegiar as soluções inteligentes e estimulantes que falem também ao nosso desejo (BORGES, 2010, p. 51).

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis



Figura 7 – Núcleos da mostra *Design, Inovação e Sustentabilidade*.

Os objetos eram dispostos em tablados posicionados cerca de 40 cm do piso. O texto, que descrevia cada peça, trazia informações sobre o designer, a cidade e o estado; os materiais e os processos de fabricação; a justificativa pela qual poderia ser considerado mais sustentável. Estas estruturas mostravam-se acessíveis ao público mais variado possível. O material instrucional ocupava diversos painéis que, através de suas cores, eram visualmente coesos com o sistema projetado.

Figura 8 – Material instrucional

As mostras *Novíssimos* e *Memória da Indústria: o caso da Cimo* acompanhavam o sistema – nota-se que a última destaca-se das demais pela predominância do laranja e do preto. A história da Móveis Cimo é contextualizada em uma montagem que pressupõe uma visita linear de início, meio e fim. Esta ideia é corroborada pela detalhada linha do tempo da empresa, rica em textos e imagens. O caráter didático estava presente a ponto de um dos painéis apresentar, graficamente, a linha de montagem e o

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

processo de produção seriada daquela indústria em seus primórdios.

A respeito dos trabalhos de estudantes da mostra *Novíssimos*, o curador Ivens Fontoura (2010, p. 309) declara:

A busca de soluções para a produção de bens com reaproveitamento de matéria-prima, menor distância entre a produção e o centro consumidor, e redução do consumo de energia doutrinaram o desenvolvimento de muitos projetos. Destaca-se um sistema aparente de alimentação de água, sem rasgos nas paredes e inexistência de resíduos para as instalações sanitárias da habitação popular, capaz de economizar mão de obra e cerca de 80% de diminuição do tempo de instalação, além de facilitar o trabalho de manutenção. Significativa parcela dos projetos atendeu às questões relacionadas à economia de água e de energia elétrica, assim como tratou de aumentar o processo de seleção do lixo doméstico e industrial.

Fontoura (2010) pontua que *Novíssimos* representava o estímulo à criatividade e ao empreendedorismo dos estudantes brasileiros de design. Nesse sentido, a III Bienal oportunizou à comunidade acadêmica o exercício da capacidade crítica alinhada à preocupação com o ecossistema e a melhoria da qualidade de vida.



Figura 9 – *Memória da Indústria*: o caso da *Cimo* (acima) e *Novíssimos*, destinada aos trabalhos selecionados de estudantes de graduação (abaixo).

A exposição da Dinamarca, *It's a small world*, entretanto, apresentava um sistema visual à parte, empregando os

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

recursos gráfico-visuais de maneira diferenciada. Sobre os objetivos, os organizadores apontam que,

por meio do design, do artesanato e da arquitetura dinamarquesa, a mostra busca um novo significado e relevância global na práxis do design do futuro. Os participantes subvertem a noção convencional de design dinamarquês ao confrontar e ampliar as fronteiras da abordagem experimental e do processo industrial (MIDTGAARG; KJÆRGARRD; WIKSTRØM, 2010, p. 343).

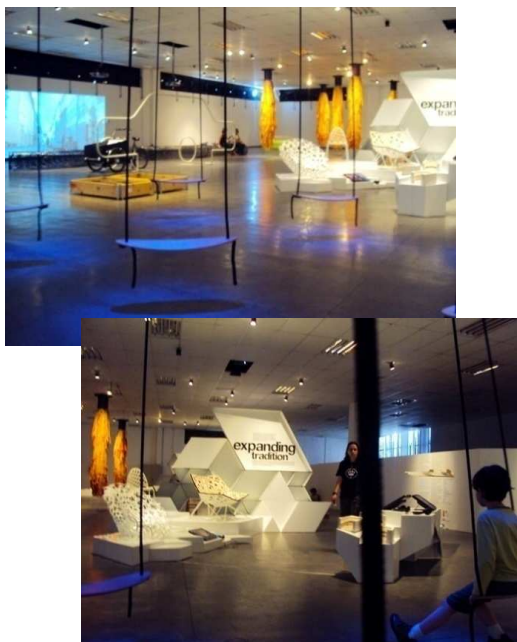


Figura 10 – A mostra *It's a small world*.

A concepção dessa mostra optou por um expediente teatral. Era quase desprovida de elementos textuais, e apostava em vídeos e aparatos eletrônicos. Sua concepção e montagem nos remeteram conceitualmente às influências das exposições de arte na contemporaneidade⁹.

Nesse caso, o projeto da mostra parece apostar na dimensão interativa, ao contrário das demais mostras – de cunho instrucional. Entre as cinco mostras do pavilhão do Fiep, era a única em que havia a projeção audiovisual. A iluminação cênica também distinguia a mostra dinamarquesa em relação às demais que contavam, na maior parte, com iluminação natural.

4 Levantamento de dados

4.1 Os organizadores: monitores e responsável pela ação educativa

Para contribuir com a avaliação da experiência do público na exposição, optamos por dar voz aos monitores. Estes agentes, de idade entre 18 e 25 anos, estudantes de cursos de graduação em design do Paraná, haviam recebido treinamento específico. Por se tratar de um estudo piloto, é restrito o número de monitores (e de visitantes) entrevistados. Os quatro monitores abordados foram convidados a responder uma entrevista semi-estruturada composta por três questões:

a) Qual é o perfil do público da III Bienal Brasileira de Design?

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

b) O visitante, usualmente, segue o itinerário sugerido ou percorre a exposição livremente? Presta atenção ao material instrucional e de comunicação da exposição?

c) Quais os objetivos da III Bienal Brasileira de Design?

Sobre o perfil do público, a monitora C informou que a faixa etária predominante “é de 26 a 30 anos” e que “a maioria demonstra ter obtido conhecimento prévio sobre a exposição, através da divulgação”. A monitora salientou o peso da comunidade do design em relação ao grande público, ao afirmar que “85% dos visitantes são estudantes e profissionais da área” e que “15% corresponde ao empresariado”¹⁰.

As entrevistadas J e L também ressaltaram “a presença de universitários entre 20 e 30 anos, sendo a maioria do design e de áreas correlatas, tais como artes visuais, arquitetura, engenharias e comunicação”. O monitor L, por sua vez, acrescentou “o grande número de crianças e os visitantes que viajaram – em especial, dos estados vizinhos ao Paraná”.

No caso da questão “b”, que se refere ao comportamento do público, segundo a monitora C, “a maioria não faz perguntas e segue um roteiro livre”. A

entrevistada afirmou que “geralmente, visitantes com maior grau de instrução costumam levantar questões e explicitar seu interesse”. Já a monitora J relativizou o comportamento do público:

as visitas agendadas demandam maior atenção dos monitores. São feitas por crianças da rede municipal e estadual de ensino, que tiveram contato inicial com as questões levantadas pela III Bienal através do material didático desenvolvido e entregue antes da abertura da exposição.

Por sua vez, L corroborou que a maioria dos visitantes faz o próprio itinerário e detém-se em objetos específicos. A monitora destacou que a mostra *It's a small world* tende a suscitar maior número de questões. O monitor L, por seu turno, acrescentou que a curiosidade do público, por vezes, transcende o material instrucional das cinco mostras do pavilhão do Fiep:

algumas pessoas nos procuram porque desejam comprar determinado objeto exposto. Em situações como essa, cabe ao agente informar que os produtos expostos não estão à venda.

Acerca dos objetivos da “III Bienal Brasileira de Design”, é consenso entre os monitores abordados, que a reflexão e a urgência de uma consciência social sobre design e sustentabilidade eram a destinação última dessa edição. Conforme a monitora C, a mensagem era que “design não é uma mera *embalagem*, um verniz, mas sim um

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público*Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis*

pensamento sobre produtos e processos”. Todos os monitores entrevistados concordaram que o trunfo da III Bienal era buscar uma aproximação com o público.

Desse modo, entendemos que há dois componentes principais que nortearam a concepção e a montagem – produção – que implicam na percepção do público – recepção. Primeiramente, reportamo-nos à dimensão extramuros do evento. Os mediadores entrevistados ressaltaram como fator bastante positivo, o fato da exposição ter ultrapassado as paredes de determinada instituição museológica. Para a monitora J, “as mostras são acessíveis à população, e ocorrem em espaços pouco usuais para a realização de exposições”. Ela exemplificou: “os locais foram cuidadosamente escolhidos, e a montagem no pavilhão do Fiep busca chamar a atenção do empresariado”. O monitor L mencionou o objetivo da exposição de propor um “diálogo com a população e não apenas com profissionais de design, através da montagem em locais públicos”. Portanto, destacam-se iniciativas como a mostra de cartazes *Sustentabilidade, e eu com isso?*, realizada no Jardim Botânico e no Parque Barigui.

Outro componente estratégico na interação com o público corresponde às ações educativas. Os monitores

asseguraram, a respeito dos objetivos da “III Bienal Brasileira de Design”, que o sucesso da exposição reside no grande número de crianças que visitaram, entre setembro e outubro de 2010, as mostras da terceira edição. Os agentes revelaram que as ações educativas estenderam-se a um programa de formação de professores, que recebeu material didático e assistiu a palestras sobre design, sustentabilidade e a Bienal.

A etapa seguinte do programa consistiu em aplicar atividades em sala de aula, de modo a sensibilizar o público infantil para, em continuidade, a escola ir ao pavilhão do Fiep. Os monitores avaliaram que, graças a este processo, as crianças chegavam mais preparadas, interessadas, além de relacionar os produtos expostos com os que haviam estudado, pela apreciação de textos, fotografias e ilustrações, em aula.

Nesse aspecto, sublinhamos a valiosa contribuição de Solange Rosenmann¹¹, membro da organização, responsável pelas ações educativas da III Bienal. A partir da sua entrevista, podemos compreender a importância das ações educativas, assim como o papel dos agentes envolvidos. A entrevistada resumiu as ações educativas junto à escola básica:

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

a ênfase se deu na rede municipal. Além das palestras aos professores, entregamos o kit escola e o material didático do aluno. Os organizadores pontuaram alguns produtos no material, explicando seu ciclo, do processo industrial, passando pelo consumo e descarte. Os textos eram sobre reuso de materiais e traziam os conceitos de inovação e de sustentabilidade (ROSENMANN, 2010).

A promotora cultural acrescentou que a formação de professores incluía projeções, debates e dramatizações e destaca aspectos positivos sobre a reflexão proposta pela Bienal. Exemplifica com a embalagem de amaciante de roupas concentrado, da mostra principal:

ideias como essa são boas para o transporte, pois a diminuição do volume da embalagem implica em menos viagens, o que poupa as ruas e o meio ambiente. Além disso, produtos de dimensões reduzidas são condizentes com o modo contemporâneo de habitar espaços cada vez menores (ROSENMANN, 2010).

Ainda sobre os dados obtidos na entrevista, Rosenmann (2010) considerou que, como resultado das ações educativas, os professores se mostraram motivados, o que refletiu em um retorno satisfatório de agendamentos. Sua tese é que o impacto social dessa edição do evento dar-se-á a partir da proposta de educação de jovens para novos hábitos de consumo. Espera-se que estas crianças sejam consumidores conscientes, críticos em relação ao uso de água e de outros recursos naturais, que

exijam, na prática, a responsabilidade ambiental de empresas, de produtos e de serviços.

4.2 Os visitantes

Cada visitante, de um grupo escolhido por amostragem, foi convidado a fazer um comentário livre sobre a III Bienal Brasileira de Design. O estudante de design de produto V enfocou a sua “surpresa com a dimensão das mostras, a variedade de segmentos abordados e de produtos expostos”. Além disso, V destacou a dinamarquesa *It's a small world*, e que estava curioso para ver o Gurgel na mostra referente ao histórico de realização das bienais de design no país.



Figura 11 – À esquerda, painel da mostra *Bienais de Design: primórdios de uma ideia*, sobre o portfólio de Aloísio Magalhães, em edição anterior. À direita, o Gurgel.

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

Ainda no que se refere à mostra *Bienais de Design: primórdios de uma ideia*, a também estudante de design de produto M afirmou: “é a primeira vez que venho à Bienal Brasileira de Design e a mostra dedicada às edições anteriores colabora no sentido de entender a atual”. A entrevistada valida a proposta da curadoria. Para Borges (2010, p. 45),

a história do design brasileiro só recentemente começou a ser escrita. Se o foco principal de uma Bienal é o presente, ela pode voltar seu olhar para o passado, visando trazer à luz, rememorar e compartilhar legados que nos ajudam a compreender em que ponto estamos e, assim, gestar melhor o futuro. Nesta edição, temos três mostras históricas.

Os entrevistados comentaram a respeito do que aprenderam. A visitante E mencionou o uso do biogás em produtos do núcleo *O direito de ir e vir*, sobre propostas para a mobilidade, da mostra principal. Já V e M ressaltaram o que aprenderam sobre o emprego de materiais alternativos e V, ainda, apontou, entre estes, a lâmina de bambu, enquanto a visitante M acrescentou a oportunidade de reflexão sobre “processo criativo e inovação”.

O visitante F, por sua vez, argumentou que a montagem “é eficiente e com o tema bem delimitado”. O entrevistado considerou positivo o fato de

haver informação disponível em português e inglês, ao mesmo tempo em que salientou a exposição como “fonte importante de referências visuais”.



Figura 12 – A poltrona Mole, de Sérgio Rodrigues, clássico do moderno design brasileiro, na mostra *Bienais de Design: primórdios de uma ideia*. À direita, núcleo *O direito de ir e vir* na mostra principal, com enfoque em alternativas para mobilidade urbana.

5 A “III Bienal Brasileira de Design” e seu público

Falar de público significa discutir a finalidade dos museus e o seu papel social e, sobretudo, a democratização dessas instituições. Falar de público, no âmbito dos museus e da museologia, significa atribuir um sentido social no ato de preservar. Falar de público significa considerá-lo a partir de suas expectativas, códigos culturais e esquemas mentais ao elaborar programas de comunicação.

(Marília Xavier Cury, 2006)

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

Nesta reflexão sobre a experiência do público na III Bienal, enfatizamos, em primeiro lugar, o esforço dos agentes profissionais envolvidos em construir um discurso acerca dos temas design e sustentabilidade. Ao darmos voz aos organizadores, entendemos que a intenção da exposição foi colaborar com a discussão sobre questões sociais emergentes, além de ter ressaltado o compromisso ambiental do designer do século XXI¹². As entrevistas com o público (visitantes, monitores e responsável pelas ações educativas) reforçaram a ideia de que a perspectiva didática da “III Bienal Brasileira de Design” estava no debate sobre novos hábitos de consumo, ou seja, em propor alternativas para a continuidade proveitosa da vida na terra.

Em nossa avaliação, a terceira edição foi bem sucedida ao inovar em relação às anteriores, com montagens em locais não convencionais, que vão além dos importantes museus da capital paranaense. Assim sendo, a opção estratégica de ocupar espaços públicos é coerente com a intenção da Bienal, de levar a reflexão sobre design e sustentabilidade para os diversos setores da sociedade. Nas palavras da curadora:

Em vez de se concentrar num único lugar, a Bienal poderia se distribuir por

diferentes locais da cidade, englobando não só espaços expositivos institucionalizados, mas também espaços públicos com alto afluxo de público, num esforço de ir ao encontro das pessoas, e não apenas esperar que elas venham até nós. Essa ideia ousada não poderia encontrar melhor lugar para prosperar do que Curitiba, que se distingue por sua postura inovadora e pela larga experiência em design (BORGES, 2010, p. 31).

Portanto, nosso entendimento é de que a “III Bienal Brasileira de Design” constituiu um grande projeto. Os valores propostos por esta edição do evento encontraram, no trabalho com professores e alunos, a sua dimensão social, ao apostar que as ações, no contexto da escola básica, podem trazer resultados a curto e médio prazo: sujeitos que compram o que precisam – e não em excesso – e que entendem a contribuição do design para que a sustentabilidade social, econômica e ambiental não fique apenas nas ideias.

Além disso, ressaltamos a importância da III Bienal para os designers. A presença constante de estudantes de graduação firmou o caráter didático do evento, no sentido de contribuir na formação de profissionais éticos e responsáveis, cientes das necessidades sociais, que projetam em um compromisso com a qualidade de vida das pessoas. Ao mesmo tempo, compreendemos como fator positivo da exposição, a disponibilização

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

de espaço aos estudantes em mostra específica.

Vale mencionar outros elementos que parecem ter integrado a complexa síntese subjetiva do público. Ao citar a mostra *Bienais de Design: primórdios de uma ideia*, os visitantes consideraram a relevância de suas noções didáticas sobre a história do design brasileiro. A mostra resumia as últimas cinco décadas de produção dos nossos profissionais e compunha ponto alto do evento, ao estabelecer remissões à nossa cultura material. Nesse aspecto, é sintomático o exemplo do Gurgel. Entendemos que o entrevistado, anteriormente mencionado, revelou um vínculo emocional com o objeto exposto. Ao constituir um ícone das possibilidades da indústria brasileira, inferimos que produtos, como o Gurgel, no contexto da exposição, podem estabelecer conexões significativas com as vivências do público.

Podemos citar mais exemplos de relações emocionais oportunizadas pela exposição, também nas mostras de cunho histórico. Há espaço para os trabalhos de Aloísio Magalhães, Sérgio Rodrigues e José Carlos Mário Bornancini¹³, responsáveis por cânones do design nacional, presentes na mostra *Bienais de Design: primórdios de uma ideia*: o

símbolo do IV Centenário do Rio de Janeiro, a Poltrona Mole e os Talheres Camping, respectivamente. Estes produtos podem ter constituído experiência prévia do visitante e, portanto, concluímos que as mostras históricas de design da Bienal podem oportunizar uma ponte com o nosso passado recente – o que desencadeia uma relação emocional e aprofunda o vínculo com a exposição.

Especificamente no que se refere à divisão da mostra *Design, inovação e sustentabilidade* em doze núcleos, a curadora Adélia Borges (2010, p. 53) assinalou que isto foi feito de modo arbitrário:

Um mesmo projeto poderia estar simultaneamente em vários lugares (...) nossa intenção foi instigar o visitante e o leitor para fazer as suas próprias conexões e (re)conhecimentos. Prestamos assim a nossa homenagem ao mestre Ulpiano Bezerra de Meneses, para quem o fazer museológico não pode ‘prender’ um objeto num único contexto (...) o curador tem que dar abertura para toda a história que um objeto tem.

Desse modo, ao perfil da Bienal, acrescentamos o conceito de exposição *pentadimensional*¹⁴ que, para Cury (2006, p. 48), trata da construção do próprio discurso expositivo pelo público “por meio de uma rede de possibilidades, é a reconstrução da exposição. Assim, o público visitante tem o domínio criativo da

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

exposição, seu espaço físico e de seu tempo de visitação”. A autora pondera que a produção da exposição *pentadimensional* permite, também, uma participação criativa por parte dos profissionais responsáveis no processo de construção do conhecimento, seja aquele relativo à temática, seja aquele necessário para propor a interação entre a exposição e o público (CURY, 2006).

Com base nesses dados, propomos classificar a experiência do público na “III Bienal Brasileira de Design” conforme Borun (1997). A autora apresenta uma escala de três níveis em que o comportamento do público reflete o grau de aprendizagem na exposição:

Nível 1 – O espectador responde com afirmações de uma palavra, porém faz algumas associações com o conteúdo; menciona o conteúdo, mas não a mensagem.

Nível 2 – O espectador responde com algumas palavras, estabelece conexões com o ponto principal da exposição; estabelece conexões entre o conteúdo e as suas vivências.

Nível 3 – O espectador responde com múltiplas palavras, estabelece conexões com os conceitos da exposição; estabelece conexões entre o conteúdo e as suas vivências pessoais.

Os dados coletados em campo para a realização dessa pesquisa, apontam que o envolvimento do interpretador na III Bienal Brasileira de Design atingiu o Nível 3.

Considerações finais

Com nosso trabalho, gostaríamos não só de celebrar o momento especial vivido pelo design brasileiro hoje, mas, sobretudo, de contribuir, para que ele possa se expandir ainda mais. Exposições têm o poder de aumentar a percepção consciente das pessoas sobre a importância do design em seu dia a dia. Se as nossas conseguirem esse feito e ajudarem na difusão do pensamento criativo, da inovação e na reflexão sobre sustentabilidade, o esforço terá valido a pena.

(Adélia Borges, 2010)

Embora a experiência de uso de um determinado produto – nesse caso, a exposição – seja algo pessoal, ela pode ser condicionada no sentido de um melhor proveito. Acreditamos que resultados avançados em fruição correspondem à intenção dos organizadores, que compreendem a exposição como importante meio de comunicação com o público (COSSIO; CATTANI, 2010).

Assim, retomamos o referencial de Marília Cury (2006) e Andreas Huyssen (1994) sobre a participação dos profissionais em expografia: abandona-se a ideia do curador como único detentor de

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

determinado conhecimento especializado, pois se insere em uma atividade que, no momento contemporâneo, configura esforço colaborativo entre curadores, museólogos, designers, arquitetos, educadores, técnicos e, de modo ascendente, o público. Nesse sentido, Borges (2010, p. 37) compreende a importância de um quadro bem articulado com a curadoria¹⁵, ao registrar que “uma Bienal se faz com uma equipe, e nesta tivemos a felicidade de ter muitos craques”.

Em nosso estudo, importa refletirmos, também, sobre os aspectos negativos levantados. Para a monitora L, “a exposição buscou levar [a discussão sobre] design para a sociedade, mas faltou divulgação, o que resultou em poucos visitantes de fora da cidade”. A mesma monitora, porém, considerou a mensagem sobre sustentabilidade como aspecto bastante positivo. Houve, também, o caso da visitante que se negou a participar, mesmo depois de esclarecido que não se fazia necessário fornecer dados pessoais e que o estudo era de propósito acadêmico. Esse fato contribui, na continuidade dessa pesquisa, para alertar que necessitamos ampliar nosso aporte teórico a respeito de pesquisa de recepção de público. Sob essa ótica, a fim de oportunizar a avaliação da

experiência sob diferentes pontos de vista, há de se investigar outras técnicas e testá-las para aferir o aprendizado em exposições de design.

Sobre os desdobramentos desse trabalho, compreendemos que merecem atenção as ações educativas em exposições de design. Ademais, programas de formação de professores, como o desenvolvido pelo grupo de Rosenmann (2010), podem constituir *corpus* relevante para a pesquisa acadêmica. Um tema importante, ao levarmos em conta o estudo da recepção, parece ser a avaliação da experiência do público infantil em exposições. Nesse aspecto, ponderamos que as pesquisas em design e educação ainda são poucas e as descobertas, nesse campo vasto, podem contribuir para o desenvolvimento sociocultural (COSSIO; MORAES; GONÇALVES, 2010).

No que se refere ao sistema visual, os dados coletados comprovam a eficiência de seu projeto. Com o conceito alicerçado no tema design e sustentabilidade, refletiu claramente os objetivos da terceira edição da Bienal e, conforme mencionado anteriormente, a montagem permitia focar a atenção no seu conteúdo, sem sobrepor-se. A linguagem gráfica era simples e direta e, ao mesmo tempo, expressava e construía a identidade do evento. Dado o

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

caráter instrutivo da exposição e todo o seu material físico, textual e iconográfico em um contexto de rica visualidade, acreditamos que a Bienal pode ser classificada como um museu itinerante de design.

Nesse âmbito, convém mencionar o caráter especial das exposições de design. Em um cenário de complexidade pós-industrial – no qual, a globalização econômica e financeira faz eco às novas tecnologias – a produção e o consumo de bens materiais é a tônica de uma lógica de capital. A saturação de produtos em nosso cotidiano torna invisível a cultura material impregnada em nossas relações.

Com a realização de exposições de produtos, há uma contribuição no que concerne ao debate a respeito de nossos hábitos e estilos de vida. Ao conceber o design comprometido com questões sociais, essas exposições extrapolam o automatismo do consumidor, pois ampliam o nível de consciência. Assim compreendidas, estamos cientes que iniciativas como essa visam a promover o design como fator de competitividade e, ao mesmo tempo, refletimos que podem oportunizar a reflexão acerca do design como relevante para o bem estar coletivo.

Os objetos expostos eram passíveis de produção e muitos já são consumidos

pela população. Em síntese, o discurso sobre design e sustentabilidade construído acerca da III Bienal encontra respaldo nas necessidades reais do momento contemporâneo, que urge por uma reforma de ordem social, econômica e ambiental – o que implica repensar o sistema de produção-consumo-descarte. A dimensão didática e pedagógica da III Bienal estava em promover o fator estratégico do design frente ao paradigma da sustentabilidade. A exposição atestava o patamar produtivo alcançado pela indústria nacional e, além disso, os fins educacionais do evento contribuíram para a reflexão sobre design cultura material.

Referências bibliográficas

BORGES, A. A celebração do melhor momento do design brasileiro. In: *III Bienal Brasileira de Design*. BORGES, A. (Org.) vol 1, 1ª. ed., Curitiba: Centro de Design Paraná, 2010.

_____. Design, inovação e sustentabilidade. In: *III Bienal Brasileira de Design*. BORGES, A. (Org.) v. 1, 1ª. ed., Curitiba: Centro de Design Paraná, 2010.

BORUN, M.; CHAMBERS, M; DRITSAS, J.; JOHNSON, J. Enhancing family learning through exhibits. *Curator* 40 (4), 1997.

COSSIO, G.; CATTANI, A., Design de exposição e experiência estética no museu

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

contemporâneo. In: *Anais do 2º Seminário Internacional de Museografia e Arquitetura de Museus: identidades e comunicação*. Rio de Janeiro: UFRJ FAU/PROARQ, 2010.

COSSIO, G.; MORAES, L.; GONÇALVES, F. Design e Educação: construção de sentido para o desenvolvimento sociocultural. In: *Anais do 3º Colóquio de Semiótica: diálogos intersemióticos*. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2010.

CURY, M. X. *Exposição - Concepção, Montagem e Avaliação*. 1ª ed. São Paulo: Annablume, 2006.

FONTOURA, I. Novíssimos. In: *III Bienal Brasileira de Design*. BORGES, A. (Org.) v. 1, 1ª. ed., Curitiba: Centro de Design Paraná, 2010.

HUYSSSEN, A. Escapando da amnésia: o museu como cultura de massa. *Revista do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*. Rio de Janeiro, n. 23, 1995, p. 34-57.

MIDTGAARG, T.; KJÆRGARRD, K.; WIKSTRØM, K. Novíssimos. In: *III Bienal Brasileira de Design*. BORGES, A. (Org.) v. 1, 1ª. ed., Curitiba: Centro de Design Paraná, 2010.

ROSENMANN, S. As ações educativas da III Bienal. *Entrevista aos autores*. Curitiba, 29 de outubro de 2010.

SCREVEN, C. G. Information Design in Informal Settings: Museums and Other Public Spaces. In: *Information Design*. London: MIT Press, 1999.

Créditos das imagens:

Figuras 1, 2 e 4: extraídas de <www.bienalbrasileiradedesign.com.br> em 18 de novembro de 2010.

Figuras 3, 5-12: banco de imagens dos autores.

¹ Poema intitulado *Todo dia é dia de design*. Guto Lins é designer e professor do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio.

² A respeito da evolução dos cursos de graduação em design, especificamente, no Rio Grande do Sul, ver CURTIS, M. C. G. & COSSIO, G. *Sobre o ensino do design no sul: a contribuição de Antônio Endler*. Anais do 5º Congresso Internacional de Pesquisa em Design – CIPED. Aend-BR: Bauru, 2009.

³ Dissertação de mestrado intitulada *O projeto da exposição de design e a percepção do público: a forma segue a significação*, do discente Gustavo Cossio, do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PPGDesign/UFRGS, sob orientação do professor Dr. Airton Cattani, com previsão de término em 2011.

⁴ Adélia Borges é jornalista, curadora especializada em design e professora na Fundação Armando Álvares Penteado (Faap). Autora de seis livros, entre eles, *Designer não é Personal Trainer*. Foi diretora do Museu da Casa Brasileira. Escreveu para várias publicações, como a revista *Design & Interiores*. Extraído de <www.bienalbrasileiradedesign.com.br> em 18 de novembro de 2010.

⁵ Lançada pelo governo federal em 2005, para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior.

⁶ Ver BRUNDTLAND, G. H. *Nosso Futuro Comum - Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento*. FGV, Rio de Janeiro, 1991, 2ª edição, p. 46-53.

⁷ Ver artigos COSSIO, G.; CATTANI, A. *Design de exposição e experiência estética no museu contemporâneo*. 2º Seminário Internacional Museografia e Arquitetura de Museus: identidades e comunicação, FAU-PROARQ UFRJ: Rio de Janeiro, 2010.

COSSIO, G.; MORAES, L. M.; GONÇALVES, F. R. *Design e Educação: construção de sentido para o desenvolvimento sociocultural*. 3º Colóquio de Semiótica: diálogos intersemióticos, Dialogarts UERJ: Rio de Janeiro, 2010.

III Bienal Brasileira de Design: sistema visual, ação educativa e percepção do público

Gustavo Cossio; Airton Cattani; Maria do Carmo Curtis

COSSIO, G.; VAN DER LINDEN, J. C. S. *A vocação didático-pedagógica do design: as exposições universais do século XIX*. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design – P&D Design, UAM: São Paulo, 2010.

COSSIO, G.; GONÇALVES, F. R. *Design de exposição à luz das categorias fenomenológicas*. IV Congresso Internacional de Semiótica da Associação Brasileira de Estudos Semióticos – ABES, UAM: São Paulo, 2010.

⁸ O termo ‘produto’ refere-se, para os autores, ao resultado de um processo em design, de qualquer natureza.

⁹ Sobre este tema, ver CABRAL, M. C. *Origens do museu de arte pós-moderno*. In: Anais do 2º Seminário Internacional de Museografia e Arquitetura de Museus: identidades e comunicação. UFRJ FAU/PROARQ: 2010.

¹⁰ A informação fornecida pelos monitores refere-se à observação e às vivências na Bienal e não corresponde a registros oficiais.

¹¹ Solange Rosenmann é servidora da Secretaria Estadual de Cultura do Paraná, atua no Museu Oscar Niemeyer – MON, onde é uma das responsáveis pelas ações educativas da instituição.

¹² Sobre o papel social do designer, ver WHITELEY, N. *O designer valorizado*. In: Arcos Design, ano/vol. I, nº único, 1998. Ver também MARGOLIN, V. e MARGOLIN, S. *Um modelo social de design: questões de prática e pesquisa*. In: Design em Foco, ano/vol. I, nº 1. Salvador: Universidade do Estado da Bahia, 2004.

¹³ Sobre Aloísio Magalhães (1927-1982) ver *A Herança do Olhar: o design de Aloísio Magalhães*. Rio de Janeiro: Senac, 2003. A respeito de Sérgio Rodrigues ver BORGES, A. *Sérgio Rodrigues*. Rio de Janeiro: Viana & Mosley, 2008. José Carlos Mário Bornancini (1923-2008) foi um pioneiro do design no sul. Ver CURTIS, M. C. G. & HENNEMAN, H. *Bornancini - Uma Trajetória no Design de Produto*. In: Estudos em Design, v. 14, nº 2, dezembro, 2006.

¹⁴ Grifo nosso.

¹⁵ A curadora apresenta os agentes profissionais: Oswaldo Miranda, o Miran, está à frente do design gráfico da iniciativa. Pedro Mendes da Rocha responde pelo projeto da arquitetura ao lado de Chico Homem de Melo, que assina o design expositivo. A produção executiva é de Ana Helena Curti, da Arte 3, que respondeu pela produção também das bienais de 2006 e 2008. A coordenação geral do trabalho foi do Centro de Design Paraná, cujo comprometimento com a ideia, competência e dedicação, com a liderança de Letícia Castro Gaziri, foram essenciais para chegarmos até aqui (BORGES, 2010, p. 37).