

Compartilhe:    Curtir Newsletter N° 12
Maio de 2009

Editorial

A newsletter desse mês vai dar o que pensar. As festas juninas vêm aí e, em nossa matéria, discutimos os novos contornos das comemorações em cidades tradicionalmente reconhecidas como redutos da cultura popular brasileira. Adélia Borges é a entrevistada do mês e aborda, de forma clara e envolvente, questões da maior importância: do gosto às funções simbólicas dos objetos, passando pela inventividade do povo brasileiro. E, por falar nisso, Lina Bo Bardi, que sempre enfatizou essa característica no Brasil, é a autora em destaque no Boa Leitura! Finalmente, é bom lembrar que a Cunha Gago, 807 já está com as portas abertas com a exposição “Que Chita Bacana, o enredo”. Venha nos fazer uma visita! E no www.acasa.org.br, não deixe de conferir a coleção das Sacológicas.

Acontece no museu A CASA Cunha Gago, 807

Que Chita Bacana, o enredo



Exposição sobre o desfile da escola de samba Estácio de Sá, que apresentou o

Entrevista - Adélia Borges

“Uma das grandes riquezas que o Brasil tem é a capacidade de invenção do seu povo”

Adélia Borges é jornalista especializada em design e professora de história do design na FAAP. É curadora da exposição Design Brasileiro Hoje: Fronteiras, no Museu de Arte Moderna.



Você poderia falar um pouco sobre as funções

simbólicas dos objetos, que vão muito além da ‘função’?

A educação superior de design vem muito em cima do axioma “a forma segue a função”. E, se ela segue a função, ela segue só a função e a função não depende de tempo e lugar. Já que serve para sentar, então a resposta a essa função poderia ser a mesma em qualquer lugar. Isso ignorava as culturas, ignorava que cada cultura tem o seu jeito de sentar. Por exemplo, algumas culturas sentam no chão, algumas com a perna de um jeito, outras

A CASA indica

Prêmio EcoLeo de Design



Serão premiados os melhores projetos de design que utilizam madeira certificada. O melhor produto na categoria profissional receberá um prêmio no valor de R\$ 5.000,00 e o melhor produto na categoria estudante R\$ 2.000,00. Inscrições até 26/06. **Saiba mais.**

Memórias do Design Brasileiro



Coletânea de textos de Ethel Leon traça perfis de grandes nomes do design nacional que se destacaram ao longo da industrialização do país, na segunda metade do século XX.

enredo Que Chita Bacana. Além dos figurinos, que pontuam a história da chita, a exposição conta com desenhos, fotografias e vídeos. De segunda a sexta, das 10h às 19h. **Saiba mais.**

www.acasa.org.br

Coleção Sacológicas



Coleção de sacolas e bolsas produzidas a partir de roupas, materiais têxteis reinseridos e outros materiais de reutilização. Preocupado com a questão ambiental e com o consumo consciente, o figurinista Kabila Arruanda, coordenador da Usina da Alegria Planetária, associação responsável pelo projeto, criou as sacolas a partir de roupas, cortinas, colchas e sobras de tecido, para substituir as sacolas plásticas utilizadas no comércio. Cada peça é única e traz consigo a memória de seu uso anterior, o que confere toques de humor, surpresa e sofisticação a cada sacola. **Veja aqui.**

Museu A CASA no twitter



Saiba antes todas as novidades de A CASA! Siga "Museu A CASA" no twitter e receba diariamente um flash de, no máximo, 140 caracteres. Ainda não sabe o que é twitter? **Descubra agora!**

Apoio

com a perna de outro jeito, outras sentam no tapete, outras em almofadas, outras em rede, outras em cadeiras, enfim. Há uma variedade enorme. Nos anos 80 já começaram a surgir frases brincando com aquela anterior, falando assim: "a forma segue a ficção", então vamos vender produtos que contem uma historinha. Aí outros começaram a falar: "a forma segue a emoção", "a forma segue a invenção" etc. Eu acho que essas novas frases, são frases que indicam que a gente tem que se abrir para outras dimensões dos objetos que são as dimensões culturais, simbólicas. Na exposição **Design Brasileiro Hoje: Fronteiras**, por exemplo, uma xícara de chá do Estúdio Manus que tem um Buda dentro. Quer dizer, ela é uma coisa que vai além da mera função de você colocar um chá e aí até está muito próximo da arte pela questão da surpresa, pela questão de trazer um elemento novo, um humor. Para o exemplo da cadeira, a gente vê que esse é um objeto muito cheio de simbologia. Em todas as religiões, em todas as culturas, você tem isso muito forte. O *chairman* nas empresas, é o homem da cadeira, é o manda-chuva. Por exemplo, numa corporação, você consegue, às vezes, detectar quem é quem pelo tipo de cadeira, pelo tamanho, altura do espaldar, pelo nível de conforto que aquela cadeira tem etc.

Afinal, gosto se discute?

Com certeza. Eu acho que se a gente pega um exemplo de fora dessa área, fica mais fácil da gente entender. A primeira vez que você toma um vinho, você não sabe diferenciar muito o que é um vinho bom do que é um vinho ruim. À medida que você começa a tomar mais vinho, experimentar, você, às vezes, não consegue nem voltar a tomar aquele primeiro que você tomou e gostou. É até um problema. Então eu acho que gosto se desenvolve, e se desenvolve através da discussão. Essa chamada cultura do design ajuda nisso. Por exemplo, ao colocar numa exposição coisas diferentes relacionadas ao mesmo uso, você pode induzir o público que está ali a falar: "nossa, olha essa xícara, é muito funcional, ela é muito boa. Agora, essa outra aqui, além da funcionalidade, ela também me diverte, ela me faz rir, porque ela traz um elemento surpresa, ela traz um elemento de humor. Essa outra aqui já repercute na minha memória afetiva, na minha infância. Essa aqui já é super moderna e muito distinta, ela é uma xícara muito 'menos é mais'". E aí? Com qual que você se identifica? O que você acha mais legal para você? Então eu acho que gosto se discute, gosto se desenvolve, a gente muda o gosto. A capacidade de

Alexandre Wollner, Emilie Chamie e Michel Arnoult são alguns dos nomes que aparecem na publicação. Editora SENAC SÃO PAULO. 200 páginas. R\$85,00. **Saiba mais.**

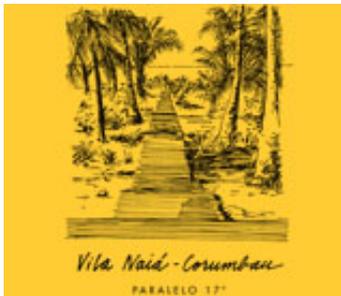
Rico Lins: uma gráfica de fronteira



Exposição apresenta mais de 100 trabalhos do artista, entre os quais, capas de revistas como Time, Newswweek e Kultur Revolution, de álbuns que vão de Miles Davis a Gilberto Gil e cartazes de filmes, como "Labirinto de Paixões", de Pedro Almodóvar. **Instituto Tomie Ohtake.** Av. Brigadeiro Faria Lima, 201 (entrada pela rua Coropés, 88). São Paulo-SP. Telefone (11) 2245 1900. De terça a domingo, das 11h às 20h. Grátis. **Saiba Mais.**

Boa leitura

O Brasil entra em último na história da industrialização de marco ocidental, portador de elementos da pré-história e da África, rico de seiva popular. Todas as contradições do grande equívoco ocidental se apresentam contemporaneamente, ou em tempo curto, no seu processo de modernização, com os traços violentos de uma situação falimentar. Um processo que nas nações industrializadas demorou séculos para se processar, leva aqui poucos anos. A industrialização abrupta não planejada, estruturalmente importada, leva o país à experiência de um incontrolável acontecimento natural, e não de um processo criado pelos



transformar-se é uma coisa inerente ao ser humano e isso é uma riqueza que a gente tem. A questão do gosto está implícita aí.

A necessidade é a mãe da invenção ou a invenção é a mãe da necessidade?

Eu acho que ambos. É uma coisa dinâmica: a necessidade é mãe da invenção e vice-versa. E eu acho que uma das grandes riquezas que o Brasil tem é a capacidade de invenção do seu povo. Uma coisa fantástica que eu vejo viajando pelo Brasil e que eu não vejo nas minhas viagens pelo mundo – desde que eu saí do Museu da Casa Brasileira eu já fui falar sobre design brasileiro na Austrália, no México, nos Estados Unidos, na Espanha, em vários países da América Latina – é o grau de inventividade que você vê aqui na rua, na feira, enfim, a capacidade de design do povo brasileiro até como uma estratégia de sobrevivência. Eu estou falando de um carrinho para vender café em Salvador, eu estou falando de uma placa feita à mão que anuncia um produto ou um serviço, estou falando de artefatos feitos para vender uma laranja no cruzamento das grandes cidades. São lições de design que a gente tem aqui muito fortes e eu acho que se a gente souber ter olhos para isso e valorizar isso, nosso lugar no cenário internacional será ainda de maior relevo. Realmente é uma dádiva que a gente tem, essa questão então de um povo que é premido pela necessidade e aí resolve os seus problemas acionando as matérias-primas que estão ao seu redor, as técnicas que ele domina, mas com muita propriedade.

Leia entrevista na íntegra

Matéria do MÊS

ESPETÁCULOS JUNINOS

Esqueça o modesto e caseiro arraial do quintal de casa ou da pracinha central da cidade. As tradicionais

homens. Os marcos sinistros da especulação imobiliária, o não-planejamento habitacional-popular, a proliferação especulativa do desenho industrial – gadgets, objetos – na maioria supérfluos – pesam na situação cultural do país, criando gravíssimos entraves, impossibilitando o desenvolvimento de uma verdadeira cultura autóctone. Uma tomada de consciência coletiva é necessária, qualquer divagação é um delírio na hora atual. A desculturação está em curso. Se o economista e o sociólogo podem diagnosticar com despreendimento, o artista deve agir, além de ligado ao intelectual, como parte ligada ao povo ativo.

Lina Bo Bardi

Um balanço dezesseis anos depois

Leia o texto na íntegra



comemorações juninas em alguns municípios do nordeste brasileiro cresceram de tal maneira que se transformaram em verdadeiros espetáculos destinados a milhões de turistas de todo o Brasil. Caruaru, em Pernambuco, e Campina Grande, na Paraíba, importantes redutos da cultura popular brasileira, são responsáveis pelas maiores festas, que ocorrem durante todo o mês de junho. Ambas as cidades anunciam suas comemorações como “o maior São João do mundo” e esperam receber, cada uma, 1,5 milhão de pessoas. Para isso contam com estruturas de mais de 40 mil metros quadrados. Muito além das bandeirinhas, fogueiras, músicas, danças e pratos típicos, as festas contam com uma programação recheada de nomes consagrados da música brasileira. Elba Ramalho, Dominginhos, Zé Ramalho e a banda Calypso são presença confirmada nas comemorações deste ano.

Para que tudo isso seja possível há, por trás das festas, um planejamento ao longo de todo ano e pesados investimentos: R\$ 6 milhões em Caruaru e 5 milhões em Campina Grande, valores que provém tanto de patrocinadores como do próprio poder público. O retorno é garantido. Atualmente os festejos juninos representam uma das principais fontes de receita de diversos municípios, movimentando muitos setores da economia das cidades e gerando milhares de empregos. Em Campina Grande, de acordo com um levantamento da Coordenadoria Municipal de Turismo da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, as festas proporcionaram um impacto de quase R\$ 16 milhões no PIB (Produto Interno Bruto) municipal no ano passado. No último dia 26, o prefeito de da cidade, Veneziano Vital do Rêgo, disse que a previsão para este ano é de que a movimentação financeira aumente esse número para cerca de R\$ 25 milhões. Uma semana antes do início da festa, mais de 80% das vagas da rede hoteleira já estão reservadas e as expectativas do Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares são de que o lucro e os empregos gerados nesta época do ano cresçam até 15%, em relação à edição do ano passado.

Para a Associação Comercial e Empresarial de Campina Grande (ACCG) devem ser geradas, pelo menos, 1,2 mil vagas temporárias nos estabelecimentos comerciais.

Para não deixar o aspecto tradicional totalmente de lado, as festas têm buscado referências na cultura popular local. Esse ano, Caruaru homenageia Mestre Vitalino, um dos mais importantes artistas populares do Brasil, no centenário de seu nascimento. Já Campina Grande abre espaço para as ilhas de forró. A idéia é valorizar o forró pé-de-serra, tocado ao som de zabumba, triângulo e sanfona resgatando, assim, a música regional. Resta saber se, diante de tantas atrações da cultura 'pop', a cultura popular regional terá forças de permanecer viva, ou se será simplesmente cristalizada e relegada à dimensão do exótico.

www.acasa.org.br R. Cunha Gago, 807 - Pinheiros - São Paulo - SP CEP 05421-001 - Tel. (+5511) 3814-9711 acasa@acasa.org.br
Envie críticas, comentários e sugestões de conteúdo para a nossa newsletter.