



## **Design e Identidade: renovação dos olhares sobre o Brasil**

- Uma campanha cultura para eventos esportivos

*Design and Identity: renewal of the views of Brazil*

### **Resumo**

O presente artigo trata das idéias iniciais de desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso do Design Gráfico da UFPel, cujo objetivo é a produção de uma campanha de cunho cultural sobre a identidade brasileira, com foco na fuga das perspectivas essencialistas e clichês fixadas durante muito tempo. Com a capacidade de integrar e promover conexões, sugere-se a construção de uma nova identidade híbrida que valoriza as diferenças e o imaginário, utilizando o design como ferramenta para habilitar a comunicação da campanha de forma mais universal e efetiva possível, para que possa ser integrada a eventos de grande porte.

**Palavras Chave:** identidade; imaginário; eventos esportivos.

### **Abstract**

*This paper deals with the initial ideas for developing the work of completion of Graphic Design UFPel, whose goal is to produce a campaign of cultural slant on the Brazilian identity, focusing on the trail of essentialist perspectives and clichés long established. With the ability to integrate and promote connections, we suggest the construction of a new hybrid identity that values differences and imagination, using design as a tool to enable communication campaign in a more universal and effective as possible, so it can be integrated the large events.*

**Keywords:** identity; imagination; sporting events

## Um outro olhar sobre o verde e amarelo

O Brasil vive um de seus momentos mais plenos: em toda sua essência e variáveis. Ele irá receber dois dos maiores espetáculos que já existem no Planeta: Copa do Mundo em 2014 e Olimpíadas em 2016. Todos os olhares estarão voltados ao país. Por estas terras, estes eventos irão passar e carregar consigo impressões que ficarão guardadas no imaginário de todos que fizerem parte dessas experiências ímpares.

Mas como o maior país da América Latina desejará ser lembrado? Na verdade, o tema sobre identidade e cultura brasileira, apesar de travado desde muito cedo, permanece atual e sua indefinição ainda alimenta muitas discussões em torno do que é ser “brasileiro”. É justamente essa inquietação em torno do assunto que me fez escolhê-lo para escrever meu trabalho de conclusão de curso.

Sabe aquela idéia clichê e comercial sobre a natureza esplêndida, o carnaval da diversão, as mulheres formosas e o futebol arte? Mostra-se uma pregorrativa um tanto quanto desgastada e ultrapassada. Afinal, nem todo o país está imerso nesse mesmo universo e ele não contempla vários aspectos que são também significativos e até mesmo mais representativos para o povo brasileiro.

Atualmente, o Brasil se encontra em uma fase histórica e muito esperada: passamos de promessa para realidade. Encontra-se numa posição de prosperidade, crescimento e reconhecimento perante o mundo. Talvez, não seja esse o momento ideal para o rompimento com o mito do “paraíso natural”? Afinal, o Brasil é muito rico. Como brasileira, faço parte desta colcha de retalhos. Ser considerado o país mais heterogêneo do mundo é algo que nos é de valor, tratado como honra. Como argumentam Bakhtin e Volochínov (apud CLANCLINI, 2006), essa plurivalência social do signo ideológico é um traço da maior importância e são essas trocas de valores que tornam a cultura viva e móvel, capaz de evoluir.

A questão traçada para o projeto é a representação da identidade nacional brasileira para o contexto de grandes eventos de modalidade esportiva. Contudo, o que diferencia as diretrizes desse tcc é o foco, que foge da maneira como esse assunto é habitualmente discutido: procurar um meio de fazer essa representação, como ensina Woodward (2000, p.12) de forma a considerar as diferenças culturais, a essência brasileira, evitando o essencialismo e levando em conta também os estudos de hibridação, definido por Canclini (2006, p.19) como “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” que acentuados pela globalização, modificam o modo de falar sobre identidade e desenvolve cada vez mais a multiculturalidade criativa.

O patrimônio brasileiro é um grande diferencial em relação ao mundo. Glorificado pelas riquezas naturais únicas, possui minas de ouro ainda mais valiosas: são as identidades formadas pela mistura efetiva de diversas culturas. Inesgotáveis e intangíveis, essa identidade são as próprias impressões, os hábitos populares, as histórias, o cotidiano, as memórias. E é sobre esse encanto que envolve nossa cultura que pretendo dissertar: assim como cita Marcos Beccari, no ensaio *Identidade Brasileira?*, o desafio é abarcar todo esse repertório a nível coletivo, inferindo minhas próprias experiências pessoais para descobrir uma identidade mais verdadeira, sem a pretensão de fazer uma teoria ou hipótese absoluta, tentando apenas fazer jus ao grande país que é o Brasil.

O interesse nesse caso é despertar a consciência da verdadeira importância dessa diversidade para o país, para que seja possível a reapropriação da nossa própria imagem e autonomia, nos posicionando frente ao mundo como o grande responsável pela defesa e gestão dos nossos recursos imateriais (e até mesmo materiais), fazendo da cultura e do saber um agente transformador.

Tendo sua identidade bem definida, principalmente devido à complexidade cultural assumida a partir de processos como a globalização que estão em curso já desde os anos 80, é possível a manutenção de memórias e a realização de novas interações e a origem de novas realidades de diversidade cultural.

Esse contexto de pluralidade no que se refere à identidade brasileira aparece descrito também no estudo promovido pela agência BOX 1824<sup>1</sup>, chamado Sonho Brasileiro, uma pesquisa que usarei como fonte de informações, cujo intuito é a busca da definição do perfil dos novos ideais desses jovens brasileiros, que serão a ponte entre o país e os estrangeiros que desembarcarão no país. É interessante perceber, que apesar deles enxergarem a cultura global como um espaço amplo, onde manifestações distintas podem dialogar e trocar, acreditam que isso não acontece em detrimento e não anula as particularidades locais.

Segundo Wallace (1994, apud CANCLINI 2006) é preciso encontrar formas de publicar a importância da diversidade cultural, [e] de integrar as contribuições das pessoas ao tecido da sociedade. Implicando em uma prática, esse trabalho será projetado para uma campanha com um conjunto de peças gráficas (aplicáveis ou não em suportes digitais), mas consumado em um jornal/revista impresso, cujo intuito será apresentar aos visitantes um pouco dos nossos costumes, da nossa gente, dos nossos gostos, dos nossos valores, das nossas produções, das nossas potencialidades: nossa identidade a partir das diferenças. O objetivo é trazer o conhecimento aos turistas, para que ocorra a valorização.

As experiências mais táteis que o suporte em papel proporciona, foram um dos motivos pelos quais escolhi esse formato para trabalhar a campanha. Essa versão configura uma resistência à efemeridade dos circuitos de massa que a web promove, também se conecta com o espírito e imaginário latino, algo mais palpável, tangível, perene, que prioriza e percebe melhor o toque. Além disso, se adapta ao caráter turístico da campanha, com peças de acesso fácil durante a presença nos estádios ou mesmo nos momentos de lazer.

Para isso, se torna necessário fazer um levantamento prévio, uma abordagem aplicada sobre estudos culturais, a construção imaginária que narra uma identidade, indústria cultural, relação cultura e sociedade, globalização, o multiculturalismo brasileiro e integração ou desconexão de expressões.

Autores como Stuart Hall, que justifica estudos como este citando a identidade como uma “produção que nunca se completa, que esta sempre em processo e é sempre construída interna e não externamente à representação”, Nestor Canclini e Renato Ortiz serão utilizados nesse levantamento numa perspectiva que leva em conta o imaginário social de Maffesoli, que abarca a questão da identidade como algo ambíguo, que ao mesmo tempo em que é oculto é

---

<sup>1</sup> Box 1824 é uma empresa de pesquisa global focada no mapeamento de tendência e consumer insights.

nítido no nosso dia-a-dia . Ele cita: “A profundidade esta na superfície. É isso pra mim, o ‘inconsciente coletivo’. Uso a imagem do lençol freático, que não se vê mas é evidente” (MAFFESOLI, 2008, p.5). O autor também considera o imaginário social como uma áurea, uma atmosfera, algo imponderável, como sendo o “estado de espírito que caracteriza um povo” (MAFFESOLI, 2001, p.75).

Uma das tarefas desse trabalho de conclusão de curso é acentuar as interações, diminuir as fronteiras entre o Brasil e os demais países para os quais ele será anfitrião, através de um design que consiga expressar e despertar esse sentimento de pertencimento a uma nação. Para isso, será necessário criar uma identidade visual, se apropriando de técnicas que tornem a campanha o mais fácil possível de ser compreendida, acessada e que se torne parte do espetáculo, deixando a Copa de 2014 um pouco mais mágica e encantadora.

E ao propor esse caminho para desenvolver o tcc, estabeleci um compromisso com as funções de ensino, de pesquisa e extensão do trabalho universitário. Visando um estudo dos aspectos culturais da sociedade brasileira e fazendo sua correlação íntima com o design, procuro articular ensino e pesquisa, de forma a ocorrer uma interação e um vínculo com a sociedade, levando a esta a contribuição do conhecimento (ou reconhecimento) para sua transformação.

Ou seja, esse trabalho é uma reconstrução do mosaico que é identidade brasileira, e uma vez reconhecida, pode ser muito melhor conservada e valorizada, para se tornar objeto de estudo no âmbito universitário e depois disseminar os resultados destes no seio da sociedade, para que eles compartilhem desses bens culturais e juntamente com os conhecimentos do designer, façam usufruto dessa reconstituição simbólica.

## Referências

BECCARI, Marcos. Identidade Brasileira. In: **Filosofia do Design**, 2011. (<http://filosofiadodesign.wordpress.com>)

BOX 1824, Projeto O Sonho Brasileiro. Disponível em: < <http://osonhobrasileiro.com.br/>>. Acessado em: 14 de ago. de 2011

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**. Tradução Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa; Tradução da introdução Gênese Andrade. 4 ed. 1. reimp – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006

HALL, Stuart. **Identidade Cultural e Diáspora**. In: Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, p.68-75, 1996. Disponível online em: <http://revista.iphan.gov.br/>

MAFFESOLI, Michel. **Michel Maffesoli: O imaginário é uma realidade**. In: Revista Famecos, v.1, n.15, p.74-82, 20 mar. 2001. Entrevista concedida a Juremir Machado da Silva, Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/>

MAFFESOLI, Michel. **A terra fértil do cotidiano**. In: Revista Famecos, v.1, n.36, p.5 -9, ago 2008. Disponível online em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/>

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional** – São Paulo: Editora Brasiliense, 2006.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais** / Tomaz Tadeu da Silva (org.). Stuart Hall, Katryn Woodward. – Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2000.