



TEXTO DIGITAL

Revista de Literatura, Linguística e Artes

Poéticas na arte, no design e na antropologia: uma análise de dois projetos artístico-fotográficos

Poetics in art, design and anthropology: an analysis of two artistic-photographic projects

Clarissa Martins Alves^a; Gilberto Prado^b; Priscilla Gonçalves Lopes^c; Luiz Salomão Robas Gomez^d

a Universidade Anhembi-Morumbi, São Paulo, Brasil - clarissamartinsalves@gmail.com

b Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil - gtoprado@gmail.com

c Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, Brasil - priscilla.gl@gmail.com

d Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, Brasil - salodesigner@gmail.com

Palavras-chave:

Arte. Design.
Antropologia. Design
Anthropology.

Resumo: Este ensaio teórico discute abordagens híbridas e articulações entre arte, design e antropologia sob o ponto de vista do campo emergente intitulado design anthropology. Por meio da análise de dois trabalhos artístico-fotográficos, apresentam-se alguns modos de proceder – analíticos e generativos – que aproximam estes campos e ampliam suas possibilidades e suas fronteiras de atuação. Por fim, apresentam-se alguns delineamentos e contribuições para a pesquisa em design na intersecção entre estas áreas que tangenciam as relações entre novas tecnologias, a polissemia da imagem e a emergência de novas linguagens, que podem enriquecer a construção de associações e a produção de sentidos no contexto de projeto.

Keywords:

Design. Anthropology.
Design Anthropology.
Poetics.

Abstract: This theoretical essay discusses hybrid approaches and articulations between art, design and anthropology from the design anthropologys perspective. Through two photographic artworks analyses we present some methodologic procedures and creative processes that encompass these fields and increase their possibilities and boundaries of action. Lastly, we present some contributions to design studies at the intersection between these fields, related to new technologies, image polysemy and new languages that enrich the construction of associations and the sense production in the project context.



1 INTRODUÇÃO

O presente artigo visa discutir procedimentos metodológicos, poéticas e processos de criação na articulação entre design, arte e antropologia. Para tanto, o trabalho analisa – sob o viés do campo de estudo emergente intitulado *design anthropology* – dois trabalhos artístico-fotográficos, considerando seus modos de proceder em termos analíticos ou metodológicos e generativos ou de criação, bem como suas relações com novos meios e tecnologias emergentes que ressignificam e ampliam suas possibilidades.

O artigo é fruto de estudos iniciados no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e que tiveram prosseguimento no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Anhembi-Morumbi (UAM), na linha de pesquisa *Design: Meios Interativos e Emergentes*. As discussões apresentadas neste trabalho são parte das pesquisas que vem sendo desenvolvidas no contexto do projeto *Arte e Design, interfaces e dispositivos experimentais*.

Com relação aos trabalhos artísticos analisados no presente estudo, pode-se dizer que ambos enfocam, sob um viés antropológico, o que convencionou-se chamar de *street style*¹. Sobre este tema, o filósofo Massimo Baldini (2006) cita em sua obra *A Invenção da Moda*, uma frase do antropólogo Ted Polhemus (1994) – que desenvolveu trabalhos na área de movimentos e *street style* – a qual pode introduzir de forma resumida o enfoque da discussão apresentada neste trabalho:

Durante milhões de anos, vestuário e ornamentos foram usados de modo a que pudessem comunicar as suas maiores necessidades. As pessoas. A tradição. O progresso. O novo tribalismo. A autenticidade. No meio de tudo isso apenas um único factor (sic) permaneceu idêntico: a extraordinária capacidade semiótica do corpo humano, do vestuário e dos ornamentos. (POLHEMUS, 1994, p. 109)

Neste sentido, o presente artigo busca focar o vestuário como um reflexo de seu entorno, ou seja, da cidade. Partindo da análise de dois projetos artístico-fotográficos, *Exactitudes*, desenvolvido pelo fotógrafo Ari Versluis e pela *profiler* Ellie Uyttenbroek, e das *Photo Notes* do fotógrafo e artista conceitual Hans Eijkelboom, pretende-se descrever a experiência e os

¹ *Street style*: O registro feito, na maioria das vezes por fotógrafos, de pessoas e seus trajes nas ruas das cidades.

resultados obtidos pelos artistas à luz de uma aproximação com o campo de estudo intitulado *Design Anthropology*, enfocando de forma mais aprofundada o papel da imagem na etnografia e suas relações na construção de novas abordagens metodológicas em design.

Trata-se de considerar não apenas os aspectos multisemióticos e polissêmicos da própria imagem ou sua emergência como um recurso tecnológico de registro de pesquisa na antropologia, na arte ou no design, mas como uma tecnologia capaz de causar modificações nos processos destas áreas, hibridizando linguagens, textualidades e hipertextualidades na aproximação entre estes campos.

2 DESIGN E ANTROPOLOGIA: DA GÊNESE TEÓRICA DESTE TRABALHO

Para Papanek (1995), um designer, no sentido mais amplo do termo, é um ser humano que tenta atravessar a ponte entre a ordem e o caos, entre realizações passadas e possibilidades futuras. Assim, as práticas do design procuram realizar conexões entre passado, presente e futuro com o intuito de compreender o passado para, no presente, criar o futuro (GUNN, OTTO e SMITH, 2013). Esse percurso realizado pelo designer é – simultaneamente – sincrônico e diacrônico, pois analisa a cultura material do passado ao tempo presente e, em recorte, analisa profundamente a cultura material do presente.

Neste caminho pelo tempo, o design acaba por incorporar diversas áreas do conhecimento na realização de suas análises e de seus projetos. Por fim, abre mão da construção de um corpo teórico próprio, apropriando-se dos conhecimentos das mais diversas disciplinas e combinando-as, por meio de sua práxis, atuando como elo criador e interventor na interação com especialistas de diversas áreas (BONFIM, 1997).

Neste cenário interdisciplinar do design e de múltiplas experiências profissionais no contexto de projetos de design, o *Design Anthropology* pode ser considerado um campo de estudo emergente (GUNN, OTTO e SMITH, 2013). Na mesma linha de Bonfim (1997), quando disserta sobre o papel do designer como interventor, Anastassakis & Kuschmir (2014, p. 7), adicionam ao design a perspectiva do *Design Anthropology*, quando afirmam que este campo de estudo “[...] envolve formas intervencionistas de pesquisa e projeto em campo, trabalho realizado através de ciclos iterativos de reflexão e ação, combinando procedimentos, métodos e ferramentas das duas áreas, design e antropologia”.

2.1 DESIGN ANTHROPOLOGY, ETNOGRAFIA E IMAGEM

A principal relação entre o design e a antropologia tem sido por meio da etnografia (OTTO e SMITH, 2013). De acordo com Otto e Smith (2013) o termo etnografia se refere tanto ao processo de investigação que consiste na imersão para compreender e descrever a vida social, quanto no seu produto, ou seja, a representação (ou relatório) final da etnografia. Murphy e Marcus (2013) apontam que isto configura uma similaridade do design com a etnografia, uma vez que o termo design também é utilizado para referir-se tanto ao processo quanto ao seu produto final. Outra similaridade, essa entre designers e etnógrafos, se dá no fato de que ambos necessitam estar imersos nas situações cotidianas para coletar *insights* de experiências e significado que formam a base da reflexão, imaginação e do próprio design (NELSON e SOLTERMAN *apud* GUNN, 2013).

Todas essas percepções adquiridas por meio de observação, conversas com os sujeitos e demais registros (fotos, vídeos, croquis), devem ser traduzidas pelo pesquisador na forma de texto descritivo, revelando as suas impressões, que deve contar com uma formação para a análise cultural e também com suas sensações e percepções. Eckert (2003) utiliza um termo que descreve muito bem esse processo: inventariar o mundo. O pesquisador (etnógrafo) tem como objetivo inventariar o mundo buscando compreender as interações sociais em um determinado espaço e relacioná-las no intuito de resgatar esse patrimônio cultural intangível.

Maffesoli (2010) parece admitir esse movimento da multidão quando disserta sobre uma sociologia do contemporâneo que abre mão de “apreender firmemente um objeto, explicá-lo e esgotá-lo”, mas contenta-se em “descrever seus contornos, seus movimentos”. Augé (2010), também no intento de propor uma antropologia do contemporâneo, pontua como preocupações do etnólogo as noções de pistas e indícios. Na perspectiva do design, esses indícios têm se manifestado em alguns estudos na área de pesquisas prospectivas e de tendências, com variações de termos como sinais (CALDAS, 2006) ou anomalias (RAYMOND, 2010).

Além das relações sociais, faz parte da etnografia registrar tanto a interação entre as pessoas quanto o espaço no qual ela se estabelece, bem como a cultura material local. Maffesoli (2010) discorre que essa dinâmica social repousa sobre um substrato, uma estática que remete à memória antropológica do homem como animal enraizado em um lugar que necessita da

referência ao seu ambiente – daquele espaço que é seu – para ser compreensível. Logo, a isso denomina pensamento orgânico, envolvendo os aspectos estáticos e dinâmicos de uma cultura. Esse processo de resgatar o ambiente, pessoas, objetos – incluindo vestimentas e indumentárias – e suas relações, possibilita esboçar aspectos essenciais próprios de uma cultura contemporânea e globalizada.

Neste processo de inventariar o mundo e observar ambientes, pessoas e objetos, o uso da imagem aparece, inicialmente, de forma auxiliar, permitindo análises mais aprofundadas da observação realizada em campo. As imagens também possibilitam uma melhor visualização dos textos descritivos produzidos na realização da pesquisa etnográfica. Segundo Barbosa (2006), a ciência, o cinema e a fotografia assumem lugares fundamentais como disciplinas e instrumentos privilegiados para a observação da experiência humana. Desse modo, a utilização desses recursos torna-se essencial para a pesquisa etnográfica na atualidade.

Destaca-se que, inicialmente, o uso da imagem na antropologia concentrava-se apenas no registro documental da pesquisa de campo, possibilitando análises posteriores mais minuciosas (RIBEIRO, 2005). Entretanto, atualmente, não somente na área da antropologia, mas também no contexto do design (e ainda mais fortemente na intersecção entre estas disciplinas), a imagem surge como uma possibilidade de método adotado na pesquisa de campo e também como expressão de um processo de pesquisa: a imagem deixa de ser apenas um dado empírico subjetivo da pesquisa e assume a posição de protagonista na estrutura do modo de se fazer pesquisa (BARBOSA & CUNHA, 2006).

Nesse sentido, o uso da imagem não consiste apenas em uma ferramenta de suporte para a etnografia, mas em linguagens próprias que comunicam e expressam o comportamento cultural. Por meio da fotografia é possível registrar e captar diversos aspectos da cultura material e visual, bem como construir narrativas e trabalhar as imagens de maneira documental.

Tanto a antropologia como a fotografia e o cinema, em seus diferentes processos de construção do conhecimento, elaboram métodos e formas de representar, de dar corpo a uma imaginação existente sobre a alteridade. Imaginação aqui mencionada em seu sentido mais interessante, que é o de formular imagens de objetos e situações, que já foram ou não percebidos articulando novas combinações de conjuntos e de referências. (Barbosa, 2006, p.14)

Trata-se da busca pela imaginação e criatividade ainda com a pesquisa em movimento. O processo de registro, tanto fotográfico como de vídeo, vai construindo o olhar e o repertório do pesquisador no contato ainda no trabalho de campo, permitindo que o próprio processo de busca da informação já seja permeado pela imaginação e pela criatividade na construção de uma narrativa social que quer captar o “espírito do tempo“, o *zeitgeist*² de um determinado contexto cultural.

Como apontam Barbosa e Cunha (2006), os antropólogos Mead e Bateson – no livro intitulado *Balinese Character: A Photographic Analysis*, de 1942 – defendem que, assim como o texto, as imagens produzem ideias, sendo esta produção mais "anárquica" e "rebelde" do que a produção de ideias através do texto, abrindo assim possibilidades que escapam às intenções dos autores, demonstradas na associação com o texto e que ampliam suas associações e sentidos em sua interação com o leitor:

a imagem é polissêmica: se, por um lado, ela tem a capacidade de evocar e elucidar coisas que o texto não consegue expressar, por outro, ela é por demais aberta e precisa de um discurso verbal para direcionar o olhar, a leitura, no sentido da discussão que o pesquisador quer desenvolver. (Barbosa e Cunha, 2006, p. 32)

Por fim, os autores apontam que o trabalho destes antropólogos teve forte influência na inauguração do campo da antropologia visual, pois permitiu um viés de "articulação do discurso verbal e imagético para a construção do conhecimento antropológico". (Barbosa e Cunha, 2006)

Assim sendo, também vale salientar que a cultura visual pode ser compreendida como uma marca indelével da contemporaneidade, fornecendo um amplo campo de estudo, tal como observa-se nas possibilidades traçadas pela aproximação entre design e antropologia, incorporando processos simultâneos e complementares de investigação e produção escrita, audiovisual, multimídia, hipermídia, entre outros (RIBEIRO, 2005).

3 CORPOMÍDIA: AS TRIBOS URBANAS E A CIDADE

² *Zeitgeist*: Do alemão, significa "espírito do tempo", aquilo que sustenta o pensamento de uma determinada época. Conceito hegeliano de que não existem verdades eternas que não estejam vinculadas ao tempo e ao contexto histórico-cultural de uma determinada época.

Ao incorporar à investigação entre design e antropologia a proposta do estudo das diferentes mídias contemporâneas, necessita-se delinear o conceito de mídia. Para Silverstone (2002) a mídia consiste tanto em tecnologias, como processos de mediação, ou seja, instrumentos que permitem maneiras de encontrar, assegurar e comunicar significados. O autor aponta, ainda, que

[...] a mídia é fundamental para nossa experiência do mundo, e é em seu alcance, através do tempo e do espaço, que essa experiência é enriquecida ou empobrecida por imagens e idéias, palavras e mundos, aos quais de outro modo não teríamos acesso. (SILVERSTONE, 2002, p.278).

Assumindo o conceito de mídia como sendo a parte física da informação, a informação de moda (ou da moda no sentido de vestuário e ornamentos) exerce sua fisicalidade no corpo e se torna mídia à medida que configura uma maneira de comunicar significados. Neste viés, Kratz (2008) define o corpo como um corpomídia, ou seja, um corpo que expressa uma automídia, o que para a autora permite afirmar que perceber um corpo é notar uma determinada coleção de informações. A autora relaciona esse conceito de corpomídia a observação de Walter Benjamin de que quando o corpo muda, tudo já foi transformado; assim, para Kratz (2008), o corpo é tomado como índice das mudanças em curso na sociedade, evidenciando o corpo como um sinal de seu entorno. Portanto, o corpomídia consiste na informação da identidade dos sujeitos. Por meio da informação visual transmitida pelo corpomídia, legitima-se a interpretação da identidade do outro, sendo este parte de um grupo, detentor de uma determinada cultura que se manifesta – ou se torna evidente – também pela cultura material.

O corpo que carrega o produto de moda como parte da cultura de uma tribo urbana específica, evidencia o caráter identitário do produto de moda, identidade esta ligada ao pertencimento a este grupo. Portanto, essa linguagem comunica neste contexto urbano e se manifesta fisicamente no *street style*. Assim, o corpo age e interage na cidade como em um palco de representações identitárias, manifestando conceitos e valores apreendidos de seu entorno (KRATZ, 2008), ou seja, que tem a sua gênese no contexto cultural e nas similitudes e diferenças de grupos pertencentes ao cenário urbano.

Seguindo essa temática, destaca-se a importância e a relevância da imagem no registro das subculturas urbanas, construção de relações, sentidos e também índice das mudanças em curso na sociedade (KRATZ, 2008). Deste modo, os projetos artístico-fotográficos

Exactitudes e *Photo Notes*, parecem evidenciar essa importância e destacar o papel do *designer-etnógrafo-artista-flâneur* em seus percursos fotográficos pela cidade, destacando os grupos que atuam, intencionalmente, nesta cidade-palco.

4 *EXACTITUDES* – ARI VERSILUIS E ELLIE UYTENBROECK

Exactitudes é o projeto artístico do fotógrafo Ari Versluis e da *profiler* Ellie Uyttenbroek, ambos holandeses. A dupla tem fotografado milhares de pessoas, tendo como recorte as cidades que visitam. Eles agrupam os retratos segundo sua aparência – roupas, penteados, posturas – e definem categorias com nomes particulares, como, por exemplo, *yummie mummie*, *casual queer*, *fly girl*, *bimbo* etc. O projeto *Exactitudes* – uma contração de “*exact*” e “*attitudes*” – é um documento visual sempre em desenvolvimento (MURPHY, 2011).

Figura 1. *Overview Exactitudes*



Fonte: <<http://exactitudes.com>>.

O projeto começou quando, em 1993, Versluis e Uyttenbroek foram convidados por uma empresa de telefonia holandesa para fotografar a “cultura jovem”. Durante essa experiência, os artistas notaram a existência de um grupo emergente de *hardcore techno* conhecido como “*Gabbers*”, que estava sendo considerado a primeira cultura jovem genuinamente holandesa, sem influência inglesa ou americana. Esse exemplo de “identidade uniformizada” pareceu tão peculiar a Versluis e Uyttenbroek, que eles então começaram a montar suas fotos em uma grade de 12 retratos, nas quais “dirigiam” os sujeitos em poses semelhantes, praticamente idênticas (SEKOFF, 2012). Este trabalho inspirou o início do projeto *Exactitudes*.

Os artistas vêm documentando sistematicamente várias identidades ao longo dos últimos 20 anos, começando em Rotterdam, e expandindo sua atuação a outras cidades a partir de 1998 (VAN SINDEREN, 2015). Contudo, o processo do trabalho continua o mesmo: Versluis e Uyttenbroek chegam a uma nova cidade e investigam todos os tipos de lugares – ruas, shoppings, boates, igrejas – a fim de identificar categorias que compartilhem os mesmos atributos (SEKOFF, 2012). Os artistas não parecem estar interessados em tendências de moda. Quando encontram determinado grupo, eles convidam “representantes” desse estilo para visitar seu estúdio. Durante a sessão fotográfica, Versluis busca, de modo natural, a pose ideal para retratar o grupo. Todas as pessoas a serem fotografadas em sequência devem recriá-la. As doze fotos são, então, rearranjadas em uma grade (MURPHY, 2011).

As pessoas escolhidas, bem como a pose retratada na composição de um determinado grupo, são essenciais para o projeto, pois Versluis e Uyttenbroek consideram que o *Exactitudes* é um projeto artístico no qual devem interferir desde o *styling* até a pós-produção, a fim de evitar ambiguidades. Portanto, sua interferência vai além da documentação dos grupos (LYSSENS, 2014, p. 148). A semelhança entre completos estranhos é essencial ao projeto, uma vez que intencionam, através das fotografias, expor a necessidade que sentimos como indivíduos de nos identificar em sociedade através do modo de vestir, formando tribos através da moda” (LYSSENS, 2014, p. 148).

Figura 2. Série *Annazarantina*

Fonte: Versluis e Uyttenbroek (2015).

As séries *Exactitudes* são exibidas no *website*³ do projeto acompanhadas de uma descrição em áudio elaborada pelos artistas a partir de breves entrevistas realizadas com as pessoas retratadas. Segundo os artistas, eles buscaram uma voz masculina que simulasse o estilo dos comentários da BBC dos anos 1950 (SEKOFF, 2012). A figura 3, que mostra a série denominada “*Uomo Espresso*” é definida no site: “Feito sob medida, homem urbano. O exemplo por excelência da classe educada, representando aquele estilo sedutor italiano” (VERSLUIS; UYTTEBROEK, 2015, [tradução nossa])⁴. As séries também foram compiladas em livros, a primeira edição tendo sido publicada em 2002 e a 6ª edição revisada em 2014 (VERSLUIS; UYTTEBROEK, 2015).

³ A galeria virtual do trabalho pode ser encontrada no seguinte endereço: <<http://exactitudes.com/>>.

⁴ “Made to measure, man about town. The prime example of polite society, representing that italian flirtatious feeling” (VERSLUIS; UYTTEBROEK, 2015).

Figura 3. Série *Uomo Espresso*

Fonte: Versluis e Uyttenbroek (2015).

Versluis acredita que o aspecto psicológico do projeto *Exactitudes* é, provavelmente, o fator que tem contribuído para o seu sucesso ao longo de tantos anos, pois uma pessoa deseja enxergar parte de si refletida em outras, como uma busca existencial, ou às vezes simplesmente uma questão relacionada à sua identidade ou a desejos relacionados à moda (LYSSENS, 2014). Esse questionamento parece se tornar ainda mais relevante hoje do que quando o projeto começou, já que a quantidade de imagens a que uma pessoa tem acesso aumentou drasticamente. No entanto, são as mais puras representações de uma certa tribo ou grupo urbano que o *Exactitudes* tem a intenção de destacar. O fotógrafo destaca que não considera todas as pessoas categorizáveis de modo claro como deseja para o projeto. Somente cerca de 10% ou 15% da população poderia entrar em um grupo bem definido; as outras pessoas apenas possuiriam algumas características desses grupos (LYSSENS, 2014)⁵. Pode-se dizer que o projeto *Exactitudes* é um registro quase antropológico das

tentativas das pessoas distinguirem-se dos demais assumindo uma identidade de grupo. A aparente contradição entre individualidade e uniformidade é, entretanto,

⁵ “No, and that’s something we always say, only 10%-15% of people fit into a clear cut-category. The others just possess some characteristics. In the end, we want to create a pure piece of art. [...]” (LYSSENS, 2014)

levada aos extremos no seu ponto de vista fotográfico altamente objetivo e análise estilística na qual o aspecto artístico claramente domina o elemento puramente documentário. (VAN SINDEREN, 2015, [tradução nossa])⁶

5 *PHOTO NOTES* – HANS EIJKELBOOM

Hans Eijkelboom é um fotógrafo e artista conceitual holandês nascido em 1949. Ao longo das últimas duas décadas, Eijkelboom tem desenvolvido uma série de fotografias chamadas “*Photo Notes*”. Esse projeto nasceu em Amsterdam, migrando posteriormente para diversas cidades, como Nova Iorque, Paris e Rio de Janeiro.

O processo de trabalho do fotógrafo consiste em passear pelo centro da cidade por cerca de 10 a 15 minutos, entre as aglomerações de pedestres, buscando algo que considere interessante nas pessoas. Depois de definir o tema do dia, ele fotografa por cerca de duas horas (PETRIDIS, 2014).

O procedimento era simples. Meter-me durante algumas horas numa rua de lojas de comércio. [...] Primeiro andava algum tempo numa determinada zona comercial até algo me chamar a atenção, como por exemplo a quantidade de mulheres com um casaco de cor vermelha. Tomava uma informação desse tipo como tema do dia e esse constituía o meu ponto de partida. Agrupava as fotografias em séries e as séries por vezes davam-me novos temas. Veem-se mulheres na rua sozinhas, mas também se veem muitas mães e filhas em que uma delas está ao telefone. Veem-se homens com uma t-shirt colorida ou impressa e homens com uma t-shirt impressa e um café na mão. (NIJENHUIS, 2013)

Sendo assim, o agrupamento das pessoas pode ser instigado por algo que estejam vestindo ou um determinado comportamento. É possível que o tema do dia retrate uma tribo urbana ou uma tendência de comportamento. Contudo, é mais frequente que o fotógrafo seja motivado por associações superficiais, como, por exemplo, camisetas amarelas – nem todas carregam a mesma estampa ou divulgam a mesma ideia (PETRIDIS, 2014). Após finalizar a pesquisa do dia, o artista organiza as fotos em uma grade com a data, a hora e o local onde foram feitas.

⁶ [...] people’s attempts to distinguish themselves from others by assuming a group identity. The apparent contradiction between individuality and uniformity is, however, taken to such extremes in their arresting objective-looking photographic viewpoint and stylistic analysis that the artistic aspect clearly dominates the purely documentary element.” (VAN SINDEREN, 2015)

Figura 4. Série *Photo Notes*

Fonte: Eijkjelboom (2014).

Preocupado com a falta de espontaneidade das fotos, bem como a perda de tempo e o incômodo de ter que explicar seu trabalho a cada um que notasse que estava sendo fotografado, Eijkjelboom desenvolveu um modo de fotografar que passa despercebido das pessoas que estão sendo retratadas. Ele deixa a câmera pendurada no pescoço, e o disparador no seu bolso.

Não tenho tempo para falar sobre o que estou fazendo. Eu quero conseguir terminar em duas horas. E quando você tira uma foto de um modo normal, você intervém na situação: as pessoas reagirão à câmera, e não serão normais” (PETRIDIS, 2014, [tradução nossa])⁷.

Apesar de seu trabalho metódico, alguns dias Eijkjelboom não encontra assunto que lhe interesse retratar. É a esse registro visual quase diário que ele dá o nome de “*photo notes*”.

⁷ “I don’t have time to talk about what I’m doing, I want to get it done in two hours. And when you make a photo in a normal way, you intervene in the situation: people will react to the camera, and will not be normal.” (PETRIDIS, 2014)

Esse trabalho culminou na publicação de um livro, em 2014, chamado “*People of the XXI Century*”, que contém seis mil fotos distribuídas em *photo notes*. Sua publicação anterior, *Paris – New York – Shanghai*, de 2007, focava principalmente no efeito da globalização nas identidades nacionais (PETRIDIS, 2014). Eikjelboom escolheu essas três cidades – Paris, representando a “capital do velho mundo”; Nova Iorque, o local que teria a mesma representatividade atualmente; e Xangai, uma cidade em desenvolvimento – para, através de sua técnica fotográfica, buscar os “mesmos conceitos ou *grids*, tanto unindo-as, mas também permitindo ao espectador identificar as pequenas, porém significantes diferenças entre as cidades” (PARR, 2007)⁸.

Eikjelboom declara que nunca pensou ser antropológico, apesar de reconhecer a “identidade humana” como o foco de sua busca artística (PELLERIN, 2014), bem como “a cidade e as pessoas na cidade” (PETRIDIS, 2014). No entanto, para Martin Parr (2007), a fotografia de Hans Eikjelboom é essencialmente antropológica, uma vez que seu olhar também nos fornece um retrato das cidades. “É a combinação dessas grades com a visão mais ampla que nos diz tanto sobre a vida da cidade. Vemos os detalhes, e como todos eles encaixam no quebra-cabeça urbano” (PARR, 2007)⁹.

O fotógrafo declara não interessar-se por moda, pois busca o “comum, e não o “excepcional” (PELLERIN, 2014). No entanto, o consumo em massa, e conseqüentemente o modo como as pessoas se vestem estão dentro do âmbito da sua pesquisa. Ao observar as semelhanças culturais e a globalização, o fotógrafo observa:

Eu queria fazer um espelho da sociedade da qual eu julgo ser um produto. E precisamente o que eu disse sobre o jogo social, no jogo entre o indivíduo aparentemente autônomo que se codifica mediante vestuário e comportamento para ser entendido pelos outros, o consumo desempenha um papel importante. (NIJENHUIS, 2013, s.n.)

Ao buscar o tema para suas fotos nos centros comerciais, confirma-se sua investigação sobre a influência da sociedade de consumo na individualidade e no desejo de diferenciar-se *versus* o desejo de pertencer.

⁸ “[...] the same concepts or grids in all three cities, both uniting them, and also allowing the viewer to identify the small but significant differences among the cities. (PARR, 2007)

⁹ “It’s the combination of these grids with the wider view that tells us so much about city life. We see the details, and how these all fit into the urban jigsaw”. (PARR, 2007)

Na rua, principalmente nas ruas de comércio, percebemos como devemos parecer, ou não devemos, e o que ainda podemos mudar em nós. Somos bombardeados com informação e compras. É o lugar onde aprendemos alguma coisa sobre o mundo atual e sobre a forma como o mundo se desenvolve substancialmente aos meus olhos neste momento. (NIJENHUIS, 2013, s.n.)

Hans Eikjelboom foi convidado para expor na 30^a Bienal de São Paulo em 2012 pelo curador principal Luis Pérez-Oramas. Suas “*photo notes*” foram expostas juntamente com o trabalho de August Sander, fotógrafo alemão do século XX conhecido por sua ambição antropológica de “mapear toda a ordem social de seu tempo”. (NIJENHUIS, 2013), retratando pessoas em seu trabalho ou em situações domésticas. Sua obra, chamada “*People of the XX Century*”, inspirou o nome da publicação de Eikjelboom (PELLERIN, 2014).

6 PERCURSOS METODOLÓGICOS NA INTERFACE ARTE, DESIGN E ANTROPOLOGIA

Existem quatro pontos de conexão principais que merecem ser destacados entre o tema em questão e os projetos *Exactitudes*, de Ari Versluis e Ellie Uyttenbroek e as *Photo Notes* de Hans Eikjelboom: (i) ambos projetos apresentam resultados de natureza antropológica, utilizando-se da mesma ferramenta etnográfica: a fotografia; (ii) o corpomídia como tema essencial de sua pesquisa; (iii) através do seu trabalho, os artistas documentaram mudanças do comportamento social desde que começaram a fotografar, há cerca de 20 anos; e (iv) o resultado do seu trabalho relativiza o conceito de individualidade na relação com o conceito de grupo.

É possível afirmar que ambos são projetos de fotografia *street style*, ou seja, têm como tema o registro de diferentes estilos e pessoas nas ruas das cidades, buscando detectar padrões e grupos, mesmo que, para as séries *Exactitudes*, Versluis e Uyttenbroek conduzam o sujeito de sua pesquisa da rua ao estúdio. Todavia, todos os artistas buscam sua inspiração no meio urbano, construindo conceitos sobre a cidade onde realizam seu trabalho – sendo esta sua intenção principal ou não.

Quanto à abordagem em relação ao corpo, pode-se dizer que parecem fotografar o mesmo tema. Entretanto, existem diferenças marcantes no processo de trabalho e na intenção artística dos dois projetos, que conduzem a resultados distintos. Enquanto o projeto *Exactitudes* busca documentar tribos bem definidas, fotografadas em um ambiente controlado, Eikjelboom

fotografia de um modo completamente livre sujeitos que muitas vezes possuem uma associação apenas superficial entre si. Versluis parece admitir a artificialidade inevitável causada pela interferência dos artistas na montagem das séries: “Nós organizamos a verdade de um modo específico, é um tipo de documentário encenado. Tentamos levar o espectador pela mão e conduzir seu olhar em certa direção” (LYSSENS, 2014, p. 148 [tradução nossa])¹⁰. Esta técnica de montagem de Versluis tem uma relação muito próxima com a abordagem etnográfica, visto que leva em consideração a interpretação do pesquisador na construção de significados (GEERTZ, 1989) e guia o olhar do espectador (BARBOSA e CUNHA, 2006).

O interesse de Eijkjelboom pela espontaneidade das pessoas retratadas aproxima-o mais das imagens encontradas em *blogs* de moda; no entanto, as fotos mostram seu pouco interesse nas últimas tendências – sua obsessão é a cultura de massa. Apesar de Eijkjelboom não se preocupar em categorizar ou nomear suas séries de *photo notes* (simplesmente limita-se a especificar a data, a hora e o local), o resultado de seu trabalho mostra-se antropológicamente interessante por ressaltar mais uma vez a importância do lugar, e a interação entre as pessoas no cenário urbano da incursão, mantendo a contextualização do objeto de pesquisa em seu ambiente de origem.

Ambos os projetos incitam o questionamento sobre a individualidade e se o ser humano possui, de fato, uma identidade pessoal. Igualar o sentido de identidade à aparência demonstra uma visão limitada; contudo, o resultado dos projetos *Exactitudes* e *Photo Notes* inevitavelmente levanta essa questão. Quanto à possibilidade de individualidade, os artistas possuem opiniões divergentes. Apesar de que as imagens produzidas para o projeto *Exactitudes* mostram um mundo povoado de indivíduos cuja individualidade parece inexistente, Versluis acredita que é possível se destacar na multidão. Para o fotógrafo, o que nos faz iguais é o fato de que estamos fazendo as mesmas coisas e, obviamente, expostos às mesmas imagens (LYSSENS, 2014)¹¹. Eijkjelboom, por sua vez, questiona qualquer possibilidade de identidade na sociedade de consumo, defendendo a ideia que é impossível fugir da influência da cultura e da publicidade.

¹⁰ “We organize the truth in a certain way, it’s kind of a staged documentary. We try to take the viewer by the hand and make him look in a certain direction”. (LYSSENS, 2014, p. 149)

¹¹ “The fact that millions of people are doing the same things, does of course mean there is less individuality. Everyone is simply looking at the same images.” (LYSSENS, 2014, p. 150)

Ontem é o mesmo que mil anos atrás. As pessoas estão buscando maneiras de ter uma identidade, encontrar a resposta para a pergunta: você é um produto da cultura em que vive ou é mais você mesmo? Essa é a questão humana geral. E de muitas maneiras eu acredito mais e mais que somos produtos da nossa cultura – é ingênuo achar que você é realmente um indivíduo. Mas, claro, muito da sociedade de consumo vende essa ideia. Quando você vê a publicidade, é sempre a mesma coisa, eles tentam dizer que você é um indivíduo e que precisa de alguma coisa para descrever essa individualidade; mas o que eles não dizem é que dez mil outros compram a mesma coisa para descrever a individualidade deles (PELLERIN, 2014 [tradução nossa]).¹²

As imagens agrupadas em ambos os trabalhos denotam similaridades estéticas. No trabalho de Eijkjelboom ficam mais evidentes as noções de cor, tom e textura selecionadas como tema pelo artista. Já no trabalho de Versluis e Uyttenbroek existe uma preocupação maior – em termos estéticos – com a forma, a mancha, a luz e o enquadramento; em termos simbólicos, a preocupação dos artistas relaciona-se mais ao tema do painel, ou seja, o grupo retratado pelo artista. Ainda assim, ambos os trabalhos estabelecem a imagem como protagonista na investigação, elevando-a de simples dado empírico a método e forma de expressão do processo de pesquisa, como dissertam Barbosa e Cunha (2006).

A articulação entre os discursos verbal e imagético configura parte fundamental no trabalho de Versluis e Uyttenbroek, que se vale dos pequenos textos de apoio que articulam um "discurso verbal para direcionar o olhar, a leitura, no sentido da discussão que o pesquisador quer desenvolver" (BARBOSA e CUNHA, 2006). Esses breves comentários ajudam a contextualizar o grupo fotografado através de palavras-chave e adjetivos.

Defende-se, portanto, que a articulação entre os discursos verbal e imagético na construção de um material que possa servir de apoio a projetos de design – tanto no sentido de identificação de grupos e tribos urbanas, quanto na interpretação das similitudes e diferenças presentes entre grupos em um mesmo contexto cultural – é benéfica no sentido de declarar as intenções do projeto, tal qual auxiliar em um posicionamento ideológico ou crítico e guiar o caminho que se pretende construir na narrativa.

¹² "Yesterday is the same as a thousand years ago. People are looking for ways to have an identity" to find the answer to the question: are you a product of the culture you live in or are you something really of yourself? That's a general human thing. And in many ways I believe more and more that we are products of our culture – it's naïve to think that you are really an individual. But of course a lot of consumer society sells this idea. When you look at advertising it's always the same, they try to tell you that you're an individual and you need some stuff to describe that individuality, but what they don't tell you is that ten thousand others buy the same stuff to describe their individuality." (PELLERIN, 2014)

Em outro aspecto, tendo a fotografia como protagonista da pesquisa – mesmo quando acompanhada de textos de apoio – é possível perceber que a polissemia da imagem constitui um elemento enriquecedor da análise, uma vez que a imagem permite maiores possibilidades na construção de associações na produção de sentidos. Dessa forma, o uso da imagem como método e também como forma de expressar um processo resulta benéfico para projetos de design, tanto em se tratando da identificação de tribos urbanas quanto de *insights* para o projeto como um todo.

Gunn (2009 e 2013) e Murphy e Marcus (2013) aproximam design, arte, arquitetura e etnografia como áreas afins no sentido de que ambos os profissionais procuram estar imersos nas situações cotidianas para coletar experiências e significados, os quais formam a base da reflexão e da imaginação (NELSON e SOLTERMAN, 2003). Ainda que assuma-se que a arte não tem uma finalidade, não se pode dizer que ela não reflete o seu entorno ou sua época. No caso do design, moda, arquitetura e de outras áreas que envolvem projeto, essa reflexão é organizada e orientada a um determinado fim estético-funcional. Na arte, como observou-se nos trabalhos anteriormente apresentados, a finalidade não é o mais importante, mas sim as questões, discussões e sensações envolvidas na interação com a própria obra.

Destacam-se, no presente estudo, os caminhos e possibilidades na pesquisa com imagens, presentes tanto na descrição dos processos dos artistas, quanto nos paralelos com os procedimentos metodológicos particulares do lugar da imagem nas pesquisas antropológicas e etnográficas, as quais podem ser aplicadas por designers no contexto de pesquisa de seus próprios projetos.

Pretende-se, em estudos futuros, realizar a aplicação de pesquisas etnográficas similares no contexto de projetos de design. Acredita-se ainda que, com o auxílio de um estudo aplicado, novas experiências e possibilidades metodológicas de pesquisa em design ficarão mais claras, configurando resultados práticos e tangíveis que contribuirão para o corpo teórico do *Design Anthropology*. Por fim, sugere-se – para estudos futuros – pesquisar, também, o uso da imagem cinética nesse tipo de investigação, como a possibilidade de explorar novas linguagens próprias na construção de novas formas de pesquisa em design.

REFERÊNCIAS

- ANASTASSAKIS, Zoy. Design e Antropologia: considerações teóricas e experimentações práticas em diálogo com a perspectiva do antropólogo Tim Ingold. *Blucher Design Proceedings*, v. 1, n. 4, p. 1337-1347, 2014.
- ANASTASSAKIS, Zoy. Laboratório de Design e Antropologia: preâmbulos teóricos e práticos. *Arcos Design*, v. 7, n. 1, p. 178-193, 2014.
- BALDINI, Massimo. *A invenção da moda: as teorias, os estilistas, a história*. Lisboa: Edições, v. 70, 2006.
- BARBOSA, Andréa; CUNHA, Edgar Teodoro da. *Antropologia e imagem*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, c2006. 70 p.
- BAUDELAIRE, Charles. *Sobre a modernidade*. Paz e Terra, 1997.
- BENJAMIN, Walter. *The Writer of Modern Life: Essays on Charles Baudelaire*, Michael Jennings, ed., Howard Eiland, Edmund Jephcott, Rodney Livingstone, and Harry Zohn, trans. (2006).
- CALDAS, Dario. *Observatório de Sinais: Teoria e prática da pesquisa de tendências*. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006.
- ECKERT, Cornelia; DA ROCHA, Ana Luiza Carvalho. Etnografia de rua: estudo de antropologia urbana. *ILUMINURAS*, v. 4, n. 7, 2003.
- EIKJELBOOM, Hans. *People of the Twenty-First Century*. Londres: Phaidon Press, 2014. 512 p.
- ERNER, Guillaume. Versión castellana: Inmaculada Urrea y Marta Camps. *Víctimas de la moda? Cómo se crea, por qué la seguimos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2005.
- GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GUNN, W.; DONOVAN, J. Design anthropology: An introduction. In: GUNN, W.; DONOVAN, J (eds) *Design and Anthropology*. Surrey, UK: Ashgate, 2012.
- GUNN, Wendy; OTTO, Ton; SMITH, Rachel Charlotte (Ed.). *Design anthropology: theory and practice*. A&C Black, 2013.
- GUNN, Wendy. (Ed.). *Fieldnotes and sketchbooks: challenging the boundaries between descriptions and processes of describing*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, 2009.
- KATZ, Helena. Por uma teoria crítica do corpo. In: OLIVEIRA, Ana Claudia de. CASTILHO, Kathia. org. *Corpo e Moda: Por uma compreensão do contemporâneo*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

LYSSENS, Siska. The science of Exactitudes: Ari Versluis talks method, process and conclusions. *Metal*, Barcelona, v. 31, p.146-151, 2014. Spring/summer. Disponível em: <<http://exactitudes.com/content/pdf/metal.pdf>>. Acesso em: 17 jan. 2015.

MALINOWSKI, Bronislaw. Os Argonautas do Pacífico Ocidental. In. *Malinowski*. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Brasiliense, 1991.

MURPHY, Heather. *Slate.com*: Oh Snap! A Photographic Argument Against Uniqueness. 2011. Disponível em: <http://www.slate.com/blogs/browbeat/2011/10/06/exactitudes_a_photographic_argument_against_uniqueness.html>. Acesso em: 17 jan. 2015.

NELSON, Harold G.; STOLTERMAN, Erik. *The design way: Intentional change in an unpredictable world: Foundations and fundamentals of design competence*. Educational Technology, 2003.

NIJENHUIS, Peter. *Performatus: Hans Eijkelboom*. São Paulo. 2013. Disponível em: <<http://performatus.net/hans-eijkelboom-sao-paulo/>>. Acesso em: 17 jan. 2015.

PARR, Martin. *Hans Eijkelboom*: introduction in the book Paris – New York - Shanghai. 2007. Disponível em: <<http://www.photonotebooks.com/PDF/Martin-Parr.pdf>>. Acesso em: 17 jan. 2015.

PELLERIN, Ananda. Another Mag: *Hans Eijkelboom on Photography for Aliens*. 2014. Disponível em: <http://www.anothermag.com/current/view/4045/Hans_Eijkelboom_on_Photography_for_Aliens>. Acesso em: 17 jan. 2015.

PERASSI, Richard Luiz de Sousa. *Roteiro didático da arte na produção do conhecimento*. Campo Grande: MS: EDUFMS, 2005.

PETRIDIS, Alexis. *The Guardian*: Same but different: Hans Eijkelboom's tribal street photography. 2014. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/artanddesign/2014/oct/23/hans-eijkelboom-street-photography-tribes-people-twenty-first-century>>. Acesso em: 17 jan. 2015.

POE, Edgar Allan. *The man of the crowd*. 2008.

POLHEMUS, Ted. *Streetstyle: from sidewalk to catwalk*. London: Thames and Hudson, 1994.

RAYMOND, Martin. *Tendências: qué son, cómo identificarlas, en qué fijarnos, cómo leerlas*. Promopress, 2010.

RIBEIRO, José da Silva. Antropologia Visual, práticas antigas e novas perspectivas de investigação. *Revista de Antropologia*, São Paulo, USP, 2005, v. 48 no 2.

SEKOFF, Hallie. 'Exactitudes' Interview: Artists Create Anthropological Photo Series. 2012. Disponível em: <http://www.huffingtonpost.com/2012/06/25/exactitudes-interview-art_n_1619483.html>. Acesso em: 17 jan. 2015.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Edições Loyola, 2002.

VAN SINDEREN, Wim. *Exactitudes: About*. Disponível em:
<<http://exactitudes.com/index.php?/about/>>. Acesso em: 17 jan. 2015.

VERSLUIS, Ari; UYTENBROEK, Ellie. *Exactitudes*. 2015. Disponível em:
<<http://www.exactitudes.com/>>. Acesso em: 2 jan. 2015.

Recebido: 15 de maio de 2017
Aceito: 07 de julho de 2017