

DESIGN COM IDENTIDADE: POR MEIO DE ESTUDOS SÓCIO-CULTURAIS E DOS SIGNOS

Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro¹

Marizilda dos Santos Menezes².

Resumo

Vivemos em um país constituído por várias culturas e cada uma apresenta uma identidade visual, por meio de signos e símbolos. Apesar de o design estar ligado, desde sua gênese ao conceito usado hoje em dia, tem como fator principal atender mais amplamente possível às necessidades das pessoas, assim deve buscar o desenvolvimento de produtos que atendam os requisitos simbólicos, de uso técnico das pessoas, considerando em seus estudos a identidade local, a herança do produto e a diversidade cultural encontrada. Nesse contexto existe a possibilidade do uso da cultura e da antropologia, como ferramentas para o designer, que pode identificar o meio e dar características visuais do local ao objeto, com uso da Gestalt, como fator de significação e percepção visual. Torna o processo de sistematização, uma fonte de informações de um grupo, no espaço e no tempo vivido, levando à rápida identificação do mesmo. Objeto esse que pode criar interface com a sociedade a que pertence, que pode exercer função social, que comunique idéias e impressões.

Palavras-chave: design e cultura, gestalt, design e identidade.

Abstract

We live in a Country based on many different cultures and each one of them presents a visual identity, thought sings and symbols. It is in this context there is the possibility of using the culture and anthropology as tools for the designer, who can identify the environment and give its characteristics to the object. The Designer then uses the Gestalt as a factor of meaning and visual perception, turning this process into systematization, a source of group information, in the time and space they lived. This way, the creation process of a product with socio-cultural relations leads to a quick identification of the same. This object can interact with the society in which it belongs to. It can perform a social function, communicate ideas and impressions, be a fruit of a functional and intellectual process.

Keyword: design and culture, gestalt, design and identity.

¹ Professora Mestre - IESB - Bauru, e-mail: designcali@gmail.com

² Professora Doutora do Departamentos de Artes e Representação Gráfica – FAAC – UNESP – Bauru. e-mail: zilmenezes@uol.com.br



1. Introdução

Somos formados por povos europeus, africanos, asiáticos, entretanto há desconhecimento de culturas materiais do nosso extenso país.

O designer tem certo afastamento das origens culturais do produto em que está trabalhando. Assim sendo, torna-se cada vez mais difícil alcançar um sinal distintivo de nossa identidade local. Como Moraes (1997, p. 86-87), nos leva a uma reflexão mais complexa sobre a profissão.

(...) Entre estas questões estão os aspectos culturais que dizem respeito ao comportamento humano, os aspectos semiológicos, semânticos e psicofisiológicos (cognitivos, psicológicos e subjetivos) que envolvem a concepção de produtos. (...) “o design se aproxima ainda mais neste final de século das ciências sociais, da sociologia, da antropologia e da filosofia, em busca de antecipar as necessidades reais dos usuários do futuro” (MORAES, 1997, p. 56).

O designer no nosso trabalho deve adquirir uma postura interdisciplinar. Assim, o designer tem comprometimento com outras áreas, podendo interpretar e trabalhar várias áreas de conhecimento, no caso da nossa dissertação, a antropologia. Surge a necessidade da busca da identidade no design por meio de culturas, e que também deve ser embasada nos estudos da Gestalt. Então, trabalhamos a antropologia como relação interpretativa, que irá servir como ferramenta identificadora da pesquisa em campo e na produção de objetos culturais.

Para melhor compreensão, abordamos por etapas nossa pesquisa: primeiro buscamos o conhecimento e o entendimento da cultura, onde ela é empregada e como é trabalhada, no nosso estudo de caso, foi usada como suporte para o designer. Estudamos o conhecimento e entendimento da antropologia, onde ela é empregada e como é trabalhada em nossa dissertação, foi usada como ferramenta para o designer.

Numa terceira etapa, identificamos duas culturas tão próximas e ao mesmo tempo tão distantes dos brasileiros, desconhecidas pela maioria das pessoas, mas com vínculos às nossas raízes. Buscamos os seus entendimentos e suas relações estabelecidas por eles com seus objetos, para com suas filosofias de vida. A arte Celta e a arte Akan são culturas que podemos interpretar e representar, pois são culturas identitárias.

Procuramos trabalhar a Gestalt, como meio de interpretação dos signos da Cultura Akan e Celta, como meio de percepção e parte estrutural para o designer, pois a função da parte gráfica dessas culturas pode afirmar suas identificações, mitos e filosofias. Devemos buscar um melhor entendimento das propostas de identidade por meio sócio-cultural, talvez um segmento capaz de valorizar o “olhar” das coisas. Então, podemos demonstrar que o designer pode buscar a viabilidade da interdisciplinaridade e da transdisciplinaridade.

Este trabalho tem por objetivo propor uma pesquisa sobre a identidade no design, por meio da cultura e da antropologia, estudadas em determinados locais, e a transposição dos signos e símbolos sócio-culturais para produtos contextualizados e identitários. Para tornar possível a compreensão desta proposta dentro do design, utilizamos como estudo de caso as culturas Akan e Celta, que estão vivas e fortes como padrões visuais próprios que produzem leitura sócio-cultural. Propomos um estudo que vise ter nas culturas



tradicionais e regionais, uma base de conhecimentos e uma fonte para a criação do designer para um produto com identidade sócio-cultural no tempo e no espaço, visando uma cultura tradicional e/ou regional como base de conhecimentos e também como fonte de criação para o designer, para a produção de um produto dentro de seu nicho sócio-cultural. E assim, o produto criado com leitura sócio-cultural pode ser vendido em qualquer lugar, sem perder sua raiz cultural.

Recorramos aos antecedentes históricos do conceito de cultura, antropologia e a justaposição de uma cultura européia a uma cultura africana, mostramos suas relações de signos e símbolos e que independentemente do local, tempo ou o modo de vida, existem ligações em suas pregnâncias, em seus significados e aos seus reais sentidos. Estudamos o desenvolvimento e a criação, conforme os habitats das culturas em análise.

Para Laraia, (1997, p. 2), existe a reconstrução da história de povos ou regiões particulares e a comparação de vida social de diferentes povos, cujo desenvolvimento segue as mesmas leis.

Iremos discorrer sobre as culturas Akan e Celta. Os Akan são grupo étnico localizado em Ghana, região que compreende os países de Gana, Burkina Faso e Togo. Suas simbologias datam do século IX d.C. A etnia Akan tem simbologia sócio-cultural rica e assim, usamos como fator principal e instigador desta pesquisa, o símbolo **Sankofa**, que denota o real entendimento e expressão deste trabalho. Sankofa significa “voltar e apanhar de novo”: Aprender do passado, construir sobre as fundações do passado. Em outras palavras: volte às suas raízes e construa sobre ela para o desenvolvimento, progresso e a prosperidade de sua comunidade em todos os aspectos da realização humana.

Em meio a essa análise de identificação e interpretação de signos e símbolos da civilização Akan, procuramos uma civilização que também fosse preocupada com sua identidade, com a vitalidade de seus signos e seus processos culturais, a civilização Celta do período La Tène, que data seu surgimento em 500 a.C.

A cultura Akan é portadora de signos e símbolos, que podem valorizar e transmitir toda sua história. Percebemos isso tudo, com a análise do símbolo Sankofa e posteriormente analisando a cultura Celta. Logo, percebemos que todas as culturas têm símbolos que representam sua origem e destino.

Utilizamos como instrumento de análise os estudos da Gestalt, apoiados nos textos de Gomes (2000).

2. Cultura

A palavra cultura tem como um de seus significados originais: a palavra lavoura ou o significado de cultivo agrícola. A palavra inglesa *coulter* que é um cognato de cultura, significa “relha de arado”, derivada da palavra cultura, que por sua vez deriva de *colere*: que pode significar muitas coisas, desde cultivar e habitar, até adorar e proteger. A cultura pode ser interpretada como busca de significados para explicar os sujeitos de um local. Não só comportamentos, costumes, tradições, hábitos, mas como um conjunto de mecanismos de controle, planos, regras, instruções, programas para governar o comportamento humano.



O ser humano por depender dos tais mecanismos pode afirmar que é o resultado do meio cultural em que foi socializado. O antropólogo Geertz (1975, p.57), define a cultura: “(...) como as redes de significação nas quais está suspensa a humanidade”.

Podemos dizer que cultura pode ser resumida como complexo de valores, costumes, crenças e práticas que constituem o modo de vida de um grupo específico. Utilizamos a teoria da cultura como o estudo das relações entre os elementos de um modo de vida total, seria a junção do objetivo e do afetivo.

O conceito cultura foi definido pela primeira vez por Tylor (1832-1917), apud Laraya, (1997, parte 1, p. 25), sob visão histórica. Tylor define que o termo germânico *Kultur* era utilizado para simbolizar todos os aspectos espirituais de uma comunidade, já a palavra francesa *civilization* referia-se principalmente às realizações materiais de um povo. Assim, Edward Tylor (1832-1917), interligou os termos e colocou o vocábulo inglês *Culture*, como definição desta interligação.

Podemos dizer que somos herdeiros de um longo processo acumulativo e evolutivo, e como designers, podemos analisar materiais colhidos de culturas anteriores as nossas, como: hábitos, costumes e objetos. Logo, a evolução por meio do processo cultural, como linguagem escrita ou visual, colabora na compreensão da comunicação. Voltamos a reafirmar com a definição de White (1955, p. 180): “... a passagem do estado animal para o humano, ocorreu quando o cérebro do ser humano foi capaz de gerar símbolos”.

Entendemos que o designer deve buscar o passado cultural por meio de signos e símbolos sócio-culturais, para ajudá-lo a buscar o desenvolvimento de novas tecnologias e ajudá-lo a obter consciência identificadora da cultura local. O designer pode emprestar o conhecimento da pesquisa cultural, por meio dos estudos antropológicos, buscando identidade e contextualização do meio regional pesquisado.

Nesta busca, a arte popular surge como uma fonte limpa, autêntica e plena de vitalidade, oferecendo um repertório material e iconográfico, fruto de um passado de mesclagem cultural resultante das sucessivas ondas de colonização, capaz de colaborar na construção deste novo projeto de identidade Latina. (BARROSO, 1999, p.26).

No começo de um projeto o designer procura identificar os problemas, depois identifica as demandas, o público alvo de um determinado produto. Assim, o designer deve ter seu olhar no passado e os pés no futuro, ou seja, juntar novas tendências, ao conhecimento adquirido pelo tempo e pela história sócio-cultural, para obtenção de um produto com identidade. Uma outra característica do designer é sua capacidade de buscar respostas inovadoras para problemas de natureza técnica, a partir da decodificação de repertórios culturais. Seria necessária a busca de suas raízes, a procura de significados de seus signos e símbolos para um bom desenvolvimento de produto, ou seja, um trabalho consciente e que seja funcional.

3. Antropologia

A antropologia como ciência tomou corpo real após o impacto do pensamento evolucionista e darwinista no século XIX. Abriu-se o caminho no mundo científico, atrás do chamado elo perdido: do antropóide ao ser humano. A palavra antropologia deriva de



duas palavras gregas: “*anthropos*”, que significa “homem” ou “humano”; e *logos*, que significa “pensamento” ou “razão”.

A antropologia começou a crescer, procurando determinar qual a forma organizacional dos grupos sociais, qual o sistema de parentesco destes grupos, como realizam suas cerimônias de iniciação, de matrimônio, como procedem nos seus ritos religiosos. Dentre os diversos tipos de antropologias estudadas destacaremos duas: a Antropologia Cultural e a Antropologia Interpretativa, as quais atingem mais diretamente o objetivo deste trabalho.

A antropologia cultural é uma linha de pesquisa que cresceu muito, que engloba a lingüística, a arqueologia e a etnologia. São estudos referentes ao comportamento humano rotineiro. Para o antropólogo, cultura é a forma de vida de um grupo de pessoas, uma formação dos comportamentos apreendidos, aquilo que é transmitido de geração em geração, por meio da língua falada, da simbolização, que resulta em mecanismos comportamentais introjetados pelo indivíduo.

Clifford Geertz é um dos antropólogos norte-americanos mais conhecidos e prestigiados da atualidade, é uma figura marcante da segunda metade do século XX. Ele estimulou a reflexão sobre as ciências do homem e colocou em convenções que viriam a originar um paradigma no conhecimento cultural desde a década de 80, como uma “antropologia interpretativista”.

A Antropologia Interpretativa analisa a cultura como hierarquia de significados, de um povo, buscando por meio da etnografia, um ramo interno da antropologia, seja uma descrição mais aprofundada, por interpretações, escritas, simbolizações, falas, etc. Análise que pode ser feita por meio do estudo hermenêutico.

No nosso estudo tomamos como base, o estudo da antropologia com olhos que propõe um método identificatório, com o auxílio da Gestalt, nas etnias Akan e Celta. Podemos considerar que, a maioria dos produtos de nosso país é descontextualizada da cultura regional. Como (TURIN, 2004. p. 3-4.), observou, somos um pouco de todas as raças, que desempenhamos usos e costumes trazidos das imigrações retidas que incorporados, formam a pluralidade cultural de nosso país presente no idioma, nos comportamentos sociais, e que também pode ser colocado como um fator negativo, denota-se a diluição e a descaracterização dos significados importados, permeados pela forte influência da cultura de massas, e verifica-se que na atualidade somos portadores de comportamentos viciados e saberes distorcidos.

Os produtos pensados e contextualizados culturalmente criam uma leitura rápida, por meio de nossos hábitos, rotinas e comportamentos, dados que podem qualificar o modo de pensar de um povo. É necessário que o designer volte para as origens de alguns símbolos culturais de que nos apropriamos, muitas vezes indevidamente.

Usamos a antropologia como ferramenta inteligente, que agrupa várias áreas do conhecimento, cuja finalidade comum é a descrição e a análise do ser humano, baseando-se nas características biológicas e culturais dos grupos étnicos. A comparação antropológica com aprofundamento etnográfico em uma cultura para com uma outra, tende a mostrar que a criação e a produção cultural independe do local, do tempo ou o

modo de vida, e que uma cultura não pode ser considerada mais ou menos desenvolvida em relação à outra.

Sugere-se, que uma das funções de um designer seja: observar, analisar, fazer um estudo das partes que conjugam o todo, de um símbolo com a ajuda da gestalt, a procura do significar para somente depois se debruçar sobre a produção,

4. Culturas Akan e Celta

Nós seres humanos somos dotados de equilíbrio, inteligibilidade e beleza de forma espontânea e inata, assim, podemos criar e explicar a real importância dos signos e símbolos sócio-culturais às nossas vidas. Assim, como o povo Akan encontrou equilíbrio e toda uma significância da sua filosofia, pode-se dizer que não importa o lugar e sim o que se carrega através de significados e sabedoria antepassada para o futuro da vida humana, o povo Celta também encontrou e desenhou seu viver na história.

4.1. Civilização Akan

Por que trabalhar a cultura Akan?

O principal motivo de essa civilização ser estudada é que esta, foi invadida por diversos povos e assim mesmo, conseguiu preservar seus valores culturais, sua identidade, por meio de seus produtos contextualizados ao meio. Hoje o reino de Ghana é compreendido pelos seguintes países: Gana, Burkina Faso, Togo, Guiné e Costa do Marfim.

Existem relatos que houve presença dos fomorianos, marinheiros africanos, que invadiram e tentaram conquistar a Irlanda em tempos remotos. Fonseca (2004, p. 2), relata que três províncias escocesas negras, Skye, Jura e Arran, até o século XVIII a. C, ainda mantinham a maioria negra.

As deusas egípcias Nath e Anu permanecem vivas nos cultos tradicionais da Irlanda. Desse modo, verifica-se que nas mitologias escandinava, sobretudo dinamarquesa, inglesa, francesa e alemã estão presentes os homens negros, de pequena estatura e de cabelos lanudos (carapinha), (NASCIMENTO, 1996, p. 68).

Segundo (MAESTRI, M, 2000, pg. 21), por volta do século XVI, foram encontrados sítios arqueológicos da região ghanense, na zona litoral oeste da África e também na zona sul do Reino, sítios esses que mostraram ser habitados, desde a idade do bronze, cerca de 4000 a. C. A base de riqueza dos Akan eram os campos auríferos.

O pesquisador CHIAVENATO (1986), percebeu que a cultura material da região de Ghana era muito rica e peculiar e que detinham alto desenvolvimento de sistemas agrícolas.

Os povos do oeste africano tinham, indubitavelmente, sistemas agrícolas bem-desenvolvidos. Os Daomé tinham até mesmo um sistema de “*plantation*”, todos esses povos – Daomé, Ashante, Yoruba, para mencionar apenas alguns dos mais proeminentes – tinham um sistema de comércio cuidadosamente regulamentado; existia grande número de ligas artesanais. (CHIAVENATO, 1986, p. 49)



Os historiadores trabalham a idéia que o grupo Akan migrou do norte para ocupar a floresta e as áreas litorais do sul no começo do século XIII. Alguns dos Akan ocuparam a seção oriental da Costa do Marfim, onde criaram a comunidade de Baule.

Os Akan tinham como unidade básica da sociedade, a família, que era comandada pelas mulheres e que estas famílias apresentavam peculiaridades em suas identidades simbólicas. Como a cor que é um fator muito regional. O Quadro 1, abaixo, mostra o que as cores representam para os Akan.

Quadro 1: Uso das cores para a etnia akan.

AMARELO	frutas maduras e comestíveis, legumes e também o ouro mineral. Simboliza santidade, preciosidade, direito autoral, riqueza, espiritualidade, vitalidade e fertilidade.
ROSA	é associado com a essência de vida. É visualizado com a sensação aprazível e gentil, e também associado à ternura, tranquilidade, prazer, e doçura.
VERMELHO	é associado com o sangue, ritos sacrificatórios e o derramar de sangue. Significa uma sensação de seriedade, prontidão para um encontro sério espiritual ou político. O vermelho é então usado como um símbolo de humor exaltado espiritual e político, sacrifício e luta.
AZUL	é associado com o céu azul, o domicílio do Criador Supremo. É então usado em uma variedade de caminhos para simbolizar santidade espiritual, boa fortuna, paz, harmonia e idéias relacionadas.
VERDE	é associado com a vegetação, canteiro, a colheita da medicina herbária. Simboliza crescimento, vitalidade, fertilidade, prosperidade, saúde abundante e rejuvenescimento espiritual.
COR CASTANHA	tem uma semelhança íntima para vermelho-marrom que é associada com a cor da Mãe Terra. Vermelho-marrom é normalmente obtido de barro e está associado com curativo e a potência para repelir álcool malévolos.
BRANCO	seu simbolismo deriva da parte branca do ovo e do barro branco usado em purificação espiritual, curando, ritos de santificação e ocasiões festivas. Em um pouco de situações simbolizam contato com o ancestral, deidades e outras entidades desconhecidas espirituais.
OURO	deriva seu significado do valor e prestígio social associado com o mineral precioso. O pó de ouro foi usado como meio de troca e para fazer ornamentos reais valiosos. Simboliza direito autoral, riqueza, elegância, alto status, qualidade suprema, glória e pureza espiritual.
PRETO	derive seu significado da noção que novas coisas ficam mais escuras à medida que eles amadurecem; e envelhecimento físico vem com a maturidade espiritual. A cor preta simboliza uma energia espiritual intensificada, comunhão com algo ancestral e potência espiritual.

fonte: ([http:// www.historyofkenteclothp.htm](http://www.historyofkenteclothp.htm))

A civilização Akan trabalha **os ideogramas**, ou seja, seus signos, como: simbologia de vida, fazendo com que seu povo viva a comunicação visual a todo o instante.

(...) **Esses ideogramas são chamados Adinkra**, palavra que significa adeus, visto seu primeiro uso ter sido nas estamparias em ocasiões fúnebres ou festivais de homenagem. Eram destinadas aos trajes de reis e líderes espirituais, em ritos e cerimônias. (...) (MENEZES, M., 2000, grifo nosso).

O adinkra significa adeus, cada símbolo tem um nome e um significado, derivam de provérbios, fatos históricos, comportamentos humanos, eles tornaram-se fatores identificadores e potencializadores da imagem de todo o produto. Esses símbolos já se tornaram uma arte nacional ganense, somando-se em muitos números. A comunicação por meio das vestimentas é de valor essencial para a cultura Akan, pois a potencialidade da imagem, por meio dos signos denominados Adinkra, incorporam, preservam e transmitem aspectos da história, filosofia e normas sócio-culturais de seu povo, remetemos à afirmação de Hall (1989, p. 71-72.).



"Identidade cultural não é uma essência fixa, que se mantém imutável em relação à história e à cultura. É sempre construída através da memória, fantasia, narrativa e mito. Identidades culturais são pontos de identificação, os instáveis pontos de identificação ou sutura, que se constituem dentro dos discursos de história e de cultura".

Já que o nosso objetivo é uma proposta de buscar a identidade visual por meio de sua própria história, então: como **Sankofa**, (Figura 1), surge a chave de nossa pesquisa ao observarmos um ideograma Akan, denominado **Sankofa**, que significa "voltar e apanhar de novo", seria aprender com o passado, construir sobre as fundações do passado.



Figura 1: Sankofa (fonte: www.welltempered.net/adinkra/htmls/adinkra/adin.htm)

O Adinkra **Sankofa** pode ser traduzido literalmente como: san = retorno, ko = ir, fa = olhar, pode ser entendido também como: buscar, levar, necessitar, ou seja, voltar e apanhar de novo, aprender com o passado, construir sobre as fundações do passado. Podemos dizer que a história do Sankofa nos remete à significação simbólica de objetos e vida desta etnia, uma espécie de porta-voz de sua filosofia, o poder da reconstrução e de retificação cultural.

A importância de conhecer um pouco melhor a África aqui, é para reforçar os laços de parentesco histórico resultante da escravidão e de colonização que marcaram o Brasil e a África e são tão pouco lembrados. Seleccionamos alguns dos símbolos Adinkra mais conhecidos e utilizados, dentre a infinidade de ideogramas criados pelos Akan.

Quadro 2: Símbolos Adinkras

	SANKOFA (<i>Go back to fetch it</i>) Símbolo de sabedoria, aprendendo com o passado para construir um bom futuro.
	OSRAM NE NSROMMA (<i>The moon and the star</i>). Símbolo de religiosidade, amor, harmonia, afeto, lealdade, benevolência e essência de feminina de vida.
	NSOROMMA (<i>Star</i>) Símbolo de padroamento, lealdade para com o supremo – ser e confiar em Deus (religião).
	ASASE YE DURU (<i>The earth is heavy</i>) Símbolo da providência e da divindade da mãe terra.
	KUNTUNKANTAN (<i>Inflated pride</i>) Símbolo de vaidade, orgulho, arrogância e a guerra contra o exagero da arrogância, do orgulho e do egocentrismo.
	NKOTIMSEFO MPUA - <i>suástica</i> (<i>The hair style of court attendants</i>), os raios do sol, Símbolo do serviço e lealdade. Baseado no cerimonial de corte de cabelo para atender a família real.
	KRAPA or MUSUYIDE (<i>Good fortune or Sanctity</i>) Símbolo da boa sorte, santidade, espírito de Deus, força espiritual.
	NYAME DUA (God's tree) or (altar of God) Símbolo da presença divina e proteção de Deus



Adinkrahene significa "o primeiro, o chefe da simbologia adinkra", portanto pode ser entendido como gratidão, carisma, governo liderança, centralização de poder,



GYE NYAME (except God) Símbolo da onipotência de Deus. Este é um ótimo panorama de criação, de voltar ao tempo imemorial, não uma vida que se encerrou aqui, começou e nem poderá viver para ver este fim, exceto Deus.

Fonte: (<http://Adinkra Symbols.htm>)

Para os Akan a cultura é comunicada por meio do sistema de signos, para interpretar e entender seu povo por meio da imagem. Hoje denotamos essa comunicação base de identificação que marca território e dá fidelidade ao cenário da civilização. Como mostra alguns de seus trabalhos logo abaixo. As duas mantas ilustradas nas figuras 2 são usadas como vestuário de sobreposição em roupas e mostram identidade e significação por meio de cor e imagem.

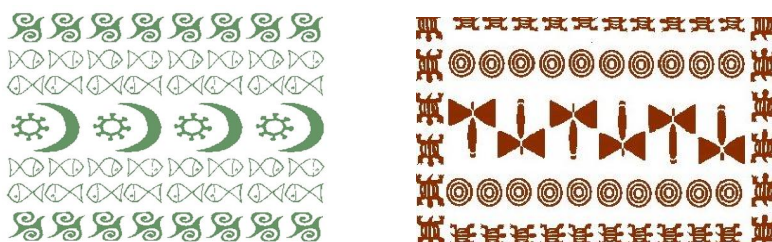


Figura 2: Panos Adinkra. fonte: (www.dosanto.com.br/joia.htm)

As camisetas da Figura 3 são feitas por uma designer do Rio de Janeiro trabalha a contextualização do povo africano Akan. A estilista relata em seu site, que sua pesquisa de mercado foi buscar a identidade e a filosofia desse povo e assim poder trabalhar sua história e vida por meio da moda.



Figura 3: Camisetas com adinkras - Fonte: (www.dosanto.com.br/joia.htm)

A civilização Akan tem tradição na criação de joalheria. Essa é composta por maravilhosas peças em ouro, desde o princípio da civilização. Suas jóias não têm apenas intuito ornamental, suas características são representadas em cada detalhe das peças, variam para identificar marcas da sociedade.

As jóias, assim como os tecidos são expressões de maior relevância na criação artística africana, demonstrando habilidade na manipulação dos materiais e demonstrando a capacidade de criação de cada povo (...). As jóias Akan em fios de ouro são peças excepcionais, superiores às européias, aparecem na forma de brincos, colares, medalhas e uma grande variedade de anéis. (MENEZES, 2005)



Figura 4: Adinkras em jóias. (fonte: www.marshall.edu/akanart/abrammoo.html).

4.2. Civilização Celta

Observamos a cultura Celta em nossa cultura brasileira, pois os portugueses são considerados ibero-celtas, este é um dos fatores que nos levou a utilizar a cultura Celta em nossa pesquisa.

[1] Há milhares de anos atrás, a Raça Negra (ou Sudeana, por ser de origem equatorial) dava a si mesma o nome de Atlantes e dominava a fraca Raça Branca, que era denominada Man; Atlantes significava Os Senhores, pelo que os Man deram a si mesmos, também, o nome de Kelts. Eis aqui a origem do nome Celta, ou Kelt. (BARCELOS, J., Mundo Celta, 2006)

A primeira cultura reconhecida como celta foi a Hallstatt, de 1000 a 250 a. C., oriundas da região da Áustria, perto do sul da Alemanha. O nome "Celta" surgiu da tribo dominante dos Hallstatt, e tornou-se um conceito unificador para toda a cultura. Os primeiros vestígios ligados à cultura céltica, só apareceram por volta de 800 a.C., no sul da Alemanha e nos Alpes Orientais. Muitas informações que até hoje nos chega vem de escritores romanos como Estrabão e César, que nos transmitiram algumas idéias acerca da sociedade céltica. Como (DUCAN, 2007, p.18), coloca que temos sobre as crenças da Terra Céltica pagã apenas documentos de segunda mão.

Os celtas espalharam pelo mundo suas indumentárias, suas peças de metais, suas construções de moradia, suas sabedorias sobre a natureza e a caça. A homogeneidade dos túmulos, ornamentos e armas indicam ter sido comum a todas as regiões européias denominadas celtas.

A cultura Celta é formada por três fases: a primeira, ligada ao bronze Atlântico e à Idade do Ferro, com alguns vestígios de origem mediterrânea; a segunda que apresenta características celtas e mediterrâneas; e finalmente a terceira, que se integra ao império romano.

Os traços fortes da cultura celta permaneceram apenas, nas Ilhas Britânicas, em especial na Irlanda, onde se conservou com autonomia e herança cultural. Em suas civilizações os aristocratas eram enterrados com diversos pertences cuidadosamente trabalhados, entre eles vasos, armas e outros. Era comum o morto usar uma espécie de gargantilha de valor bastante significativo, chamada torque. Os torques de ouro, por exemplo, indicavam que o corpo sepultado era certamente um aristocrata. Os guerreiros celtas vestiam camisas bordadas e coloridas, com calças chamadas *bracae* e um manto preso aos ombros por fíbula, mantos escuros no inverno e claros no verão, com muita cor.

As cores para os celtas eram de grande importância. Em batalhas, os guerreiros celtas pintavam o corpo com tinta azul. Eles também dividiam as classes sociais por meio de cores, da seguinte forma: os escravos só poderiam usar a cor amarela, todos os celtas poderiam usar amarelo, preto e branco, já a classe nobre também poderia usar o



vermelho, o verde e o marrom e apenas a realeza poderia usar todas as cores e também o azul e o violeta, dignas só dos reis. No quadro 3, temos o significado das cores para os celtas.

Quadro 3: As cores para os celtas

Dourado: saúde, prosperidade e proteção, sucesso.

Rosa: coisas do coração.

Vermelho: vitória em competições - a cor vermelha representa sangue de inimigos sacrificados na véspera da celebração. O sangue servia para proibir e assustar os espíritos de inimigos, as vinhas, flores e ramos de erva mistletoe vem da tradição celta. Representam o desejo de paz, beleza e amor.

Laranja: providência.

Amarelo: escravos, estudos, papéis, cartas, viagens.

Púrpuro: sucesso, negócios e disputas judiciais, transmutação, compaixão.

Azul: era retirado das amoras azuis, significa: luta e dignidade, criatividade, harmonia familiar, inteligência, fecundidade e realeza.

Verde: amor.

Marrom: trabalho, seriedade.

Preto: em roupas vinha das cascas velhas de grandes árvores, significa: finalização, morte e destruição do que é velho.

Branco: espírito, nobreza, paz, intuição e mudanças.

(fonte: www.clothinganddress.htm)

Todas as culturas têm símbolos que reapresentam sua origem e destino, seus valores e crenças, como os pássaros para os Celtas na Figura 7. (QUINTINO, 2002, p. 25), cita que os pássaros considerados sagrados, (...), entre os gauleses, bretões, galeses e gaélicos. São Pássaros considerados celestes, do Sol e da luz, mas também tem as interpretações de lado sombrio. E coloca Branwen, símbolo de pássaro, associado ao corvo branco, o qual interpreta a vida como uma espiral e não como uma linha reta. Passado e futuro se encontram em um infinito presente.



Figura 5: O Pássaro – (Fonte - <http://www.yug.com.mx/elbuscador/04dia/geometria.html#ini>)

No Quadro 4, podemos conhecer o significado de alguns dos ideogramas celtas.



Quadro 4: Ideogramas Celtas

	Candados: estes símbolos eram concedidos aos Druidas, quando havia aprendido uma lição, para não cometer os mesmos erros. Fonte: (Geometria Sagrada Celta). Fonte: http://www.yug.com.mx/elbuscador/04dia/geometria.html#ini
	Lua e a Estrela: - Simboliza poder para transportar através do cosmos, união do homem ao universo. Fonte: (http://www.magicka.hpg.ig.com.br/celticad.htm)
	Corações: proteção por meio do amor. Elos de poder e divindade, usados por guerreiros. Fonte: (http://celtic-enchantment.vilabol.uol.com.br/celtas/simbolos/simbolos.htm)
	Roda do Ser: são quatro círculos que representam as quatro direções da, unidos por um quinto círculo com o núcleo em comum com todos, o eu, o homem perante as direções da terra. Fonte: (http://deseosdecosasimposibles.blogia.com/temas/mundo-celta.php)
	Tetraskel: é a uma espiral de quatro braços unidos por um ponto, representa a união das direções da terra. Fonte: (http://deseosdecosasimposibles.blogia.com/temas/mundo-celta.php)
	Cruz Celta: Sinônima de cristianismo e de esperança. O cristianismo, surgiram os primeiros celtas católicos, mesclando o Bram com a cruz católica dando origem a cruz Celta. Fonte: (http://deseosdecosasimposibles.blogia.com/temas/mundocelta.php)
	Prosperidade: 4 quadrantes, os 4 elementos, as 4 estações. Um período de dar e receber. É um símbolo que representa o todo e o compromisso do ser humano de dar e receber. Fonte: http://www.yug.com.mx/elbuscador/04dia/geometria.html)
	Triskel: a tríplice espiral evoca a divina interação entre mente, corpo e alma. Significa proteção, que busca saúde, amor e prosperidade em todos os planos. Fonte: (Geometria Sagrada Celta. http://www.yug.com.mx/elbuscador/04dia/geometria.html#ini)
	Amor: eterno, que não se pode desfazer. Este símbolo era intercâmbio pelos seus amantes para que a relação fosse para sempre. Representa o complemento e apoio e a fusão das partes. Fonte: (http://www.yug.com.mx/elbuscador/04dia/geometria.html#ini)
	La Triqueta: simboliza a santa trindade, o pai, o filho e o espírito santo, e para os celtas pagãos simboliza a mente o corpo e a alma e o domínio da terra, do mar e do céu. Fonte: (http://deseosdecosasimposibles.blogia.com/temas/mundo-celta.php)

Nas últimas décadas, despertou-se novamente o interesse pela cultura celta. Para compreendê-los, temos que entender suas histórias de seus mitos. A arte céltica revive entre lamaístas e cristãos pela tradição decorativa em iluminuras, as estátuas e os relevos hindus e etruscos. A arte Celta é essencialmente decorativa, sem procurar imitar nem idealizar o real, sua arte caracterizou-se por tendências geométricas e simétricas.

Sua joalheria tem tradição e identidade. Observamos na Figura 6, exemplos de jóias que estão à venda em diversos sites, e trazem a identificação visual celta.



Figura 6: Braceletes, Anéis e pingentes (fonte: <http://www.viraj.com.br/cgi-local/loja2/prod.cgi>)

A designer Bruchard (1999), escolheu a cultura Celta por ser uma cultura forte e identitária e que o design pode ser trabalhado melhor por meio histórico. No Fashion



Week (RJ), Inverno de 2006, Jefferson Kulig, mostra sua coleção e define sobre suas novas criações que "...a mulher precisa ter cultura para absorver a idéia da roupa, e isso não se aprende nos outdoors nem na mídia(...)". As roupas da Figura 7 trazem recortes feitos a laser. As estampas são inspiradas na cultura celta e as perucas, feitas com bucha vegetal, fazem referência ao Brasil colonial e às perucas de Luís XV.



Figura 7: Exemplos de estamparia Celta em desfile de moda em 2006.

(fonte: <http://moda.terra.com.br/spfw2006inverno/interna/0,,O1846556-E16124,00.html>)

Os Torques voltaram à moda, sendo utilizados como anéis e colares. Atualmente é utilizado pela moda com intuito estético. O Colar celta segundo (LUGANO, A., 2006, p.2), é formado por uma tira metálica arredondada, não flexível, com as extremidades em forma de bola. E por ter as extremidades não unidas, significa liberdade, muito arraigado na cultura celta.



Figura 7: Torques (Fonte: <http://www.auruxeira.com/vestimentasxoias.htm>)

5. Design e Gestalt

Falar de identidade implica, em certo sentido, uma dimensão interpretativa e outra normativa: Trata-se de uma reflexão que lida como um problema relativo à autopercepção de um grupo acerca de si mesmo, de sua história, de seu destino e de suas possibilidades, enraizada necessariamente num certo horizonte valorativo, e referida a uma determinada forma de vida. Logo, uma abordagem de natureza hermenêutica impõe-se. Assim, o design pode ser um auxílio ao resgate da memória de um povo.

O termo design é aqui utilizado em sua original acepção histórica e etimológica: "design", ou "desígnio", corresponde à ação, a busca de se fazer algo. E por querer fazer algo, essa dissertação tem como foco atrair a atenção sobre os fenômenos étnicos, usa-se como instrumento de análise a comparação sócio-cultural, focando a antropologia.

A ação do designer está localizada entre o sujeito e o objeto, entre o ser humano e o mundo virtual, está na interface. É nesta dimensão que o design faz interface com a antropologia, e pode trabalhar áreas como a ergonomia, a psicologia cognitiva, a sociologia, a filosofia, entre outras.



Atualmente é crescente o interesse nas artes regionais do país, mesmo como fonte de inspiração. Pois, uma civilização pode viver e preservar sua cultura e suas histórias, pela interpretação e decodificação dos seus símbolos. Assim, os símbolos servem como fios condutores dessas histórias até o nosso presente. O designer pode trazer conhecimento sócio-cultural e por meio de suas áreas transdisciplinares, como a antropologia interpretativa, que pode servir como ferramenta identificadora da pesquisa e na produção de objetos culturais, buscar uma identidade local para um determinado produto a um grupo social.

Para (HALL, 1997, p. 12, apud ONO, 2006, p. 10), o conceito de identidade tem sido extensamente discutido ao longo da história e parte, com três conceitos do ser humano como base para a identidade:

- 1) um conceito de identidade que se baseia na concepção do ser humano como um indivíduo totalmente centrado e unificado em si mesmo, dotado das capacidades de razão, consciência e ação (...);
- 2) Um conceito de identidade que reflete a consciência de que o centro do sujeito, ao contrário de ser autônomo e auto-suficiente, relaciona-se com outras pessoas, participam da construção de valores e significados dentro dos contextos vivenciados pelo mesmo (...);
- 3) Um conceito de identidade que se baseia no conceito de sujeito que, ao contrário de ter uma identidade fixa, essencial ou permanente, torna-se cambiante, permeável e plural.(...).

O design poderá ser fator diferenciador, agregador de valores culturais, ou seja, o design junto à cultura formadora desse nicho a ser estudado, pode gerir a estética e a funcionalidade em um produto final, formar signos.

Maristela Ono (2006, p. 17), aborda o assunto do **design de um produto como signo**:

O consumo pode ser compreendido como “uma atividade de manipulação sistemática de signos”, e um objeto de consumo, por sua vez, como um “signo”, cujo significado é arbitrário. Então, um objeto ganha sentido mediante sua relação com outros signos e se personaliza mediante a diferença.

Um dos principais fatores da compreensão para as culturas é a significação e interpretação dos signos e símbolos, que irá nos servir no design como identificador de cultura por meio do estudo da Gestalt.

Existem varias classificações diferentes do signo que intervêm nas ligações inter-humanas, mas vamos considerar apenas as linguagens visuais, mais valiosas para o designer. Fica claro que não vamos definir em nossa dissertação o uso estético para modo de comparação, pois foge ao escopo deste trabalho.

A Gestalt propõe uma teoria em que o cérebro humano automaticamente faz a primeira parte, pois tende automaticamente a desmembrar a imagem em diferentes partes e organizá-las de acordo com semelhanças de forma, tamanho, cor, textura. Estas serão reagrupadas de novo num conjunto gráfico que possibilita a compreensão do significado exposto, mas obteve sua consistência de fato, a partir de 1910, com Wertheimer, Koffka e Köhler. A teoria, em suas análises estruturais, é composta de leis que regem a percepção humana das formas, facilitando a compreensão das imagens e idéias. Assim, a Gestalt



estabelece sete relações por meio das partes da imagem e são agrupadas na percepção visual: **proximidade, semelhança, direção, pregnância, boa continuidade, fechamento e experiência passada.**

O holismo, no princípio da Gestalt, era definido como epistemológico, era a observação do meio. Hoje, o holismo para os gestaltistas é definido como pesquisa empírica. Devemos utilizar as categorias fundamentais consubstanciadas de harmonia, equilíbrio e contraste. As leituras visuais de um símbolo ou um objeto pelas leis da Gestalt, dão visualizações mais completas e traz uma organização formal, através dos seguintes elementos constitutivos da Lei da Gestalt, Explicamos, na Gestalt o “fenômeno da percepção” pela decomposição e imediata recomposição das partes em relação ao todo. Na comunicação por meio da imagem é capaz de ter a mesma eloquência que um discurso falado ou de um livro.

Para o Design, a Gestalt é um excelente fator explicativo de nosso processo de significação, identificação, processo de criação até a finalização do produto. A solução de um problema requisita exclusivamente uma reorganização do campo para o sujeito, uma significação e a identificação de um problema e a partir de conhecimentos locais, regionais uma possível identificação e solução de um produto. Para este trabalho o símbolo no sentido gestáltico, pode ser estudado como princípio fundador de fundamentação de uma cultura.

O entendimento visual sofre diversas forças implícitas, com fatores psicofisiológicos da percepção humana. Portanto, percebe-se que uma mensagem depende de todo um contexto cultural, para ser apreendida melhor. A similaridade de objetos (como mensagem), entre dois grupos sociais diferentes nos conduz a uma resposta de um objeto, via signo, por meio da percepção do objeto. O indivíduo volta no tempo em suas lembranças ao momento de criação do mesmo, assim o ser humano nomeia, conduz desejo sobre o mesmo e dá sua utilidade ao meio vivido, de uma forma simples, reproduzindo nossa sinergia do dia-a-dia com o real.

Em concordância com a teoria de Gomes, (2000, p.17, grifo meu), no estudo do objeto, por meio da Gestalt:

(...) acreditamos que a tarefa do designer, do artista ou de qualquer outro profissional é a de conceber e desenvolver objetos que satisfaçam as necessidades de adequada estrutura formal, obviamente, **respeitando-se os padrões culturais, estilos ou partidos formais relativos e intrínsecos aos diversificados objetos concebidos, desenvolvidos e construídos pelo homem.** Pensamos que este objetivo possa ser alcançado, tendo os estudos e experiências realizadas pela Gestalt no campo da percepção visual de forma e agora, modestamente, reforçado por este nosso sistema de leitura.

É fundamental o estudo do ser humano sempre dentro de seu contexto social. Seus pensamentos, sentimentos, reações e outras funções cerebrais são determinados pela sociedade em que se vive e não por herança biológica, assim será justaposta a simbolização Akan e Celta.

Propomos então, um sistema de leitura em que o cérebro humano automaticamente desmembra a imagem em diferentes partes, organiza de acordo com semelhanças da forma, do tamanho, da cor, da textura, que por sua vez, serão reagrupadas de novo num



conjunto gráfico que possibilita a compreensão do significado exposto. A cor é um elemento de formação da linguagem visual, portanto, da Gestalt também. Apesar das escolas ensinarem a versão científica da percepção de cores dos pigmentos, o próprio nome das cores revela seu significado cultural. A escolha das cores parece ser uma decisão que nem sempre é fácil de ser tomada por um grupo sócio cultural. Esse sistema não é apenas uma questão racional, mas intuitiva, cultural e sensível.

O sistema de escolha e comunicação não é somente uma questão racional, então, não se pode dizer que o vermelho tem o mesmo significado aqui e no mundo todo. Nem mesmo reconhecer um mesmo significado dentro de uma mesma cultura. O vermelho aqui no ocidente é energético em academias, preocupante em hospitais e desafiante numa bebida. Isso sem falar que a percepção do vermelho dependerá das cores ao redor. Segundo o Instituto de Pesquisa da Cor (Institute for Color Research, Detroit, EUA), existem estudos que revelam que: "os seres humanos julgam subconscientemente uma pessoa, um ambiente ou um item nos primeiros 90 segundos, e nesse lapso de tempo entre 62% e 90% do julgamento é baseado unicamente pela cor".

Para o designer é interessante estudar um grupo social, por meio da antropologia, descobrir seu significado, acrescentar uma análise gestaltiana da percepção dos homens ao mundo. Pois se a imagem é arbitrária, inventada e cultural, sua visão é quase imediata. O reconhecimento humano do entorno objetual é influenciado pelo intelecto e pelo sentimento. Então a aceitação ou a recusa de um produto irá depender principalmente do tipo de configuração.

Transitaremos entre o signo e o símbolo, um dos principais fatores de compreensão para as culturas. Ono (2006, p. 35), observa que para compreender a estrutura contextual de cada cultura, é necessário entender as funções simbólicas dos objetos:

...que se encontram diretamente vinculadas à percepção das formas, cores, texturas, à aparência visual, às associações simbólicas e afetivas e, portanto, a um determinado contexto, no qual os mesmos se inserem. E, assim, como o contexto contribui para a significação dos objetos, qualquer variação do mesmo altera o significado destes. Partindo-se deste entendimento, o objeto pode ser compreendido como um processo contextual dinâmico, uma realidade significativa, uma linguagem, diretamente vinculado ao repertório simbólico e à percepção do usuário. Em relação às cores, vários estudos e pesquisas têm sido desenvolvidos, destacando a diversidade de significados simbólicos, preferências e percepção estética, de acordo com cada cultura.

Ao remeter à questão do designer e o estudo sócio-cultural, BARK (2004, cap. 2, p. 5), relata que a percepção visual por si só não é suficiente para conhecermos o mundo que nos cerca e que a apreensão da totalidade de um objeto ou situação terá que ser atingida por uma série de momentos perceptuais acrescidos de outros atos do pensamento. Assim, o designer deve atribuir significado, registrar situações significativas e agrupá-las em classes segundo suas analogias, associar estas classes segundo relação de acontecimentos, enriquecer programas de ação inatos, estabelecer experiência, selecionar dados, imaginar representar, simular, antecipar acontecimentos são funções ditas cognitivas.

O termo "cognição" vem do latim, "vir a saber", e diz respeito aos processos de compreensão, de entendimento, e ao produto (representação / imagem / sentido /



significado) relativo à coisa conhecida. É uma atividade mental distinta dos domínios da sexualidade e da afetividade.

Ao observar os ideogramas Akan e Celtas, percebemos que ambas podem ser analisadas sob as leis da Gestalt por aspectos estruturais e funcionais do campo perceptivo, além do aspecto visual com indução de significados para seus povos, assim, os signos denotam estruturas naturais e com seus elementos gráficos muito semelhantes que obedecem às mesmas leis. Por que não, começar a utilizar este estudo em culturas locais do nosso país?

Segundo Eco (1976, p. 36), é requisitado "...um modelo construído segundo certas operações simplificadoras que nos permitem uniformizar fenômenos diferentes com base num único ponto de vista"...Então, buscamos a identidade e as semelhanças estruturais entre as representações signícas das duas civilizações aqui estudadas, e assim podemos perceber suas estruturas para trabalhar melhor um caso em específico.

Ao adentrarmos no estudo da civilização Akan percebemos o quão o pássaro é importante em sua rica cultura. O pássaro para eles, significa a pureza divina, e tem o poder de reconstrução e criação sobre as estruturas passadas. Para os celtas há uma divisão de significação entre os pássaros, da seguinte forma: o cisne representa pureza e luz e também possui o poder de predizer a morte e adivinhar o futuro; o corvo era um importante totem, que poderia avisar da chegada dos inimigos. O galo pode representar a vitória da luz sobre as trevas. A crista e o seu porte demonstram a disposição para briga. O galo é um símbolo de masculinidade, que confere luta, ousadia, coragem e orgulho.

Figura 8: Sankofa x Pássaro Celta

 SANKOFA (<i>Go back to fetch it</i>) Símbolo de sabedoria, aprendendo com o passado para construir um bom futuro. A referência à África deve ser entendida como uma necessidade fundamental para a desconstrução de uma identidade própria, viva, tanto no presente, como perspectiva de um futuro melhor, para os filhos. Fonte: (http://AdinkraSymbols.htm). Referência na tabela do capítulo 2.	 O pássaro para os celtas é um símbolo de equilíbrio, hoje em dia nós precisamos ir procurar pelas portas atemporais que vão buscar no passado o conhecimento e nos empurrar para um futuro bom, em direção ao divino. (BARTALUCCI. L., <i>News about the symbolism of the cathedrals</i>, 2004, tradução nossa). Referência na tabela do capítulo 2.
--	--

Observando os ideogramas acima, podemos encontrar em ambos, por meio da leitura visual das leis da Gestalt:

- **UNIDADES PRINCIPAIS:** O pássaro, com a cabeça virada para trás, o desenho se apresenta apenas por contornos elaborados, característicos de cada cultura.
- **UNIFICAÇÃO:** A forma consiste na igualdade ou semelhança dos estímulos produzidos pelo campo visual, pois apresenta harmonia e equilíbrio, levando a proximidade e semelhança.



- **SIMETRIA BILATERAL:** pela distribuição eqüitativa dos pesos visuais, como uma reflexão especular.
- **EQUILÍBRIO:** As figuras têm o equilíbrio assimétrico acontece pelo fato de que a parte superior do corpo ser contrabalançada pela parte inferior, em sintonia com uma forma harmoniosa.
- **FORMA:** Pela própria formação da linha e continuidade percebe-se a configuração real na primeira figura
- **HARMONIA:** é regular e bem ordenada.
- **CONTRASTE LUZ E TOM:** baseia-se nas sucessivas oposições de claro e escuro, com atração visual. E também apresenta contraste de movimento.
- **SIMPLICIDADE:** é presente principalmente por possuir poucas unidades formais. Sua forma é fácil e de certa maneira leva ao significado desejado.
- **REPRESENTAÇÃO CONCLUSIVA DA PREGNÂNCIA À FORMA:** sintetiza os atributos da “boa Gestalt”, possui alto índice de aplicação da forma por apresentar equilíbrio, harmonia, redundando em fácil e rápida leitura visual.

A espiral é a essência do mistério da vida. Assim como se centra, ela também para, se encontra. O ponto de partida também é o ponto de chegada trazendo-nos a questão do retornar sempre, reencontrar-se e se renovar. Assim o símbolo provoca esta espiral de movimento constante. No quadro 6 a seguir, mostramos um símbolo circular que é similar também às duas culturas.

O círculo para Munari (1982. pg. 155), é a eternidade:

“Se o quadrado está ligado ao homem e às suas construções - arquitetura, determinadas estruturas, escritas, etc. - o círculo é relacionado com o divino. O círculo representou e representa ainda hoje a eternidade, uma vez que não tem princípio e nem fim. Um texto antigo diz que Deus é um círculo, cujo centro está em todas as partes e cuja circunferência não está em parte alguma. Dos círculos nascem todas as rotações ou movimentos rotativos.”

Para os celtas, o triskel contido dentro dos três círculos na figura à direita é uma espécie de estrela de três pontas. É um dos elementos mais presentes na arte Celta. O triskel está associado à religião da Deusa Terra deles, com as três faces (Donzela, Mãe e Anciã), bem como nossa natureza tríplice (corpo, mente e alma). Já para os Akan é união de poderes, centralização e força.

Quadro 5: Adinkrahene x Triskel

 Adinkrahene significa "o primeiro, o chefe da simbologia adinkra", portanto pode ser entendido como gratidão, carisma, governo liderança, centralização de poder. (Fonte: http://AdinkraSymbols.htm).	 Triskel – os espirais têm diferentes interpretações, evoca a divina interação entre mente, corpo e alma. A representação da criação do mundo e sua manifestação. É símbolo de proteção, atrai saúde, amor e prosperidade. Geometria Sagrada Celta (fonte: http://www.yug.com.mx).
---	---

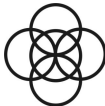


Leitura visual por meio das leis da Gestalt:

- **UNIDADES PRINCIPAIS:** Ambas têm três ovais brancas e três ovais pretas e a Figura celta utiliza-se do triskel ao meio que é força do número três à filosofia Celta e também de três pontos.
- **UNIFICAÇÃO:** A forma consiste na igualdade ou semelhança dos estímulos produzidos pelo campo visual, pois apresenta harmonia e equilíbrio levando a proximidade e semelhança.
- **SIMETRIA AXIAL:** é presente em todos os eixos, pela distribuição eqüitativa dos pesos visuais. É o ponto central da figura e funciona como um foco de forte atração visual. Possui identidade: consiste em sobreposição; rotação: a forma gira em torno do eixo; reflexão especular: é a simetria bilateral e também dilatação; é a ampliação da forma, sem modificação, apenas expansão.
- **HARMONIA:** é regular e bem ordenada.
- **CONTRASTE LUZ E TOM:** baseia-se nas sucessivas oposições de claro e escuro.
- **SIMPLICIDADE:** neste ideograma está presente principalmente por possuir poucas unidades formais. Sua forma é fácil e de certa forma leva ao significado desejado pelos que a fizeram, o símbolo que é o centro de comando, o chefe, o centro de tudo, a divindade, com fácil apreensão.
- **INTERPRETAÇÃO CONCLUSIVA DE PREGNÂNCIA DA FORMA:** sintetiza os atributos da “boa Gestalt”, possui alto índice de pregnância da forma por apresentar equilíbrio, harmonia, redundando em fácil e rápida leitura visual.

O círculo é evidentemente, a configuração formal de melhor continuidade, por isso, observamos em diversas culturas a representação de algo por meio de círculos. No quadro 7, podemos detectar uma sensação de união e continuidade, uma vez que o percurso do olhar não sofre nenhuma interrupção ou desvio no seu percurso, pode nos dar uma configuração representacional no sentido de profundidade do “eu”. Tanto para os Akan, como para os Celtas o significado dos quatro círculos unificados por um quinto significam a mesma coisa, o egoísmo, o eu.

Quadro 6: Kuntunkantam x Roda do Ser

 Kuntunkantam (<i>Inflated pride</i>) Símbolo de vaidade, orgulho, arrogância e a guerra contra o exagero da arrogância, do orgulho e do egocentrismo. Fonte: (http://Adinkra Symbols.htm).	 Roda do Ser – são quatro círculos que representam as quatro direções, unidos por um quinto círculo com núcleo comum a todos, o eu, o homem perante as direções da terra. Fonte: (http://deseosdecosasimposibles.blogia.com/temas/mundo-celta.php).
--	---

Observando os ideogramas acima, podemos encontrar em ambos, por meio da leitura visual das leis da Gestalt:

- **UNIDADES PRINCIPAIS:** Ambas têm cinco círculos que se entrelaçam, e parecem movimentar-se entre eles.



- **UNIFICAÇÃO:** A forma consiste na igualdade ou semelhança dos estímulos produzidos pelo campo visual, pois apresenta harmonia e equilíbrio levando a proximidade e semelhança.
- **SIMETRIA AXIAL:** é presente em todos os eixos, pela distribuição eqüitativa dos pesos visuais. É o ponto central da figura e funciona como um foco de forte atração visual. Consiste em rotação: a forma gira em torno do eixo; reflexão especular: é a simetria bilateral e também dilatação; é a ampliação da forma, não sofrendo modificação.
- **HARMONIA:** é regular e bem ordenada.
- **CONTRASTE LUZ E TOM:** baseia-se nas sucessivas oposições de claro e escuro.
- **SIMPLICIDADE:** neste ideograma está presente principalmente por possuir poucas unidades formais. A forma é fácil e leva ao significado desejado pelos que a fizeram, com fácil apreensão.
- **INTERPRETAÇÃO CONCLUSIVA DE PREGNÂNCIA DA FORMA:** sintetiza os atributos da “boa Gestalt”, possui alto índice de pregnância da forma por apresentar equilíbrio, harmonia, redundando em fácil e rápida leitura visual.

6. Conclusão

A cultura de cada povo, de cada sociedade apresenta suas marcas e tem ligações com a possibilidade dos sujeitos concretos dessas sociedades possuírem uma identidade, no sentido de pertencimento ao lugar. Sabemos que o design, desde sua gênese tem como fator principal atender o mais amplamente possível as necessidades das pessoas.

Pensar produtos em um espaço exercita a análise e a crítica constante sobre as formas de vida e as condições que existem. E possibilita ao sujeito efetivamente de se situar no mundo. Assim, torna-se interessante investigar qual é a identidade desses lugares, a partir dos interesses das pessoas que ali vivem. Reconhecer os valores, as crenças, os signos, as tradições e investigar os significados que têm para as pessoas que vivem ali.

A cultura e a antropologia dão esse conjunto de características às pessoas e aos povos, expressam-se no espaço por meio de marcas que configuram e identificam seus espaços sócio-culturais e como fonte de coleta de informações utilizamos a Gestalt para obtermos informações para criar e identificar um objeto no tempo e no espaço.

Os designers devem levar em conta o conhecimento adquirido no espaço que está estudando para que faça objetos contextualizados, que criem uma interface com a sociedade a que pertencem, objetos que exerçam funções sociais, que comuniquem idéias e impressões, que sejam frutos simultâneos de um processo intelectual de um trabalho manual.

Utilizamos como objeto de pesquisa, a proposta de um estudo que vise ter nas culturas tradicionais e regionais uma base de conhecimentos e uma fonte para criação do designer para um produto com identidade sócio-cultural no tempo e no espaço.



Os Akan e os Celtas possuem produtos que podem ser vendidos em qualquer lugar sem perder sua raiz cultural. Na verdade o que se pretende aqui, não é um tratado sobre as culturas, nem uma proposta metodológica para o designer, e nem temos pretensão de definir o conceito ideal sobre design. Pretendemos uma sistematização, por meio de informações sócio-culturais, estabelecidas por estudos antropológicos, somada a análise perceptiva da Gestalt, para construção de um objeto contextualizado em um grupo sócio-cultural. Mostramos que os designers devem buscar outras fontes de estudos, como a cultura e a antropologia, aqui usados como fontes.

É importante ressaltar que neste trabalho o design não é a tradução do que chamamos de desenho industrial, mas sim o entendimento de origem e criação, como ação, intenção, idéia, e construção. O design aqui tem o papel relevante no desenvolvimento de cultura e identidade material de um povo, na medida em que seu trabalho afeta diretamente ou indiretamente a vida das pessoas, inclusive o próprio designer pode ser a interface do produto e o comprador para identificar o meio ou o comprador.

Com base em uma abordagem sócio-cultural trabalhamos o design como fator diferenciador na agregação de valores culturais e funcionais de um produto. Salienta-se a importância de uma reflexão contínua sobre o papel do design em desenvolver uma leitura visual simplificada para a aplicabilidade em construção de uma cultura material.

Pode ser trabalhada futuramente uma abordagem sobre as diversas culturas regionais brasileiras, tendo como foco os princípios utilizados nesta dissertação. Quem sabe trabalhar o artesanato regional e o design, pois é uma proposta que vem ganhando terreno no Brasil, e tem caráter sócio-cultural envolvido.

7. Referências

- [1] ARTHUR, G. F., et ROWE, **Akan Cloths: Akan Cultural Symbols** NET,. Disponível em: <<http://www.Marshall.edu.akanart/akanclothintro.html>> acesso em: 22 abr. 2002.
- [2] BARCELO, J., **Mundo Celta**, disponível em: <<http://deseosdecosasimposibles.blogia.com/temas/mundo-celta.php>> acesso em 15 dez. 2006. 21h
- [3] BARKI, J., **Percepção Visual da Forma**, Capítulo 2. Disponível em: <<http://www.fau.ufrj.br/apostilas/aforma/CAP2.pdf>> acesso em 18 jan. 2006.
- [4] CHIAVENATO, J. J. **O Negro no Brasil**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1986.
- [5] ECO, U. **O Signo**, Editorial Presença, Lisboa, Portugal, 1973. Enciclopédia eletrônica, retirado de: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Teoria_da_cultura>, acesso em: 18 jan. 2005
- [6] _____. **A Estrutura Ausente: Introdução à Pesquisa Semiologica**. São Paulo, Ed. Perspectiva, 1976.
- [7] GEERTS, C., **A Interpretação das Culturas**, Guanabara, Koogan, Rio de Janeiro, 1989, entrevista cedida para o site<www.faced.ufba.br/ñec/etnografia.html> Acesso: em 07 abr. 2005.
- [8] GLOVER, Dr. E., **Ablade da Universidade Ganense e Ciência e Tecnologia**,



- Kumasi, Gana, Glo Art Galery, 1998.
- [9] GOMES, F. J., **Gestalt do objeto: Sistema de Leitura Visual da Forma**, São Paulo: Escrituras Edition, 2000.
- [10] HALL, S., **Culture, Identity and Cinematic Representation**, in Framework, nº 36, London: Sankofa Film & Video, 1989.
- [11] JUNG, Carl Gustav. **O Homem e Seus Símbolos**, Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1991.
- [12] KOJO, A E ROWE, R - 1998-2001, **Arquitetura Akan**. disponível em: <<http://www.marshall.edu/akanart/akanadansie.html>> acesso em 06 jan. 2007.
- [13] LARAYA, R. B., **Cultura um Conceito Antropológico**, 11ª edição, Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1997.
- [14] MAESTRI, M., **História da África Negra Pré-Colonial**, Revisão 31, RJ: Mercado Aberto, 2000
- [15] MENEZES, Marizilda dos S., **O Ideário Africano Através do Vestuário e Sua Influência na Diáspora Negra**, In: 1º Congr. Bras. de Pesquisadores Negros, Recife, 2000.
- [16] _____ **Design Africano**. São Paulo: Apostila, 2005.
- [17] MORAES, D., **Limites do Design**. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- [18] MORRIS, A., **"Ethiopian Filmmaker Haile Gerima Keeps on Fighting"**. Africana.com. 29 March 2002. Disponível em: <http://www.africana.com/DailyArticles/index_20020329.htm> acesso em: 06 oct. 2003. 21:15.
- [19] NASCIMENTO, E. L., **Sankofa: Matrizes Africanas da Cultura Brasileira**, Org. E. L. Nascimento, Vol. 1, Rio de Janeiro: EdUERJ, 1996.
- [20] O'DONOHUE, J., **Anam Cara: Um Livro de Sabedoria Celta**, Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1997.
- [21] ONO, M., **Design e Cultura: Sintonia Essencial**, Curitiba, Edição da Autora, PR: UTRPF, 2006.
- [22] ORTIZ, R., **Geometria Celta**, Disponível em <<http://www.yug.com.mx/elbuscador/04dia/geometria.html#ini>> México, acesso em: 25 jan., 2005.
- [23] QUINTINO, C. C., **O Livro da Mitologia Celta**, RJ: Centro Cultural, 2002.
- [24] SANTOS, José, L., **O que é cultura**, 3ª ed., RJ: Editora Brasiliense, 1985.
- [25] SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1988.
- [26] TURIN, R. N., **Pensamento enquanto Design**, 08/12/2004, disponível em: <www.designbrasil.org.br/portal/artigos> acesso: em 10 mai. 2005.
- [27] TYLOR, E., **Primitive Culture**. Londres, 1871, John Mursay & Co., New York, Haper Torchbooks, 1958.
- [28] WHITE, L, 'The Simbol: the origem and Basis of humans behavior', (1955, ed.Bras p. 180), in Morbel, Levirings e Smith (orgs.) Readings of antropology. New



York Mc., Graw-Hillbook Co. Ed. Bras. in Fernando Henrique Cardoso e Otávio Lanni,
O Homem e a Sociedade, 5ª Ed., São Paulo, Cia. Editora Nacional, 1970

[29] _____ **The Evolution of Culture: The Development of Civilization to the Fall
of Rome.** McGraw-Hill, New York: (S.I), 1955