

Burle Marx e os jardins do Design

Filipe Chagas*

Índice

1	Burle Marx: o variável constante	2
2	Os jardins do Design	4
	Considerações finais	10
	Bibliografia	10

Resumo

Sendo por excelência multidisciplinar, o design tende a buscar referências em diversas áreas de conhecimento para constituir um saber próprio. Com um enorme avanço global tecnológico e a sociedade cada vez mais segmentada, aparecem tendências de duração variável que influenciam todos os âmbitos humanos, inclusive – e principalmente – o design. Em virtude das comemorações pelo centenário de Roberto Burle Marx em 2009, este artigo buscou pontos convergentes entre a efemeridade dos fenômenos naturais que protagonizam a obra do artista/paisagista e os deslocamentos espaciais e temporais que atingem o design e transformam o panorama sociocultural. Dessa convergência é possível entender melhor a posição do design na contemporaneidade e sua responsabilidade social e ecológica.

Palavras-chave: design, efemeridade, Burle Marx, paisagismo.

*Professor do Instituto de Tecnologia ORT (RJ) e do Instituto Infnet (RJ).

1 Burle Marx: o variável constante

QUE jardins mudem constantemente é um fato: eles crescem, florescem e morrem em ciclos. E é neste ponto que aparece um conflito com nossa condição humana limitada pela dimensão de nosso próprio corpo: nossa existência individual sofre por sua brevidade, entre vida e morte, diferente da natureza que vive em sua permanente reciclagem. Temos dificuldade em entender que nossa existência só adquire um significado pleno a partir de um passado que nos molda e um futuro que nos atrai. Estamos imediatistas, numa sociedade do presente momento. Nossa consciência não nos permite entender a passagem de gerações da comunidade humana como uma forma de sobrevivência cíclica da natureza. Somos parte integrante do sistema vivo do planeta. O trabalho de um paisagista deve, portanto, entender esse conflito para conseguir um resultado verdadeiro que possa até mesmo transformar o comportamento humano.

Assim pensava Roberto Burle Marx (1909-1994), um dos personagens fundamentais para modelagem do mundo contemporâneo (segundo o jornal inglês *Sunday Times*, em 1988¹). O escritor, curador e diretor de arte francês Jacques Leenhardt conta que Burle Marx plantou no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro uma aléia de um tipo de palmeira que tem uma vida média de cerca de setenta anos, desejando que o tempo de sua própria vida acompanhasse a magnificência das árvores, inscrevendo a si mesmo no caráter transitório de toda obra humana perante a natureza. E assim foi. Para ele (Leenhardt, 2009: 96-8), cada elemento constituinte da paisagem – o território, seu solo, sua fertilidade, sua diversidade botânica e animal – era uma possibilidade do homem contatar as forças cíclicas da natureza e perceber que faz parte deste “capital coletivo”. Isso seria responsável por uma liberdade ímpar do efêmero sofrimento pela sobrevivência, na qual acontece e vive a obra de Burle Marx conhecida mundialmente.

¹Lemos, 1996.



Aléia de palmeiras no Aterro do Flamengo (RJ), próximo ao Museu de Arte Moderna.

Burle Marx (2004) declarava que a planta “goza, no mais alto grau, da propriedade de ser instável. Ela é viva enquanto se altera”. O solo, o clima, os odores, os volumes e as diversas fases de sua existência são cruciais para que as plantas possam constituir as variáveis e, também, permanentes composições paisagísticas, assim como ele próprio, que viveu como construtor de jardins, arquiteto, desenhista, pintor, urbanista, botânico, cenógrafo, cantor, criador de jóias e tapeçarias, defensor da natureza e cidadão coerente com seu estar-no-mundo, permanente em sua genialidade. Poucos são aqueles que conhecem todas as facetas deste ser humano plural, que buscava os meios de expressão adequados para dar conta, como indivíduo, de uma situação histórica, de um quadro natural. Para ele (Burle Marx, 1987 *apud* Frota, 2009: 146-7), “o artista deve buscar coragem para aceitar e conviver com a angústia da sua época e compreendê-la em todas as manifestações”.

Burle Marx viveu no meio da música e das artes plásticas, desde quando viajou com sua família para a Alemanha ainda na infância. Lá estudou canto lírico e se impressionou com Van Gogh, despertando uma

sensibilidade para cores e formas que sua pintura viria a demonstrar. A organização trazida da pintura apenas inicia o jogo de seus jardins. Lúcio Costa², seu amigo e vizinho desde os nove anos no Leblon, sugeriu que ele fizesse o curso de pintura na Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro (atual Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro). Lá conheceu Oscar Niemeyer, os irmãos Marcelo e Milton Roberto, Jorge Machado Moreira, entre outros arquitetos que viriam se tornar parceiros de trabalho. Em 1932, fez seu primeiro jardim a convite de Lúcio Costa e Gregori Warchavchik (para a residência de Alfredo Schwartz em Copacabana, Rio de Janeiro) e não parou mais: seus parques e jardins estão espalhados pelo globo seja em casas particulares, locais públicos ou empresas privadas.

2 Os jardins do Design

Estudioso e intelectual, Burle Marx deu palestras no mundo inteiro explicando seu trabalho e dando lições de ecologia e sustentabilidade. Muitos de seus conhecimentos – como, por exemplo, a temporalidade, a organização dos elementos e as necessidades estéticas e sócio-econômicas – se aproximam tanto da área do design que William Howard Adams³ (1991 *apud* Frota, 2009: 136), ao analisar sua obra, considerou que “um paisagista é como um designer com a natureza e não, como muitos pensam, um pintor com a natureza.”

²Lucio Costa (1902-98) foi um dos mais importantes arquitetos e urbanistas brasileiros, que ficou mundialmente famoso pelo projeto do Plano Piloto de Brasília (1957).

³Curador da exposição individual que o Museu de Arte Moderna de Nova York dedicou em 1991 a Burle Marx – a primeira ali consagrada a um paisagista.



Projeto para o jardim do Banco Safra (SP), Guache, 1983, Acervo Burle Marx & Cia. Ltda.



Foto do jardim do Banco Safra (SP), Acervo Burle Marx&Cia.Ltda.

Burle Marx rejeitava o julgamento de seu trabalho como original:

A minha conceituação filosófica de paisagem construída baseia-se na direção histórica de todas as épocas, reconhecendo, em cada período, a expressão do pensamento estético que se manifesta nas demais artes. Neste sentido, a minha obra reflete a modernidade, a data em que se processa, porém jamais perde de vista as razões da própria tradição, que são válidas e solicitadas. (Tabacow, 2004: 24)

Quando, então, buscava em sua obra manifestar e registrar sua época da maneira adequada – fosse em jardins, pinturas, tecidos, cantos –, não estaria ele afirmando a importância da efemeridade? Não é isso que pretende o designer ao problematizar de maneira singular um projeto? Pelo menos, deveria ser. O designer precisa entender que seu trabalho é intrínseco a efemeridade humana e que o melhor resultado vem com a consciência disso, pois a atemporalidade é virtual no mundo do design. A tentativa de criar algo que não seja “datado” – que possua um estilo determinado de alguma época passada – é válido, mas apostar na permanência dessa nova criação é um esforço duro. Como tudo na vida, o design também tem um ciclo que pode ser mais ou menos longo, e o fato de ser efêmero, transitório, não interfere em sua importância, mas apresenta uma necessidade de constante atenção. O mercado, o mundo globalizado e o próprio comportamento da sociedade validam isso. Hoje, ser permanente é ser estático, é pedir por um anonimato, é ir ao contrário da contemporaneidade.⁴

Os sociólogos Zygmunt Bauman e Stuart Hall desenvolvem a teoria de que a sociedade vive um momento de hibridização que leva a uma fluidez de suas bases estruturais. A hibridização do indivíduo se deu à medida que os sistemas de significação e de representação cultural se multiplicaram e fomos confrontados por uma diversidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, cada uma das quais com um potencial de identificação ao menos temporário.⁵

Buscamos, construímos e mantemos as referências comunitárias de nossas identidades *em movimento* – lutando para nos juntarmos aos grupos igualmente móveis e velozes que procuramos, construímos e tentamos manter vivos por um momento, mas não por muito tempo. (Bauman: 2005: 32)

Bauman (2005: 11) pensa ser a globalização o destino irremediável do mundo, vendo-a “como uma grande transformação que afetou as estruturas estatais, as condições de trabalho, as relações entre os estados,

⁴Importante ressaltar que existem exceções a regra, como, por exemplo, a cadeira *Chaise Longue* de Le Corbusier que foi criada em 1928 e continua a ser produzida atualmente, e os movimentos retrô / vintage do século XXI.

⁵Hall, 2006: 12-3.

a subjetividade coletiva, a produção cultural, a vida cotidiana e as relações entre o eu e o outro”. As identidades antigas, rígidas e inegociáveis deixaram de ser uma opção realista no admirável mundo novo das oportunidades fugazes e das seguranças frágeis. Permanecer apegado às regras e suas deliberações é também uma limitação da liberdade, é perder as possibilidades em trânsito, um sintoma de inflexibilidade e de privação social. Um ambiente livre de surpresas, ambivalências e conflitos não permite o exercício da responsabilidade moral nas relações humanas sob condições de incerteza, diferenças e variedade.

Para os fluxos da globalização e o comércio serem livres pelos novos meios, a territorialidade precisa ser liquefeita, fronteiras devem ser apagadas. Qualquer rede densa e enraizada de laços sociais pode vir a se tornar um obstáculo. A transitoriedade das possibilidades vai se transformando, assim, numa sutil rede de conexões facilitada pela tecnologia que define a identidade por oposição.

Contudo, o efeito geral da globalização sobre as identidades é ainda mais complexo. Apesar de pluralizar as identidades e oferecer novas posições de identificação, existem projetos que gravitam ao redor da formação de grupos e da recuperação de tradições, recobrando unidades e certezas que sentimos “perdidas”⁶. Em toda parte, estão emergindo identidades culturais que não são fixas e sim suspensas em transição entre diferentes posições e que são o produto de complicados cruzamentos e misturas culturais cada vez mais comuns.⁷ Estereótipos, estigmas, identidades impostas, opções abandonadas, decisões inflexíveis e, inclusive, as natalidades socioculturais são analisados para se encontrar um arremedo sólido de identidade. As identidades precisam ser experimentadas, vividas, não somente observadas.

A experiência de se estar em um dos jardins de Burle Marx, então, é tida como fundamental para entender sua obra complexa e única. O arquiteto, antropólogo e escritor Lauro Cavalcanti (2009: 53, 60-1) diz que “nenhuma expressão planar poderia substituir a sensação de caminhar e atravessar vários tons, texturas, ruídos, luzes e sombras das

⁶É o caso da Europa Oriental. As áreas que se separaram da antiga União Soviética reafirmaram suas identidades essenciais ao reivindicarem uma nacionalidade sustentada por raízes culturais (muitas vezes “míticas”), rituais religiosos e características raciais. (Hall, 2006: 91-7 e Bauman, 1999: 66-72)

⁷Hall, 2006: 73-8.

plantas, águas e pedras dos jardins de Burle Marx”. A velocidade do deslocamento assim como o tempo de permanência são essenciais para provocar diferentes vivências e sensações. Os jardins mudam de acordo com o momento de nossa percepção, regidos por um conjunto de elementos e fenômenos que os ordenam e pelas realidades que manifestam – a topografia local, a materialidade dos elementos naturais, as estações do ano, as florações etc. Farés El-Dahdah⁸ utiliza momentos distintos de sua vida para exemplificar essas manifestações geradas pelos jardins de Burle Marx. Para ele, o paisagista era capaz de manipular combinações abstratas em perpétua animação que ofereciam à arquitetura uma certa liberdade de sua retitude estática:

[...] sempre me orgulhei do fato de que minha suposta última “visão” do Brasil teria sido a de um de seus jardins. Na segunda visita, entretanto, fiquei chocado ao ver quanto a minha impressão, que guardara por tanto tempo, não correspondia mais ao que, apesar de tudo, continuava sendo um belo jardim. (Cavalcanti, 2009: 63-4)

Hoje experimentar um projeto ou uma marca está se tornando uma forma de agregar valores e fidelizar seus públicos. Ver não é mais suficiente; é preciso vivenciar. É preciso passear por suas cores, tipografias, serviços, produtos e publicidades em momentos diversos, em tempos diversos. E como a sociedade atual recusa seu antigo rótulo de “receptora passiva”, a marca também precisa vivenciar as histórias, as opiniões, as críticas e os desejos de quem se mescla a ela. Tal qual os jardins de Burle Marx, os “jardins do design” devem desenvolver esse ciclo de florescimento e crescimento para poder mudar sua permanente efemeridade.

E o design parece estar implícito em tudo que Burle Marx falava quando ele fazia suas reflexões sobre o paisagismo. Um simples exercício de trocar as palavras “paisagismo” por “design” é capaz de nos mostrar isso. Por exemplo, Burle Marx definia o paisagismo como uma intervenção da cultura humana no mundo existente. Observava que era preciso ousar e se arriscar e também saber a hora de parar e decretar que

⁸Professor de arquitetura na Rice University (EUA) especializado em arquitetura moderna brasileira.

o trabalho estava pronto, utilizando uma criteriosa seleção de elementos.⁹

Temos que ter a coragem de renunciar a elementos que pareçam lindos mas que não trazem o resultado desejado quando associados a outros. O principiante tem a tendência de utilizar tudo aquilo que conhece. Criará, assim, um aglomerado de plantas, não um jardim, obra de arte. (Tabacow, 1984: 103)

Os profissionais de design também são responsáveis por essas intervenções que buscam ajustar a existência humana de forma utilitária e prazerosa com possibilidades de alterar percepções e valores coletivos e individuais. Aliando essa dimensão simbólica às questões econômicas, seus resultados passam a fazer parte intrínseca da sociedade e do mercado. Atento a isso, Burle Marx apontava que o paisagismo deve atender a “uma necessidade estética que não é luxo nem desperdício, mas necessidade absoluta da vida humana, sem o que a própria civilização perderia sua razão estética.”¹⁰

Além disso, Burle Marx não se cansava de repetir que a missão social do paisagista compreende uma tomada de consciência deste profissional a respeito de sua responsabilidade em relação ao bem-estar futuro das populações às quais são destinadas suas criações paisagísticas. Seu status social implica numa reflexão que inclui as necessidades e os desejos que dão forma à vida humana em geral, ou seja, é preciso repensá-los em sua relação com a natureza. Nos jardins, o passeador deve, então, compreender sua posição de verdadeiro destinatário das disposições que lhe são oferecidas. Trata-se de uma “pedagogia ecológica” que visa a transformação das mentalidades e o aprofundar de uma consciência a respeito dos desafios da preservação do planeta. Diante disso, o visitante tende a estabelecer uma nova relação consigo mesmo, com os outros (a coletividade social) e com o mundo.¹¹

⁹Cavalcanti, 2009: 54.

¹⁰Idem.

¹¹Leenhardt, 1996, p. 50 e 2009, p. 96.

Considerações finais

É perceptível que esses ensinamentos de Burle Marx são apenas alguns pontos que o artista teria para discutir sobre o design nos dias de hoje, se ainda fosse vivo. Suas filosofias se aproximam da *ecosofia* de Guattari, ou seja, a articulação ético-política entre três registros ecológicos fundamentais: o do meio ambiente, o das relações sociais e o da subjetividade humana. O filósofo francês (Guattari 2007: 9) acreditava que era necessária uma autêntica revolução política, social e cultural que reorientasse os objetivos da produção de bens materiais e imateriais, atingindo não só as forças tangíveis, mas também aos domínios da sensibilidade, da inteligência e do desejo para reinventar a existência humana em novos contextos históricos.

Para ele (Guattari, 2007: 30-3), o processo tende a começar pela esfera econômica com a descentralização dos focos de poder capitalista, passando das estruturas de produção de bens e serviços para as estruturas produtoras de signos, de sintaxe e de subjetividade. Esse deslocamento fará com que as relações humanas sejam reconstruídas em todos os níveis, levando a reinvenção da relação do sujeito com seu próprio corpo, com o inconsciente e com o tempo, e, conseqüentemente, com os “mistérios” da vida e da morte.

Parece que tanto o design quanto o paisagismo podem ser gatilhos para essas transformações. Portanto, abre-se aqui um ponto de partida para investigar a obra de Burle Marx em busca de mais ensinamentos que possam dar credibilidade ao design enquanto área de conhecimento, e também o colocando como ferramenta imprescindível de transformação do homem, da sociedade e do planeta.

Bibliografia

- Adams, W. (1991). *The unnatural art of the garden*. Texto de apresentação do catálogo, Nova York: Moma.
- Bauman, Z. (1999). *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- _____. (2005). *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

- _____ (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Burle Marx, R. (1987). *Arte e paisagem*. São Paulo: Nobel.
- _____ (2004), “Jardim e ecologia”, in: Tabacow, J. (org.). *Arte e paisagem – conferências escolhidas*. São Paulo: Livraria Nobel, pp. 85-9.
- Cavalcanti, L. & El-Dahdah, F. (org.). (2009). *Roberto Burle Marx 100 anos: A permanência do instável*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Chagas, F. (2009). *Design líquido: uma investigação sobre a construção das identidades contemporâneas*. Dissertação de mestrado, ESDI: Rio de Janeiro.
- Frota, L. (2009). “Roberto Burle Marx, um modernista planetário”, in: Cavalcanti, L. & El-Dahdah, F. (org.). *Roberto Burle Marx 100 anos: A permanência do instável*. Rio de Janeiro: Rocco, pp. 134-151.
- Guattari, F. (2007). *As três ecologias*. 18^a ed. Campinas: Papius.
- Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Leenhardt, J. (1996). *Nos jardins de Burle Marx*. São Paulo: Perspectiva.
- _____ (2009). “Roberto Burle Marx na história: do Modernismo à Ecologia”, in: Cavalcanti, L. & El-Dahdah, F. (org.). *Roberto Burle Marx 100 anos: A permanência do instável*. Rio de Janeiro: Rocco, pp. 84-99.
- Lemos, P. (1996). *Roberto Burle Marx*. São Paulo: Lemos.
- Martins, D. (2008). *O design é efêmero*, disponível em: [hmconsultores](http://hmconsultores.com.br) . [postado em 13 de fevereiro de 2008].
- Monat, A.; Campos, J. & Lima, R. (2009). *Metaconhecimento: Um esboço para o design e seu conhecimento próprio*, disponível em: [BOCC](http://www.bocc.ubi.pt). Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. [consultado a 14 de janeiro de 2009].

Quintanilha, F. (2008). *Design efêmero e a sociedade do consumo*, disponível em: [designcomhumor](#). [postado em 12 de dezembro de 2008]

Tabacow, J. (org.). (2004). *Arte e paisagem – conferências escolhidas*. São Paulo: Livraria Nobel.