

# EDUCAÇÃO GRÁFICA

## UM PARALELO HISTÓRICO ENTRE SKATE E DESIGN

Edmar Brusque<sup>1</sup>

### Resumo

A história dos esportes é tão rica quanto a história do design. Fatos ocorridos ao longo do tempo acabaram por modificar a maneira como a sociedade age em relação aos esportes e como o campo de conhecimento do design encontra sua própria história. O presente artigo busca explorar a amplitude histórica do *skate*, colocando-o em paralelo a uma linha de tempo que percorre a década de 1920 até a atualidade. A influência que o design exerceu sobre o skate, e também vice-versa, exemplifica como assuntos tão aparentemente diferentes relacionam-se de modo a contar uma única história.

**Palavras-Chave:** *Skate; Boardsports; Pranchas; Esportes; Conceito; Design.*

### Abstract

The history of sports is as rich as the history of design. Facts that happened through the times have changed the way that society acts towards sports and how the design knowledge field finds its own history. This article aims at exploring the historical amplitude of the history of skateboarding placing it side by side in a timeline that goes from the 1920's up to the present. The design influence over skateboarding and vice versa exemplifies how subjects apparently so different are connected to tell one single history.

**Keywords:** Skateboard; Boardsports; Boards; Sports; Concept; Design.

### 1. Os Despreocupados Passos do Skate e a Estruturação do Design

1920 foi uma década importante para a história do *skate* e do design. Para tanto, as linhas temporais destes dois temas se iniciam aqui, e avançam paralelas, década a década até chegar ao presente, citando fatos relevantes na trajetória do design e produtos que ao longo do tempo permitiram a consolidação do *skate* como esporte.

Nesse período a história acadêmica do design teve forte influência com o surgimento da Bauhaus. Uma escola de artes aplicadas fundada na

---

<sup>1</sup> Graduado em Design Industrial, UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis – SC, movimentodeideias@gmail.com.

Alemanha em 1919 por Walter Gropius que tinha como objetivo, além do papel social, estabelecer uma nova síntese estética nos produtos, que até então possuíam valor relacionado ao excesso decorativo e exageração formal, através da integração da manufatura e das artes. Segundo Bürdek (2006, p. 37), com o postulado de Walter Gropius, foi criado um novo tipo de profissional para a indústria, que dominava tanto a linguagem formal quanto às técnicas de produção modernas. Além disso, o método funcionava como a base para o ensino sistemático de desenvolvimento de produtos na Bauhaus, utilizando pesquisas de comportamento, análises funcionais e do uso das ciências de configuração. Essas etapas permitiam o desenvolvimento de produtos com a mais conhecida das intenções da Bauhaus, a de que a forma segue a função. Segundo Denis (2000, p. 18), “não resta dúvida que, em menos de quinze anos de funcionamento, a Bauhaus conseguiu se transformar no principal paradigma do ensino do design no século 20”.

Foi da década de 1920 que surgiram alguns objetos precursores do *skate*, brinquedos similares a patins e patinetes. Segundo Shah (2000, p. 11) “foi no início do século 20 que as crianças iniciaram a andar em patinetes, freqüentemente feitos em casa, que consistiam em pedaços de madeira com rodas de patins e um guidom para o controle”. Antes deles, as crianças tinham limitadas opções com brinquedos de locomoção. A bicicleta, sendo um veículo muito caro na época, era de acesso bastante restrito a poucas famílias. Foram feitos, nesta época, patins de três rodas, fixos aos pés, vendidos aos pares e sem nenhum mecanismo de controle.

Percebe-se que o metal é usado em todo o produto, um material pesado e que expressa bem a dificuldade encontrada na época pelo complicado acesso à tecnologia de materiais.

Certamente, sendo este um produto construído do tipo “feito-em-casa”, não pode expressar com precisão as possibilidades da década. A própria Bauhaus já demonstra bons exemplos de qualidade formal e funcional possíveis na época.



fonte: *Skull Skates Museum*. <http://www.skullskates.com/museum/3wheel.html>

Figura 1.: Patins de três rodas produzidos na década de 20.

A década seguinte foi uma das principais para o pensamento mais preocupado com fatores comerciais das empresas, principalmente nos

Estados Unidos. Foi aqui, na década de 1930 que o *Streamlining* ganha campo. Conforme Denis (2000, p. 132), a tendência é relacionada com o termo inglês *streamline* que denota a linha do fluxo da corrente de ar. Isso quer dizer que formas que remetesse à velocidade, arredondadas e alongadas, se tornavam mais atrativas. Na América do Norte, os aspectos simbólicos e estéticos se tornam tão importantes quanto à função do produto, e dessa forma atrair o consumidor para os produtos, tornando-os mais vendáveis.

Derivados de formas da natureza – a gota se mostra como forma ideal – o *streamline* tornou-se um símbolo de modernidade, do progresso e da esperança de um futuro melhor. Os designers viam a sua tarefa como tornar produtos “irresistíveis”, isto é procurar interpretar os desejos ocultos e esperanças do usuário e projetá-los sobre os objetos, de forma a estimulá-los à compra. Separados das soluções técnicas, os designers eram empregados apenas para resolver os problemas da forma (BÜRDEK, 2006, p. 182).

Nos anos 30 surgiram outros produtos frutos da criatividade coletiva. As crianças passaram a usar da liberdade criativa para descobrir seus próprios limites. Segundo Davis (1999, p. 11), “no final da década de 1930, crianças entediadas em ruas dos Estados Unidos, procurando maneiras de passar o tempo, começaram a desmontar patins na procura de melhores usos para eles”.

O produto feito em casa, possibilitando objetos mais acessíveis e alcançando uma maior quantidade de usuários, trouxe uma necessidade, que levou o surgimento de alguns produtos manufaturados, vistos como oportunidades por empresas. Um exemplo é o *scooter skate*, uma espécie de patinete e *skate* em um só produto. Poderia ser usado como um ou outro, em pé ou sentado, com uma simples colocação do guidom. Usava rodas de metal como de patins e não possuía mecanismos precisos de controle.

Muito provavelmente este produto teve influência do *Streamline*, mesmo que de maneira inconsciente, pelo fato de ter sido desenvolvido nos Estados Unidos e a tendência estar visível para toda a sociedade americana em grande parte de produtos, principalmente veículos. O desenho dos produtos tendem a um arredondamento em forma de gota, e o bico a uma flecha, em razão da expressão de velocidade que o produto pode alcançar. A cor vermelha também remete a um sentimento de força e emoção de quem o “pilota”.



fonte: *Skull Skates Museum*. <http://www.skullskates.com/museum/3wheel.html>

Figura 2.: *Scooter skate*, da década de 1930.

A década de 1940 é marcada pelo período de Guerra e pós Segunda Guerra Mundial, que modificou o mundo indiscutivelmente. O design, por sua vez, não fica fora dessa ótica. Durante a guerra, os materiais eram escassos, principalmente o aço, usado na elevada produção de máquinas, armas e equipamentos para os países dispostos a aumentar seu poderio bélico. Porém, os avanços tecnológicos devido à necessidade de competição entre países permitiram a disponibilidade de novos materiais como os polímeros, e novos sistemas, como os eletrônicos, além de diversos novos meios de produção que expandiram as possibilidades para o desenvolvimento do design industrial.

Um fato interessante modificou o sistema produtivo de forma bastante considerável: a obsolescência dos produtos. A idéia já era pensada desde a década anterior, porém, tudo ficou mais claro com o passar dos anos, quando os Estados Unidos se viram obrigados a agir de forma a aumentar a procura, e conseqüentemente a produção. Até então, produzia-se com objetivos de durabilidade, porém, a longa vida dos produtos fez com que as vendas comesçassem a cair, pois a maioria das pessoas já possuía os produtos e não necessitava mais dos mesmos, assim, a vida útil do produto passou a ser previsível. Desde então, têm data para o descarte com previsão de tempo de utilização.

No final da década de 1940, diversos bens duráveis produzidos pela indústria americana não estavam longe de atingir o ponto de saturação de mercado [...]. Era preciso que o consumidor consumisse por opção e não apenas por necessidade e, o conceito de obsolescência estilística foi introduzido como estratégia mercadológica já na década de 1930 (DENIS, 2000, p. 150).

No período de pós-guerra, os produtos passam a ocupar um maior valor simbólico, principalmente pela introdução de meios de comunicação e entretenimento. O produto passa a ser imaterial no sentido de que as sensações também se tornam um produto, como o cinema, o rádio e a televisão. Da mesma forma, o valor agregado adquiriu maior importância. Segundo Denis (2000, p. 179), "Com o enorme potencial econômico e cultural que o entretenimento passou a representar nas décadas de 1940 e 1950, a própria noção da natureza do produto industrial foi-se alterando".

A pouca disponibilidade de materiais como o aço, principalmente até o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945, forçou tentativas de produção e experimentos em diversos outros materiais. Um material que passou a ser usado com mais freqüência foi o alumínio. O *skeeter skate* foi um produto lançado nesse contexto, usando o alumínio em razão da escassez do aço, o que o tornava mais barato. Outra novidade neste precursor do *skate* foi, que com o sistema de controle, era possível realizar curvas através do manípulo, também removível. A inovação que permitia ao *skate* fazer as curvas foi à introdução dos sistemas de controle junto às rodas, chamados *trucks*. Nome e sistema vindo dos carros de trilhos de trem, condicionados a percorrer diversos caminhos entre as ferrovias.



fonte: <http://www.skullskates.com/museum/skeeter.html>

Figura 3.: *Skeeter* de cerca de 1945.

## 2. O Design Chega ao Brasil e o Skate Toma Forma

A década de 1950 foi chamada de anos dourados em razão do grande esforço para o desenvolvimento do Brasil. No país, o design, só começa a ganhar campo a partir deste período, mesmo de forma bastante modesta. Enquanto que Europa e Estados Unidos já eram nações bastante conscientes da importância do design, o Brasil não ia além de uma colônia em atitude, iniciando suas intenções em industrializar o país, primeiro passo para a introdução da consciência sobre a direção a tomar no desenvolvimento de produtos. Segundo Niemeyer (1998, p. 52), “em 1955, o projeto governamental para o desenvolvimento da indústria tinha como alguns fundamentos o ingresso de capital estrangeiro e a importação de tecnologias”. O País situava-se em um patamar muito fraco em termos de industrialização, com uma população agrária em sua grande maioria, desta forma, o consumo era tão limitado que o design não tinha campo para se desenvolver.

Os *skates* ou similares, na década de 1950, eram muito difíceis de encontrar. O *skate*, a não ser para crianças e surfistas, não passava de uma moda de criança para a sociedade, como o ioiô ou o bambolê. Restava fazê-los em casa usando rodas de patins presos em pedaços de madeira. As primeiras manobras foram realizadas nestes *skates*, com o estilo *underground*, ou seja, por trás dos panos, do foco principal. É aí que as raízes do *skate* se formam, na vontade de praticar, na paixão crua das ruas.

É interessante notar que o *skate* surge quando a indústria sai de cena. A falta da produção em massa, neste caso, contribuiu para o surgimento de um produto com sua identidade própria. Sempre esteve contido no produto feito artesanalmente uma individualidade natural, ao contrário da padronização da produção em larga escala.

Sem dúvida, nesta década, o *skate* e o design no Brasil seguem caminhos opostos que, de uma forma natural, conduzem os rumos para as mudanças favoráveis a ambos. Enquanto que no Brasil a busca pela industrialização e produção em massa parece ser o caminho para que o

design possa conquistar seu espaço, o *skate* se vê deixado de lado pela indústria, e dessa forma, adquire sua própria identidade.

Os esforços para a industrialização do Brasil logo levaram à criação do primeiro curso de design no País, a ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial), no Rio de Janeiro, um passo de grande importância para desenvolvimento da área profissional e na busca de uma identidade para os produtos nacionais. Segundo Niemeyer (1998, p. 88), "O decreto de criação da ESDI foi assinado em 5 de dezembro de 1962, pelo governador Carlos Lacerda, em meio às comemorações de seu segundo ano de governo".

Nos Estados Unidos, foi no final da década de 50 que os surfistas perceberam que, mais que um brinquedo, o *skate* era uma oportunidade de diversão para os períodos sem ondas no mar. Era como o *surf* por traz dos panos, pois os movimentos necessários para se praticar o *skate* eram muito parecidos ao *surf*. Segundo Davis (1999, p. 11), "Esse momento de "estilo eureka" de inspiração trouxe uma rápida mudança no desenvolvimento do *skate*, de singelos brinquedos para pranchas de *surf* com rodas". Um movimento pequeno, porém o *skate* se torna mais popular na década seguinte.

A década de 1960 foi de elevado crescimento do consumo, principalmente consumidores mais jovens dispostos à mudança, à desvinculação em relação ao que as gerações passadas consumiam. As guerras inspiravam protestos e posições opostas a elas, e principalmente entre jovens, eram crescentes. Segundo Tambini (1999, p. 22) em relação a esse período "desejavam, sobretudo, um visual que pudessem chamar de seu, que os distinguisse de seus pais e reforçasse o abismo que se ampliara entre as gerações do pré e pós-guerra".

A personalidade de cada indivíduo da sociedade estava muito mais forte, e a busca da identidade tomava um espaço muito grande. O campo do design nos anos 60 foi marcado principalmente pelo posicionamento de crítica em relação a muito do que tinha e estava sendo feito no desenvolvimento de produtos até então, como o funcionalismo, a estética e o supérfluo.

(Wolfgang Fritz) Haug mostrou em diversos exemplos que o design como meio de aumentar o valor dos produtos decepciona, ou seja, pela configuração estética dos objetos não se alcançará nenhuma melhora do valor de uso. [...] O arquiteto Werner Nehls reagiu de forma polêmica e irônica chocando a cena do design com a afirmação de que a "concepção objetiva e funcionalista do design estava completamente ultrapassada" (BÜRDEK, 2006, p. 61).

Além desse contexto, a metodologia do design é aprimorada de forma a expandir as características racionais do design no processo de desenvolvimento de produtos. Segundo Bürdek (2006, p. 251), "a motivação para isto era o aumento das tarefas dadas aos designers da indústria nesta época". A complexidade e quantidade dos problemas de projeto, de informações necessárias para a resolução dos mesmos e os tipos de problemas tornaram muito difícil solucioná-los de forma apenas intuitiva.

O consumismo dos anos 60 despertou o interesse em produzir, introduzindo novidades no mercado. Diferentes brinquedos foram lançados e o *skate*, para a indústria, não passava de um deles. A atividade começou

a estar presente num cenário maior, com mais diversidade de produtos e maior acesso ao público consumidor.

Um exemplo desses brinquedos é o *scoot kit*, que consistia de dois pares de rodas, como patins, usando rolamentos e rodas metálicas. O interessante do *scoot kit* é que ele era um brinquedo com conceito de "faça você mesmo". Acompanhava um jogo de parafusos e manual de como fazer seu próprio *skate*, patinete ou carrinho de rolimã.



fonte: <http://www.skullskates.com/museum/scootkit.html>

Figura 4.: *Scoot Kit*, nos anos 60.

Outros produtos já assimilavam a aparência similar aos atuais skates. Esses modelos surgiram paralelamente com a popularidade e vendas em ascensão. O *skate* já era uma evidente alternativa para os jovens americanos e canadenses, e campeonatos eram realizados por empresas a fim de aumentar a popularidade da atividade. As manobras, como se pode imaginar eram bastante diferentes das vistas hoje em dia. Praticava-se em grandes áreas planas, e sem manobras aéreas, eram relativamente comportadas. Roller Derby foi uma das primeiras empresas a iniciar a produção de *skates* em larga escala.

Os primeiros *skates* eram inteiramente produzidos em casa, pelo menos até companhias tais como Humco e Roller Derby introduzirem seus primeiros *skates* pouco antes de 1960. Mesmo com o crescimento da popularidade do esporte, o *skate* ainda era considerado um simples brinquedo até pelo menos 1962 ou 1963, quando a indústria do *surf* começou a tomar interesse comercial (DAVIS, 2004, p. 11).

Houve outra pausa na disponibilidade do *skate* nos anos 60, segundo Peralta (2002) em 1965 o *skate* não existia mais, era visto como uma moda passageira de criança.

Grandes desenvolvimentos acompanharam a história do *skate* da década de 1960, como as rodas de argila que permitia melhor performance em relação ao metal, a fibra de vidro com resinas, que deixava as pranchas mais leves e resistentes e, segundo Shah (2000, p. 45), a curvatura longitudinal do *shape*, o *kicktail*, aumentando as possibilidades de manobras, introduzida por Lary Stevenson, da *Makaha Skateboards*.

Essa popularidade era muito ligada ao *surf*. O *skate* era visto como o *surf* do asfalto, a fantasia do *surf* influenciava o *skate* nas ruas, e a maioria



dos *shapes* de *skates* no fim da década de 1960 e início dos anos 70 tinha o formato de pranchas de *surf*.

### 3. A Formação do Estilo do Skate e a Ética no Design

Os anos 70 foram marcados pela conscientização do design como campo de conhecimento e seu devido papel, a atividade passou a ser tratada com uma visão mais profissional, adquirindo preocupações sobre a futuro e campo de atuação do designer.

A especialização do trabalho, a divisão das tarefas começou a receber os primeiros votos negativos. Segundo Bürdek (2006, p. 19) “esta divisão de trabalho provocou, nos anos 70, a reação de que jovens designers procurassem novamente unir projeto, produção e comercialização em conjunto”.

As preocupações ecológicas, principalmente por manifestações dos jovens, passaram a vir à tona a partir do gigante crescimento industrial que consumia uma grande quantidade de matéria prima e aumentava a poluição nas grandes cidades pelas indústrias e automóveis. Nesta década, Victor Papanek, um grande expoente sobre a relação entre design e ecologia lança o livro “Design Para o Mundo Real” que expõe, além das condições reais dos fatores ecológicos mundiais, a necessidade de reflexão sobre a consciência ecológica que o design deve levar em conta em sua atividade. Segundo Dormer (1945, p. 86) “Victor Papanek, em Design Para o Mundo Real (1971), sugere que palavras tais como belo ou feio deveriam ser banidas do vocabulário do design e o termo significativo usado no lugar”.

Neste período, as preocupações com o meio ambiente estavam tão presentes que o assunto era visto como modismo, inclusive pelo próprio Papanek. Em a revista *Arquitetura e Design*, Papanek (1995, p. 11) cita, já nos anos 90, que os valores ecológicos deveriam ser muito mais profundos do que havia sido tratado nos anos 70.

O capitalismo também passa a ser criticado, e a forma com que o design tem se colocado em relação a ele também é lembrada. O designer, muitas vezes, preferia trabalhar de forma diferente a lhe era solicitado, porém, o sistema exigia que sua atividade fosse colocada em razão da produção, do lucro.

Foi na década de 70, mais precisamente em 1972, que Jeff Ho, Skip Engblom e Crag Stecyk fundaram a *Zephyr Surfboard Productions*. A loja de pranchas de *surf* viria a acompanhar os jovens de maior influência no estilo do *skate* atual. Três anos mais tarde a *Zephyr* montou uma equipe de jovens skatistas que incorporaram o estilo das ruas e surpreenderam a todos com uma maneira completamente diferente de tudo que havia sido visto até então, participando de seu primeiro campeonato, organizado pela maior produtora de *shapes* de *skate* na época, a Bahne.

Várias inovações permitiram essa explosão do *skate*, entre elas as rodas de uretano, que proporcionavam maior aderência e velocidade. Segundo Shah (2000, p. 45) Na década de 70 Frank Nasworthy inventou o uretano e foi a primeira grande revolução do *skate*. Novas manobras foram introduzidas e pouco tempo mais tarde, graças ao uretano e a ousadia dos *Zephyr Boys*, o *skate* vertical se tornaria possível. Assim como o design, o



*skate* busca sua identidade. Os Z-boys contribuem para sua formação, e as artes gráficas, mais expressivas na década, demonstram como a atitude faz parte da cultura do *skate*.

Nem tudo é desenvolvimento em razão da atitude e crescimento em qualidade. A massificação do *skate* traz consigo produtos de má qualidade, preocupados apenas com as vendas e o lucro. O *polyboard* é um produto feito no mundo abundante do plástico, com produção em larga escala e a preço bastante baixo. Porém a qualidade é muito ruim, ocasionando, inclusive, acidentes com crianças que os utilizaram.



fonte: Skull Skates Museum. <http://www.skullskates.com/museum/cal240.html>

Figura 5.: CAL 240 *Polyboard*, a produção em massa degride a qualidade do *skate* na década.

Novas idéias e tecnologias são usadas em favor do desenvolvimento do *skate*. Lixas são usadas para aumentar o gripe e segundo Shah (2000, p. 45), a fibra de vidro agora usada em conjunto com lâminas de madeira, proporciona maior flexibilidade à prancha que se tornam mais largas, avanços desenvolvidos pelo skatista profissional Lonnie Toft e Willie Winkel da empresa Wee Willie Winkel de 1973 a 1976.

Os rolamentos de precisão são também introduzidos, por Jay Shuirman da empresa NHS em 1974. As modificações e aperfeiçoamentos no *truck* (conjunto de controle do skate) tornam as pranchas praticamente definitivas em termos de materiais e formas. Segundo Shah (2000, p. 12), "A empresa NHS desenvolveu (em 1978) duas chaves para a inovação no *skate*: o uso dos rolamentos de precisão e as modificações no *Truck* que permitiram a movimentação independentemente de cada roda".

Nos anos 80, a elevação da produção ocorria em favor da tecnologia gerada, facilitando o processo e a disponibilização dos materiais. Isso permitiu o acesso da sociedade a um maior número de produtos. Desta forma, as pessoas não se satisfaziam apenas com as necessidades básicas do dia a dia, elas procuravam por produtos que lhes fornecessem o prazer, a diversão e o entretenimento. Essa tendência era aproveitada pela indústria, que se preocupava em desenvolver produtos que chamassem a atenção para as funções estéticas, além de elevar esforços a fim de desenvolver a novidade, alta razão para o consumo. Os consumidores, por sua vez, observando a crescente disposição de diferentes produtos, se tornavam cada vez mais exigentes, e as competições entre as indústrias contribuíam para a maior qualidade dos produtos. Segundo Papanek (PAPANEK, 1995, p. 165) "Este fato explicará não só as rápidas e loucas mudanças de estilos, excentricidades e tendências que o mercado oferecia,

mas também a correria para qualquer nova aventura que promettesse novas formas do prazer”. Por esses fatos fica claro que o designer estava mais presente nas indústrias.

Movimentos iniciados no final da década de 70 e 80 chegaram para chocar. Criado por Ettore Sottsass, em dezembro de 1980, o estúdio Memphis queria mudar a forma como a profissão funcionava até então. As formas femininas, o minimalismo irônico, os contrastes e a liberdade de criação eram comuns nos produtos criados pelos designers do grupo. “Uma nova sensualidade era procurada e que com sua popularidade pudesse estar presente em todos os continentes, e por isso Memphis foi declarada como um Novo Estilo Internacional” (BÜRDEK, 2006, p. 139).

Nos anos 80, novas formas foram sendo criadas para buscar a individualidade do skatista, suas atitudes e opiniões. Séries de grandes skatistas emprestando seus nomes aos modelos eram lançadas. Os modelos eram ricos, não apenas em formas, mas principalmente em relação às artes gráficas, remetendo a grandes nomes do cinema e da música. A auto expressão, ou seja, a busca pela própria identidade e estilo de cada skatista estava cada vez mais presente nos *shapes* lançados.



fonte: <http://www.skullskates.com/museum/deadguys.html>

Figura 6.: Skate denominado Dead Guys Coffin, da Skull Skates.

No fim da década de 80 o *skate* estava desaparecendo, os parques fechando e as rampas indo abaixo. As pessoas realmente estavam perdendo interesse e muitos culpavam as revistas por focar tanto a revolução underground das ruas. Mais uma vez o *skate* sofre uma pausa, seria a terceira e última após os períodos de 1950 e 1965.

Um novo conceito na análise de ciclo de vida dos produtos é gerado nos anos 90, segundo Papanek (1995, p. 63), o “*design for assembly*” termo que significa design para desmontagem. As preocupações com o descarte final do produto devido à percepção de que os recursos naturais estariam prestes a se esgotar e a possibilidade de reaproveitamento das partes exige uma melhor maneira de separar as partes dos produtos, agora muito mais complexos em número de componentes.

Na década de 1990, segundo Bürdek (2006, p. 139), a estagnação em relação a novos movimentos e tendências esteve presente no campo de atuação do design, principalmente na Itália, quando Milão foi o centro da atenção para os novos rumos que o design poderia seguir. A introdução da eletrônica, superando a mecanização, transfere o design para outros centros, como Barcelona e Tóquio, e exige novas tarefas ao designer.

Com a diminuição no volume da produção de skates no fim dos anos 80, poucas fábricas permanecem. Com a pequena procura, estas “sobreviventes” vendem poucas unidades.

A estagnação criativa do design, como expõe Bernhard Bürdek, é, talvez por coincidência, percebida nos *skates* da época. As formas tendem a se tornar mais simples no decorrer da década, com menos ornamentos formais e visuais. O *skate* se torna mais puro e os padrões formais simétricos são mais aparentes.



fonte: *Skull Skates Museum*. <http://www.skullskates.com/museum/soupcan.html>

Figura 7.: *Skull Skates Soup Can*, dos anos 90, quando a estagnação da produção tomava conta.

Em meados de 90, uma nova escola de skatistas passava de crianças para adultos paralelamente com as mudanças do *skate*. Era um novo nicho consumidor em formação dando novo fôlego à indústria.

A década de 1990, principalmente a partir da segunda metade, praticamente coloca um ponto final nas formas dos *skates*, nas cores e na tecnologia aplicada. O preto puro na superfície superior em razão da lixa utilizada, além da simetria formal, expressa a mínima complexidade visual existente nos novos modelos, que passam a ter a qualidade relacionada com a tecnologia de materiais empregada, nas rodas, *trucks* e *shapes*. As artes gráficas e cores são aplicadas na superfície inferior somente, e ali é que a riqueza visual diferencia os estilos particulares de cada skatista.

Após o ano 2000, o *skate* passa a se comportar como um crescente nicho de profissionalismo. Movimenta enormes quantias em dinheiro e os skatistas se tornam atletas e ídolos de gerações mais jovens. As ruas continuam sendo o território do skatista, que existe em todo lugar, e o esporte é digno de competições que atraem fanáticos de todo canto do mundo. O esporte tem sua história que continua sendo escrita pelos skatistas ao longo do tempo. Segundo James Davis (DAVIS, 2004, p. 9), "esta perfeita atividade natural tem produzido uma indústria de muitos milhões de dólares, incontáveis lágrimas, dor e ossos quebrados, mas também imensuráveis quantias de desafio, satisfação e, acima de tudo, diversão para todos os envolvidos".

O design e seu amplo campo de conhecimento interdisciplinar relacionado aos métodos de projeto e tecnologia determinam como os produtos estarão à disposição da sociedade. Questões técnicas, funcionais ou comunicativas possuem alto grau de influência no modo como a sociedade vê o mundo atual. O designer tem a competência de inovar e comunicar através de uma imagem de produto que adquire uma identidade própria.

Por outro lado, grupos sociais buscam sua individualidade diante do restante da população. A procura por um estilo único como forma de identificação pode surgir de uma associação com uma prática comum, como acontece com o *skate*. A coletividade criativa, mesmo que inconsciente,

demonstra a vontade dos indivíduos em avançar, de aprimorar os hábitos sociais que normalmente fazem parte do cotidiano individual, observado pelo fato de que os próprios praticantes foram os principais criadores e produtores do *skate*.

Mais que coincidências ou pontos paralelos dispostos na linha do tempo. O design é tão importante para o desenvolvimento de conceitos ou equipamentos esportivos, inovando e desenvolvendo produtos sensíveis ao olhar, quanto à criatividade e identidade da sociedade são primordiais para que o designer visualize potenciais caminhos para o direcionamento de sua atividade.

#### 4. Referências

- [1] BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- [2] DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. 1ª edição. São Paulo: Edgar Blücher, 2000.
- [3] DAVIS, James. PHILLIPS, Skin. **Skateboard roadmap**. Spain: Carlton Books, 1999.
- [4] DAVIS, James. PHILLIPS, Skin. **Skateboarding is not a crime: 50 years of street culture**. New York: Firefly books, 2004.
- [5] NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil, origens e instalação**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998
- [6] PAPANÉK, Victor. **Arquitetura e design**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1995.
- [7] **DOGTOWN, onde tudo começou**. Direção de Stacy Peralta. Califórnia, EUA: Sony Pictures, 2002. 1 (91 minutos): DVD. NTSC, son., color, legendado. Port.
- [8] SHAH, Sonali. **From innovation to firm formation in the windsurf, skateboarding and snowboarding industries**. Illinois, EUA. 61p. University of Illinois at Urbana: Champaign. Trabalho não publicado.
- [9] Skull skates museum. **Skull skates museum online**. Disponível em: <<http://www.skullskates.com/museum/intro.html>>. Acesso em: 8 novembro 2006.
- [10] TAMBINI, Michael. **O design do século**. 2ª edição. São Paulo: Editora Ática, 1999.