CADERNOS DE ESTUDOS AVANÇADOS EM DESIGN

multiculturalismo

organização: Dijon De Moraes

caderno 1 v.1

Artigos

Antônio Greco Rodrigues	Multiculturalismo
Alexandre Amorim dos Reis	A materialidade do design
Dijon De Moraes	Multiculturalismo como cenário para o design
Maria Cecília Loschiavo dos Santos	Consumo, descarte, catação e reciclagem: notas sobre design e multiculturalismo
Maristela Ono	Design e multiculturalismo: tecitura polissêmica, multidimensional e variável

CADERNOS DE ESTUDOS AVANÇADOS EM DESIGN

multiculturalismo

organização: Dijon De Moraes

caderno 1 v.1

CENTRO T&C DESIGN ESCOLA DE DESIGN UEMG

SANTACLARA Editora Produção de Livros Ltda.

Belo Horizonte, Julho 2008

ISBN978- 85-87042-01-2

Os Cadernos de Estudos Avançados em Design integram coleção do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais – ED UEMG.

Comitê Científico
Alessandro Biamonti, Dr. | Politécnico di Milano – POLIMI
Alpay Er, Dr. | Istanbul Tecnhical University –ITU
Cláudio Germak, Dr. | Politécnico di Torino – POLITO
Carlo Vezzoli | Dr. Politécnico di Milano – POLIMI
Dijon De Moraes, Dr. | Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Flaviano Celaschi, Dr. | Politécnico di Torino – POLITO
Gui Bonsiepe, Dr. | Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ
Itiro Iida, Dr. | Universidade de Brasília – UnB
Jairo Drummond Câmara, Dr. | Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Lia Krucken, Dr. | Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Luigi Bistagnino, Dr. | Politécnico di Torino – POLITO
Marcela Varejão, Dr. | Universidade da Paraíba – UFPB
Maria Cecilia Loschiavo dos Santos, Dr. | Universidade de São Paulo – USP
Maristela Ono, Dr. | Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Rui Roda, Dr. | Universidade de Coimbra – ARCA
Sebastiana Bragança Lana, Dr. | Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Silvia Pizzocaro, Dr. | Politécnico di Milano – POLIMI
Rita de Castro Engler, Dr. | Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Vasco Branco, Dr. | Universidade de Aveiro – UA
Virginia Pereira Cavalcanti, Dr. | Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

Apoio
Fundação de Amparo à Pesquisa – FAPEMIG

Projeto Gráfico
Centro de Design – Centro de Estudos e Desenvolvimento de Projetos de Design/ED/UEMG. Coordenador: Silvestre Rondon. Estagiários: Leonardo Lima, Thaís do Amaral, Alice Dias, Ana Beatriz Braz. Fonte da capa: Ecran medium, por Leonado Rocha Dutra. Arte Finalista: Lucas Caria Maciel.

Impressão
Santa Clara Editora Ltda

CDU 7.05
D457 Design e multiculturalismo / organização Dijon De Moraes. – Belo Horizonte : Santa Clara : Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design. UEMG, 2008.
84 p. ; 21 cm. – (Cadernos de Estudo Avançado em Design, Caderno 1, v. 1 (jul. 2008).

ISBN978- 85-87042-71-2

1. Design. 2. Multiculturalismo. 3. Relação local-global.
I. Moraes, Dijon De. II. Universidade do Estado de Minas Gerais.
III. Série

Ficha catalográfica: Bibliotecária Suzana M. de M. Ramos – CRB 1609

CADERNOS DE ESTUDOS AVANÇADOS EM DESIGN

multiculturalismo

organização: Dijon De Moraes caderno 1 v.1

07 **Editorial**
Design e multiculturalismo
Dijon De Moraes

10 **Introdução: histórico do Centro**
Dijon De Moraes - Coordenador

21 **Multiculturalismo**
Antônio Greco Rodrigues

31 **A Materialidade do design**
Alexandre Amorim dos Reis

45 **Multiculturalismo como cenário para o design**
Dijon De Moraes

63 **Consumo, descarte, catação e reciclagem: notas sobre design e multiculturalismo**
Maria Cecília Loschiavo dos Santos

71 **Design e multiculturalismo: tecitura polissêmica, multidimensional e variável**
Maristela Ono

Agradecimentos

O nosso reconhecimento à Reitora da UEMG profa. Janete Gomes Barreto Paiva, Ana Adelina Lins, Lia Krucken, Danielle Conceição, Gabriele Maria Paganini (Itália), equipe Escola de Design, equipe Editora Santa Clara e as instituições CNPq e Fapemig.

Editorial

Design e multiculturalismo

É com grande satisfação que publicamos o primeiro número da coleção Cadernos de Estudos Avançados em Design – Caderno I, Volume I, – do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design da ED UEMG, com o oportuno tema **Design e Multiculturalismo**. Os artigos, ora apresentados em formato livro, são o resultado do primeiro seminário realizado pelo Centro, em forma de mesa redonda. Destacamos que, em época de cenário globalizado, rápida disseminação do conhecimento e de contínua interligação entre povos, o multiculturalismo desponta como protagonista ao envolver diferentes atores sociais com suas culturas, valores éticos, estéticos e costumes distintos. Ao lado disso, o complexo fenômeno de multiculturalismo presente na globalização trouxe, para dentro da disciplina do design, elementos paradoxais, de diferentes proveniências, fontes diversas, contrastantes e de grande conflituosidade que, interagindo entre si, por via de um constante fenômeno de mutação, possibilitaram a construção de caracteres e sentidos múltiplos para o design mundial. A atividade de design, neste contexto, bem como outras centradas na relação entre valores humanos e tecnológicos, posiciona-se como importante interface ao promover a cultura material dentro de uma sociedade que hoje não se apresenta mais homogênea, estática e de fácil decodificação (entenda-se de fácil reconhecimento e individualização), mas como heterogênea, mestiça, fluida e dinâmica. Por outro lado, esse novo cenário propiciou o surgimento de novas formas produtivas de bens industriais e de serviços não mais destinados a um mercado regional, como precedentemente estabelecido, mas de viva e reconhecida abrangência internacional. O seminário **Design e Multiculturalismo**, organizado pelo Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design da ED UEMG, contou com a participação presencial de vários estudiosos que a ele trouxeram reflexões, abordagens, análises e prospecções inerentes ao tema proposto, não obstante a diversidade de suas proveniências e suas áreas de conhecimento. De igual forma, dentro da proposta do Centro em contribuir para a troca de conhecimentos entre docentes e pesquisadores que compõem a comunidade de referência em design (*milieu*), publicamos também, neste volume inaugural, artigos de pesquisadores convidados que se propuseram refletir sobre o multiculturalismo e sua inconteste influência para a cultura material.

O tema **multiculturalismo** proposto nos levou, portanto, a reflexões sobre os desafios existentes dentro do modelo de globalização e seu impacto no âmbito do design. Este fenômeno de globalização traz consigo o "confronto" entre povos distintos e culturas diversas que, interagindo entre si, ao mesmo tempo, se contrapõem. Por outro lado, se alargarmos a dimensão do problema, saberemos que, com a globalização, o mercado deixa de ser protegido regionalmente, a tecnologia produtiva é posta ao alcance de todos e as informações tornam-se disponíveis em tempo real, pela Internet. A conseqüência disto tudo é que se tenda para uma produção industrial que se assemelhe em qualidade e estética, em função e uso, em comunicação e mensagem. Tudo isso exige de designers e produtores, na atualidade, novas estratégias para a produção industrial global. Uma hipótese possível seria a busca de reafirmar estilos de vida próprios (*local lifestyle*) e a inserção de identidades culturais regionais sólidas (conceito de *terroir*) como valores de distinção em cenário heterogêneo, ou seja: o desafio torna-se inserir elementos da cultura e identidade local como valores de difícil imitação e cópia por parte de outras regiões e países. De acordo com Antônio Greco, que abre o primeiro capítulo desta publicação, o multiculturalismo apresenta-se como um conceito impactante dentro do cenário das ciências humanas, alterando a forma de pensar as relações étnicas. Sua compreensão exige que se trabalhe de maneira clara e objetiva o conceito de cultura. A idéia da ação multicultural parte de uma discussão da idéia tradicional de nação e nacionalismo. Segundo ainda Greco, o multiculturalismo pretende diluir fronteiras assim criadas, marcando-se como o oposto do nacionalismo. É a construção teórico-ideológica que busca lidar com as diferenças nas sociedades onde convivem múltiplas etnias. Nesta acepção, o conceito de multiculturalismo é etiqueta para uma posição intelectual aberta e flexível que levaria a nunca se falar de oposições e contradições, mas apenas de diferenças. Alexandre Amorim, por sua vez, no segundo capítulo deste caderno, procura demonstrar que o estudo da matéria é fundamental e influente para os elementos teóricos constituintes do design, independentemente da origem e da questão étnica humana. Ainda que as finalidades de uma relação com a matéria sejam distintas entre o design e as artes, elas tratam a matéria como essencial no fazer e pensar artístico, enquanto que no design, apesar da relação com os materiais fundamentar-se em termos técnico-científicos, isso ocorre de modo não essencial, com menor relevância dentre todos os aspectos que orientam um projeto. Assim como nas artes plásticas, é necessário trazer o universo material para uma consideração mais apropriada ao campo do design. Dijon De Moraes, no terceiro artigo desta publicaçao, afirma que o fenômeno multicultural em território brasileiro trouxe para dentro da prática da disciplina de design elementos paradoxais, contrastantes e conflituosos, que se apresentam

em constante evolução. Segundo o autor, é evidente que as sociedades plurais (como o Brasil), cheias de sentido e energias híbridas, não são compostas somente de aspectos positivos. Faz-se necessário, também, reconhecer os conflitos, os contrastes e os paradoxos que coexistem em seu conteúdo formativo. Procurar entender o paradigma brasileiro, com toda sua energia e pluralidade intrínsecas, é, em hipótese, de acordo com Moraes, uma maneira de refletir sobre as novas e possíveis estradas para o design no mundo global. Maria Cecilia Loschiavo dos Santos, no quarto ensaio aqui apresentado, pretende repensar o boom contemporâneo do design e a problemática do descarte do produto pós-consumo à luz dos estudos críticos. O seu texto reconsidera as dimensões pluralísticas, interdisciplinares e multiculturais na dialética do consumo-descarte e reciclagem, ressaltados por Loschiavo dos Santos. Maristela Ono, no último capítulo do caderno, enfatiza por sua vez, a relação entre multiculturalismo e design. Seu artigo busca contribuir para um melhor entendimento do papel do designer no desenvolvimento de artefatos para a sociedade, diante dos imperativos de padronização e diversificação com os quais nos deparamos nos múltiplos e variados contextos. Com base em uma abordagem interpretativa, a autora parte do entendimento da cultura como um fenômeno polissêmico, multidimensional, dinâmico e intimamente vinculado ao processo de desenvolvimento social e econômico da sociedade, na qual coexistem forças tanto no sentido da padronização, intensamente promovidas pelos processos técnicos e pela internacionalização da economia, quanto da diversificação, do fundamento e da expressão das identidades. Por fim, agradeçemos a todos os articulistas que colaboraram com esta publicação e convidamos o leitor a refletir conosco sobre os novos desafios e oportunidades para o design no cenário múltiplo e globalizado de uma modernidade mestiça e plural. Boa leitura.

Dijon De Moraes, Dr.

Introdução: histórico do Centro

No ano de 1999, quando iniciei o doutorado em design junto ao Politécnico di Milano, Itália, os doutorandos que ali chegavam deviam, dentro do formato de percurso instituído para o *stricto sensu*, escolher uma dentre as dezessetes "Unidades de Estudo e Pesquisa" existentes, como parte formativa do seu programa de doutorado.

Pelo fato de ter dedicado muitos anos à atividade prática em design no Brasil, com colaborações efetivas a indústrias, prestação de consultorias a organismos governamentais, de manter escritório próprio e por fim exercer o magistério como professor de prática projetual junto à Escola de Design da UEMG, propus-me canalizar minhas energias em um novo desafio (que, em muito, sempre me interessou) que dizia respeito aos fatores teóricos e culturais inerentes ao design.

A minha opção, portanto, foi colaborar em uma Unidade que tratasse dos aspectos ainda poucos sedimentados no âmbito do design, com os problemas sendo analisados pelo prisma da teoria, da complexidade e da cultura em design.

Curiosamente, a "Unidade de Pesquisa" do meu orientador prof. Andrea Branzi era destinada aos estudos das transformações dos territórios urbanos e dos espaços interiores. Por outro lado, a Unidade do meu co-orientador prof. Ezio Manzini ocupava-se dos estudos sobre a sustentabilidade ambiental e os fatores inerentes ao impacto da produção industrial na qualidade de vida humana.

Tomei conhecimento, naquela oportunidade, pela profª. Silvia Pizzocaro então subcoordenadora do programa de doutorado, da sua intenção em instituir uma nova Unidade de Pesquisa destinada aos estudos complexos inerentes à teoria e cultura em design. A professora Pizzocaro teve como orientador de tese o prof. Tomás Maldonado e, portanto, trazia consigo grande afinidade e familiaridade com as questões reflexivas e analíticas da cultura projetual.

Com uma equipe composta por cinco doutorandos provenientes de países distintos como Itália, Líbano, Colômbia e Brasil, iniciamos as atividades de instituição da Unidade de Estudo e Desenvolvimento Teoria e Cultura de Pesquisa em Design – USDI- junto ao programa de doutorado em design do *Politécnico di Milano*. O nosso desafio, além de instituir a referida unidade de estudo, foi o de ampliar a plataforma de conhecimentos inerentes à teoria e cultura em design pela promoção de congressos, seminários, fóruns e mesas redondas, sempre em busca do aprofundamento das questões ainda pouco decompostas nessa área do conhecimento.

Durante os anos de atuação presencial junto à unidade de estudos USDI, uma vez que continuo colaborando à distância na condição de membro fundador, tivemos a oportunidade de realizar, dentre outras ações de destaque, o congresso internacional *Design plus Research*, evento patrocinado pela Comissão Européia e pela Universidade Politecnico di Milano, e que contou em seu comitê científico com protagonistas do cenário mundial do design, como Tomás Maldonado, Victor Margolin e Ezio Manzini. O sucesso dessa conferência, ocorrida em Milão em maio de 2000, é apontado, até os dias atuais, pelos estudiosos que compõem a comunidade de referência científica internacional, como um dos maiores congressos científicos da área de design até hoje realizados. Naquela ocasião, apresentaram-se nas plenárias cerca de oitenta estudiosos provenientes de mais de vinte países e cinco continentes.

Além do referido congresso, foram realizados por nossa Unidade de Estudo diversos encontros temáticos (mesas redondas) com a finalidade de promover uma *framework* entre estudiosos e pesquisadores provenientes de diferentes universidades e países. Cito Victor Margolin (USA), Vesna Popovic (Austrália), Ken Friedman (Noruega), Jorge Frascara (Canadá), Bernhard Bürdek (Alemanha), Pekka Korvenmaa (Finlândia), Umberto Eco, Andrea Branzi, Tomás Maldonado e Ezio Manzini (Itália), Nigel Cross (Inglaterra), Anna Calvera (Espanha) dentre vários outros reconhecidos protagonistas mundiais. De igual forma, foram promovidos encontros com grupos de pesquisa de outras universidades para troca de experiências e revisão de idéias comuns.

No ano de 2004, quando retomei minhas atividades profissionais no Brasil, tinha comigo o desejo de instituir na Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, minha instituição de origem, um espaço de reflexão e de estudos nos moldes daquele que ajudara a instituir na Itália junto ao *Politecnico di Milano*. A aprendizagem e a experiência por mim adquiridas, em muito poderiam contribuir para a nossa comunidade de referência local, ainda em formação e, de igual forma, para a construção de uma plataforma de conhecimentos voltada para o *stricto sensu* da Escola de Design da UEMG.

O projeto do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design foi submetido para apreciação ao Conselho Departamental da Escola de Design e ao Conselho Universitário da UEMG no ano de 2004 sendo por estes aprovado. Desde então, o Centro vem desenvolvendo suas atividades junto à comunidade científica de referência em design e áreas afins, contando com *site* próprio e com a participação, em seus eventos, de vários professores da própria instituição e ainda com pesquisadores convidados do Brasil e exterior.

O ano de oficialização do Centro como grupo de pesquisa junto ao CNPq foi o de 2006, sendo o mesmo certificado pela Instituição em 2007. No ano de 2008, em busca de disseminar conhecimentos já produzidos, o Centro lançou a coleção **Cadernos de Estudos Avançados em Design.**

Apresentação do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design

Premissa

O **Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design** da ED UEMG busca estender as possibilidades de pesquisa e a produção de novos conhecimentos em design para além do âmbito do ensino didático. O Centro se posiciona como um **Observatório do Design** e é reconhecido como sendo de atividade complementar inerente á pós-graduação e ao *stricto sensu*, funcionando como um instrumento de pesquisa à disposição dos estudantes e pesquisadores e favorecendo, em conseqüência, a interdisciplinaridade existente na atividade de design, no sentido mais abrangente e alargado do termo.

É mister reconhecer que a pesquisa em design, e a *framework* que a compõe, atingiram um rápido crescimento nos últimos decênios, assumindo significativo e determinante papel na rede da comunidade de referência, no destino do ensino e da pesquisa em design.

A relação entre universidades, empresas, centros de pesquisas e instituições públicas e privadas cresceu de maneira significativa e já atingem uma fase de maturidade que estimula a experiência e a concepção de instrumentos capazes de difundir o conhecimento, o interesse e formas de participação da comunidade em torno do pensamento e da **cultura em design**.

Finalidade

A proposta do Centro de Estudos tem como finalidade unir em torno da temática teoria, cultura e pesquisa em design, um grupo de docentes, pesquisadores e estudiosos, em busca da contribuição para o avanço da pesquisa em design à luz de sua abrangente forma de expressão como cultural material.

O escopo do Centro de Estudos é o de definir um novo espaço no âmbito acadêmico-científico apto à pesquisa avançada, e de incrementar novas soluções para o desenvolvimento da **cultura de pesquisa em design**.

Objetivos Específicos

- Contribuir, como observatório do design, à participação, troca de conhecimentos e aperfeiçoamente de docentes, pesquisadores, estudiosos, graduandos, mestrandos e doutorandos ligados à comunidade de referência;
- Promover a disseminação do interesse, e conseqüente participação, de graduandos, mestrandos, doutorandos e docentes pela pesquisa teórica e cultural do design em forma de estudos avançados;
- Inserir e sustentar uma framework que estude os fenômenos e as transformações de novos cenários inerentes à atividade de design, no âmbito da pesquisa teórica, bem como analisar as conseqüências da aplicação dos resultados na sua prática projetual;
- Encorajar novas formas de interação entre a pesquisa, a cultura e o conhecimento na atividade de design;
- Difundir os resultados do pensamento crítico, analítico e reflexivo do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design para o Brasil e exterior, através da sua home page.

Objetivos Genéricos

- Participar de uma rede internacional de pesquisadores em design e de interlocutores científicos de estudos avançados (programas de mestrados e doutorados, centros de pesquisa e "design centres" do Brasil e do exterior) com acesso direto, na qualidade de membro parceiro;
- Participar da comunidade de referência científica internacional, de um 'milieu' para os quais convergem estímulos à cultura da pesquisa teórica em design;
- Contribuir com a comunidade científica de referência em design do Brasil, promovendo o debate e a reflexão sobre os fenômenos inerentes à teoria e à prática em design;
- Contribuir para a troca de conhecimentos entre diferentes disciplinas formativas (cursos afins) e entre universidades, ao incentivar o estudo sobre a transversalidade da atividade de design como fenômeno metaprojetual;

Resultados esperados

- Difusão do estudo e conscientização da atividade de design como fenômeno e cultura metaprojetual dentro de um cenário globalizado inserido em uma cultura pós-industrial;
- Contribuição para a formação da figura de pesquisador em estudos avançados em design;
- Contribuição para a inserção da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais ED-UEMG na *framework* internacional da comunidade científica de referencia na pesquisa e estudos avançados em design.

Aplicações dos resultados obtidos

Os resultados obtidos através dos workshops, seminários, encontros e debates promovidos pelo Centro serão disseminados como textos e *papers* em publicações próprias da série Cadernos de Estudos Avançados em Design, bem como em seu próprio site *www.tcdesign.uemg.br.*

Abrangência do Centro

As ações do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design são destinadas, em primeira instância, aos corpos docente e discente envolvidos com os programas de pós-graduação e de *stricto sensu* da ED-UEMG, e de igual forma aos mestrandos e doutorandos da REDEMAT (Rede Temática de Engenharia de Materiais da UFOP/ UEMG e CETEC-MG). Em segunda instância, aos pesquisadores, estudiosos e operadores no âmbito da comunidade acadêmica de mestrados e doutorados em design e áreas afins, nacionais e internacionais, bem como demais atores envolvidos com os estudos teóricos, cultura e pesquisa avançada em design.

Estrutura do Centro

O Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design é composto por Membros aferentes que atuam junto à ED-UEMG e Membros convidados, oriundos de reconhecidas instituições de ensino de design do Brasil e exterior.
Os Membros aferentes têm a função de promover atividades como realização de workshops, seminários, congressos e fóruns onde se discutirá a pesquisa em design em âmbito avançado. Têm também a atribuição de promover a publicação

impressa e em rede (*on line*), através de home page própria do Centro, dos resultados dos encontros e debates realizados.
Os Membros aferentes terão reuniões periódicos, a serem determinados por um calendário de encontros, quando serão discutidas as programações em andamento do Centro, bem como formar grupos temáticos de estudos sobre a teoria, cultura e pesquisa avançada em design.
Os Membros convidados têm a função de conselheiros, difusores e de parceiros do Centro Teoria, Cultura e Pesquisa em Design. Seu número será ditado pela capacidade de interlocução do centro com outras unidades de pesquisa em design do Brasil e exterior.
Os Membros convidados serão contatados e consultados e, quando em visita a Belo Horizonte, se comprometerão a realizar encontros de estudo, debates com os Membros aferentes do centro e emitir pareceres.

Divulgação dos Resultados

Os resultados dos trabalhos do Centro como *papers* e ensaios, serão publicados nos Cadernos de Estudos Avançados em Design do Centro e na sua própria *home page*.
Pesquisas, estudos, experiências, *papers* e ensaios de interessados, que não forem frutos dos encontros, seminários e experiências do Centro poderão ser publicadas, devendo no entanto passar pela avaliação dos Membros aferentes e/ou convidados.

Linhas de pesquisa do Centro

1: Teoria e Cultura do Design

Palavras-chave: Design e cenários complexos; Metaprojeto; Multiculturalismo; Novos países industrializados; Relação Local-global; Transdiciplinaridade.

Objetivo:
Investigar e contribuir para a troca de conhecimentos entre diferentes disciplinas das áreas sociais e humanas, com suas complexidades intrínsecas, ao incentivar o estudo sobre a transversalidade da atividade de design como fenômeno e cultura metaprojetual. Pesquisar os fenômenos e as transformações que configuram novos

cenários para a atividade de design e a conseqüência dos resultados para a cultura produtiva e projetual.

2: Design e Sustentabilidade

Palavras-chave: Analise da cadeia de valor; Desenvolvimento de redes; Design de serviços; Environmental design; Patrimônio imaterial; Sustentabilidade socioambiental e econômica.

Objetivo:
Investigar as contribuições do design no suporte e no desenvolvimento de inovações sustentáveis, considerando as dimensões ambiental, social e econômica da sustentabilidade. Visa-se a contribuir para a conscientização e a orientação do desenvolvimento e do projeto de produtos e serviços com perfil sustentável por meio de abordagens sistêmicas (análise da cadeia de valor, análise do ciclo de vida de produtos), valorização do patrimônio imaterial e desenvolvimento de redes.

3: Membros Aferentes Permanentes

As vagas de Membros aferentes permanentes do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design da ED-UEMG, serão preenchidas por docentes que detenham o titulo de doutor em design e/ou áreas afins.
É desejável, que os membros aferentes permanentes, tenham tido experiência de ensino e de pesquisa no exterior, visando a uma possível expansão dos contatos do Centro em nível internacional e ao aumento da sua *framework*.
O Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design é composto pelos seguintes Membros aferentes permanentes:

Dijon De Moraes | Doutor em Design pelo Politécnico di Milano/Itália;
(Coordenador);
Lia Krucken | Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (Gestora de projetos);
Jairo José D. Câmara | Doutor em Administração de Engenharia Industrial pela Ecole des Mines de Paris/França;
Rita de Catro Engler | Doutor em Engenharia Industrial e Gestão de Inovação Tenológica pela Ecole Centrale Paris/França;
Sebastiana Luiza B. Lana | Doutor em Engenharia de Materiais pela Universidade de Sheffield/UK.

Membros Aferentes Convidados

As vagas de Membros aferentes convidados do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design, serão ocupadas por docentes e estudiosos no âmbito da pesquisa avançada em design, provenientes de instituições de relevância e de reconhecimento da comunidade de referência no Brasil e exterior. Os Membros aferentes convidados terão experiência no âmbito do ensino e da pesquisa em design, publicações em congressos internacionais, bem como reconhecimento dentro da comunidade internacional. Os membros convidados trazem credibilidade e legitimidade ao centro junto à comunidade local e internacional de referência, no ensino e pesquisa em design.
O Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design é composto pelos seguintes membros aferentes convidados:

Alpay Er | Doutor em Design pela Manchester Metropolitan University - UK, Prof. da Istanbul Tecnhical University -ITU/Turquia;
Alessandro Biamonti | Doutor em Design pelo Politécnico di Milano/Itália;
Carlo Vezzoli | Doutor, Prof. do Politécnico di Milano – POLIMI/Itália
Cláudio Germak | Doutor, Prof. do Politécnico di Torino – POLITO/Itália
Flaviano Celaschi | Doutor em Design pelo Politécnico di Milano, Prof. do Politécnico di Torino – POLITO/Itália;
Gui Bonsiepe | Doutor Honoris Causa em Design pela ESDI-UERJ/Brasil;
Itiro Iida | Doutor em Engenharia pela Escola Politécnica da USP/Brasil;
Luigi Bistagnino| Doutor, Prof. do Politécnico di Torino – POLITO/Itália
Marcela Varejão | Doutor em Sociologia do Direito pela Università degli Studi di Milano/Itália;
Maria Cecília Loschiavo Santos | Doutor em Filosofia pela Universidade de São Paulo - USP/Brasil;
Maristela Ono | Doutor em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo – USP/Brasil;
Rui Roda | Doutor em Design pelo Politécnico di Milano/Itália;
Silvia Pizzocaro | Doutor em Design pelo Politécnico di Milano/Itália;
Vasco Branco | Doutor em Engenharia com Ênfase em Design de Interface pela Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto - FEUP/Portugal;
Virginia Pereira Cavalcante | Doutor em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo – USP/Brasil.

Membros Aferentes Temporários

As vagas de membros aferentes temporários do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design serão preenchidas por discentes oriundos dos programas de *stricto sensu* da UEMG e da REDEMAT (parceria entre UFOP, UEMG e CETEC-MG).
Pretende-se, que os membros aferentes temporários oriundos do programa *stricto sensu*, sejam orientados pelos membros aferentes permanentes do Centro. A condição de "temporário" para a categoria de mestrando e doutorando é entendida como o período que compreende o percurso formativo do participante no seu referido curso, tempo este em que poderá se dedicar às atividades do Centro para formação complementar.

Parcerias e Relações

Instituições e Órgãos de Fomento

Centro Tecnológico de Minas Gerais – CETEC
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais - FIEMG
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais - FAPEMIG
Fundação Renato Azeredo - FRA
Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior - SECTES
Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE

Instituições de Ensino Nacionais

CEFET-PR | Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná
UCG | Universidade Católica de Goiás
UDESC | Universidade do Estado de Santa Catarina
UEL | Universidade Estadual de Londrina
UFOP | Universidade Federal de Ouro Preto
UFSC |Universidade Federal de Santa Catarina
UFMG | Universidade Federal de Minas Gerais
UFPB | Universidade Federal da Paraíba
UFPE | Universidade Federal de Pernambuco

UFPR | Universidade Federal do Paraná
UNEB | Universidade do Estado da Bahia
USP | Universidade de São Paulo
REDEMAT | Rede Temática em Engenharia de Materiais
UnB | Universidade de Brasília
Unisinos | Universidade do Vale do Rio dos Sinos
UNOESC | Universidade do Oeste de Santa Catarina

Instituições de Ensino Internacionais

ARCA | EUAC: Escola Universitária de Artes de Coimbra / Portugal;
École Centrale Paris / França;
École des Mines de Paris / França;
ID+ | Universidade de Aveiro / Portugal;
POLIMI | Politecnico di Milano / Itália;
POLITO | Politecnico di Torino / Itália;
UNIMI | Università degli Studi di Milano / Itália;
ITU | Istanbul Tecnhical University / Turquia;
UA | Universidade de Aveiro / Portugal;
Manchester Metropolitan University | United Kingdom;
University of Salford | United Kindgom;
Universidade de Technologie de Compiègne | França;
University of Sheffield | England.

Para maiores informações sobre o Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design, acessar o site: www.tcdesign.uemg.br

Atenciosamente,

Dijon De Moraes, Dr.
Coordenador do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design

Multiculturalismo
Multiculturalism

Antonio Greco Rodrigues

Resumo

Multiculturalismo apresenta-se como um conceito impactante dentro do cenário das ciências humanas, alterando a forma de pensar as relações étnicas. Sua compreensão exige que se trabalhe de maneira clara e objetiva o conceito de cultura. A idéia da ação multicultural parte de uma discussão da idéia tradicional de nação e nacionalismo. O multiculturalismo pretende diluir fronteiras assim criadas, marcando-se como o oposto do nacionalismo. É a construção teórico-ideológica que busca lidar com as diferenças nas sociedades onde convivem múltiplas etnias. Nessa acepção, conceito multiculturalismo é etiqueta para uma posição intelectual aberta e flexível que levaria a nunca se falar de oposições e contradições, mas apenas de diferenças. Por outro lado, o multiculturalismo, como construção teórica para a ação é essencialmente uma posição de luta em favor de minorias que se sentem oprimidas ou discriminadas, geralmente em confronto com o eurocentrismo. Essa forma de multiculturalismo pode gerar uma tendência ao fechamento dos grupos em torno de si mesmo.
Palavras-chave: cultura, multiculturalismo, relações étnicas, mestiçagem

ABSTRACT Multiculturalism is an important concept in the field of human sciences, shaping the view of ethnic relations. Understanding it demands a clear and objective concept of culture. The idea of multicultural action stems from a discussion of the traditional notions of nation and nationalism. Multiculturalism presents itself as the opposite of nationalism, seeking to dilute those borders created by the latter. This theoretical-ideological construct attempts to deal with the differences present in societies composed of several ethnic groups. In this sense, multiculturalism is a label for an open and flexible intellectual position that would speak not of oppositions and contradictions but simply of differences. On the other hand, multiculturalism as a theoretical construct for action is essentially about fighting in favor of minorities that feel oppressed or discriminated, usually in relation to Eurocentrism. This form of multiculturalism can

generate a tendency of a group to close itself to outsiders. Keywords: culture, multiculturalism, etnic relations, miscigenation.

Multiculturalismo

Clifford Geertz adverte sobre certas idéias que podem ser impactantes, quando surgem no panorama intelectual. Isso ocorre, geralmente, nos casos em que são tomadas como solução para muitos problemas que estejam pendentes, esclarecendo diversos pontos obscuros. Todos se fixam nelas, excluindo praticamente tudo mais por um momento. Entretanto, com o passar do tempo, as expectativas atingem um equilíbrio e cessa essa popularidade excessiva. Os pensadores conscientes procuram aplicá-las e ampliá-las, usando-as quando elas realmente se aplicam e desistindo quando elas não podem ser aplicadas. Se forem realmente idéias seminais, elas se tornam parte permanente e duradoura do nosso arsenal intelectual. Nosso propósito é discutir um conceito que parece ter essa característica: o multiculturalismo. Para tanto, consideramos necessário iniciar a discussão a partir do conceito de cultura, porque somente assim haverá uma base para tentar compreender as questões que surgem da convivência de etnias diferentes em um espaço geográfico.

Os conceitos são formulados a partir de situações específicas, mas, quando deixam seus nichos originais, são expressos através de critérios formais para que possam ser internacionalmente compreendidos, pois a determinação das palavras que darão cobertura verbal aos conceitos é uma tarefa importante. Tentando superar idiossincrasias de suas línguas nativas, os cientistas criam vocábulos a partir de palavras gregas e latinas, pois essas duas línguas antigas estão profundamente ligadas à história da ciência e ao saber erudito. No campo das Ciências Sociais, entretanto, há uma tendência para usar palavras do vocabulário comum, pois seu objeto de estudo refere-se ao cotidiano das diversas sociedades. Isso se torna um obstáculo para a sistematização do conhecimento, pois é mais difícil obter precisão dos conceitos diante da integração da palavra à linguagem corriqueira. Assim, é importante tomar cuidados especiais quanto à terminologia usada nas teorias sobre o comportamento humano e a sociedade, principalmente quando precisamos traduzi-las, porque nem sempre é possível conseguir uma transposição exata; às vezes, a palavra mais próxima disponível na língua nativa encerra sentidos distintos.

A palavra cultura, por exemplo, é usada para traduzir, ao mesmo tempo, dois conceitos diferentes: um oriundo da sociologia alemã "kultur" e o outro, da antropologia inglesa "culture". Isso implica que devemos saber sobre qual deles queremos

fazer referência, pois kultur, para os sociólogos alemães, corresponde ao conceito de produção artística, literária ou musical. Enquanto isso, a palavra culture é usada para corresponder ao conceito antropológico tradicional, consolidado em teorias formuladas principalmente na Inglaterra e nos Estados Unidos; refere-se, nesse caso, então, ao conjunto do conhecimento e das tradições de um povo. Essa duplicidade de sentido constitui constante fonte de equívocos e propicia a utilização indevida de conceitos que são, em si mesmo, muito complexos, pois, dentro da própria Antropologia, o conceito de cultura sempre foi motivo de inesgotável discussão.

O conceito de cultura com que vamos trabalhar aqui é o que foi elaborado por E. Tylor, um dos fundadores da antropologia inglesa, no final do século XIX. Esse autor postulou que cultura, ou civilização, tomada em seu significado etnográfico amplo, é o conjunto complexo que inclui conhecimento, crença, arte, moral, lei, costume e quaisquer outras habilidades ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade.

Em sua formulação original, que reunia, sob o mesmo conceito, três elementos complementares – a cultura material, as normas de comportamento e o sistema simbólico – ele se tornou tão amplo, juntava tanta coisa, que muitos antropólogos propuseram seu abandono, porque não era operacional. Realmente, não seria possível trabalhar objetivamente com um conceito que propunha reunir, sob uma mesma cobertura verbal, as panelas usadas na cozinha, os artefatos para pesca em jangadas, os aparelhos eletrônicos, as regra de casamento, a organização do trabalho, a noção de sagrado, as concepções sobre a vida e a morte e as teorias científicas, entre outros fenômenos. Essa discussão travou-se, principalmente, durante as décadas de 1950 e 1960 e o resultado foi a redução da abrangência do conceito, quando a produção material passou a ser tratada em separado. Cultura passou a ser compreendida como o conjunto de normas e padrões de comportamento e o universo de símbolos e significados que dão sentido às construções sociais de um grupo.

A partir da segunda metade da década de 1970, a discussão foi retomada e surgiu a posição que se tornou dominante: limitar o conceito de cultura ao conjunto de símbolos e significados. Seguindo essa vertente, o conceito de cultura é essencialmente semiótico. O homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu. A cultura é formada por essas teias e as normas de comportamento são a expressão desse corpo de significados. Assim, seu estudo deve ser entendido não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como um processo interpretativo, à procura do significado. Esse enraizamento, no cerne do sistema simbólico, possibilita que a cultura tenha uma estabilidade bastante alta.

Os sistemas simbólicos mudam muito lentamente, pois as mudanças em normas consideradas corretas pela sociedade não significam, necessariamente, alteração no conteúdo simbólico que as informa. Mesmo agora em que mudança e inovação ocorrem em velocidade estonteante, há muito mais itens de cultura transmitidos do passado que os que estão sendo inovados. As normas de comportamento se ajustam às mudanças, no caso das nossas sociedades atuais, especialmente às mudanças tecnológicas. Entretanto, o sistema simbólico que as informa permanece muito estável; ou seja, as novas normas raramente contradizem o fundamento que elas têm no universo simbólico a que chamamos cultura. É possível imaginar uma cultura instável e sequiosa por constante mutação, dentro do período de vida de cada um, mas dificilmente seria atraente para alguém participar de uma sociedade que a adotasse.

Por outro lado, culturas não podem ser tomadas como criadoras de valores absolutos. Sua construção, feita pela atribuição de significado a cada elemento existente no ambiente social e no natural, faz com que ela seja totalmente arbitrária como qualquer sistema simbólico. Assim, idéias que se pretendam definitivas e incontrastáveis não encontram na cultura uma base sólida.

O aperfeiçoamento dos meios de comunicação de massa colocou a informação ao alcance de todas as pessoas, em todos os lugares e em tempo real. A difusão do conhecimento e da produção artística ocorre hoje de uma maneira muito mais rápida e atinge uma proporção impensável há poucas décadas. A introdução da informação via satélite foi o primeiro passo para atingir essa condição e a formação da grande rede de computadores completou o quadro atual. Hoje, o que acontece em qualquer lugar do mundo é transmitido imediatamente para todos os que têm acesso a esses meios de comunicação e esse recurso tem sido cada vez mais disseminado. Forma-se, assim, o grande processo de globalização que está tornando o acesso a diferentes culturas cada vez mais fácil. As pessoas não precisam sair de suas casas para informar-se sobre o que ocorre no mundo e assim ter conhecimento de outros elementos culturais. Essa forma de contato com outras culturas opõe-se a formas tradicionais de difusão cultural, como a que se faz através de processos colonizadores. Entretanto, ela não exclui a existência de elementos culturais dominantes, reproduzindo por outros meios a visão do colonizador.

Esse processo globalizador opõe-se à antiga visão de um mundo dividido em nações. Esse conceito, oriundo do período de formação dos grandes estados nacionais, no século XVIII, limita a possibilidade de integração entre culturas. A nação tende a fechar-se sobre si mesma, rejeitando idéias oriundas de outras culturas. Por isso, a globalização opõe-se ao conceito de nacionalidade, entendido "como posse de certas qualificações juridicamente estipuladas que tornam os indivídu-

os membros de um Estado-nação e que, por sua vez, condicionam a cidadania" (Stolke, 2002: 412). Nacionalidade associa-se, então, à identidade nacional, que se torna absolutamente integrada às pessoas, a ponto de não termos consciência de sua existência. Para fechar seu argumento, Stolke recorre a Barruel, o criador do conceito de nacionalismo que disse em 1789:

> No momento em que se reuniram em nações, os homens deixaram de reconhecer-se uns aos outros por um nome comum. O nacionalismo, ou amor à nação (...) tomou o lugar do amor em geral (...). Tornou-se permissível, com esse fim, desprezar estrangeiros, enganá-los, feri-los.
> Essa virtude foi chamada de patriotismo (...) e, se é assim, por que não definir esse amor de maneira ainda mais estreita? (...) Assim, o patriotismo deu à luz o localismo (particularismo) ou o espírito de família e, por fim, o egoísmo (Stolke, op.cit. p. 430).

Para quem se prende a essa visão de mundo, prevalece como válido o radicalismo de Gobineau que, no século XIX, considerava as misturas de raças e de culturas enfraquecedoras e destruidoras da cultura superior dos europeus. Visão que, apesar de tudo, ainda está presente no imaginário de muitos grupos.

Antes que a comunicação moderna colocasse as pessoas em contato com outros universos culturais, o processo de migração já fazia esse papel. O migrante levava com ele sua cultura para a nova terra onde pretendia se fixar, colocando-a em contraste com a cultura local e com as de outros migrantes. Entretanto, esse contato não propiciou a produção de igualdade entre as culturas e os povos que as portavam. Pelo contrário, o espírito que prevalece é o da diferenciação com a demarcação de superioridade e com o predomínio da visão eurocêntrica. O que se tem pretendido obter com a denominação multiculturalismo é um importante exercício da tolerância, que se torna cada vez mais significativo com o crescente contato entre culturas diferentes. Esse contato vem crescendo muito na Europa com o intenso movimento migratório iniciado com o processo de descolonização e já era característica dos países americanos.

Vamos encontrar, então, duas formas de convivência entre culturas diferentes: uma que associa um único Estado a diferentes etnias e tradições culturais; outra que associa cada Estado a uma única cultura e a uma única nação. Na primeira situação, múltiplas culturas convivem em um mesmo espaço geográfico, Na segunda, estabelecem-se fronteiras rígidas entre povos e culturas. O multiculturalismo pretende diluir essas fronteiras, buscando integrar ao mundo real uma visão de igualdade por mais que isso pareça utópico.

Diante de uma visão de mundo que se constrói a partir da premissa de que cada raça tem uma cultura, é preciso evitar que a busca pela tolerância e pelo reconhecimento das diferenças deságüe no congelamento das diferenças em uma construção cultural compartimentalizada. Isso implicaria que as pessoas podem até participar de dois ou mais universos culturais, mas as culturas não se devem misturar. O multiculturalismo pretende diluir essas fronteiras, marcando-se como o oposto do nacionalismo. A visão massificadora da humanidade, eliminando fronteiras e barreiras é um ideal que encontramos no socialismo utópico e mesmo antes na visão religiosa da humanidade de raiz única, um mundo de irmãos. É evidente que essa visão utópica nunca conseguiu ser integrada ao mundo real. Já a eliminação de fronteiras nacionais tornou-se uma realidade com a criação da União Européia, que vai, apesar das resistências e obstáculos, construindo um espaço comum onde todas as culturas se encontram e convivem. Entretanto, poderíamos dizer que esse espaço comum para a economia e a cultura é também um espaço multicultural? Haverá uma perspectiva futura de fusão de todas as culturas envolvidas em um "melting-pot" semelhante ao dos USA, ou ainda à fusão mais profunda ocorrida no Brasil? Por enquanto, isso nos parece bem longe de se tornar realidade.

Quando definimos uma sociedade como multicultural o que estamos pretendendo dizer? Primeiro, quando se fala em multiculturalismo, o que se está fazendo não é simplesmente reconhecer que, numa determinada sociedade, convivem vários elementos étnico-culturais distintos e postular a necessidade de que esses elementos vivam em harmonia ou tendam à integração. Nessa acepção positiva, o conceito multiculturalismo serve de etiqueta para uma posição intelectual aberta e flexível que levaria a nunca se falar de oposições e contradições, mas apenas de diferenças entre construções culturais. Essa mesma visão é que levou muitos autores à afirmação da existência de sociedades que, por sua formação, receberam influência de várias culturas e tornaram-se, assim, grandes caldeirões onde se criou a mistura que produziu, ao final, uma cultura própria formada por todos esses elementos.

Por outro lado, o multiculturalismo, como construção teórica para a ação, tem uma visão bem diferente dessa. É essencialmente uma posição de luta em favor de minorias que se sentem oprimidas ou discriminadas, geralmente em confronto com o eurocentrismo. Essa forma de multiculturalismo pode gerar uma tendência ao fechamento dos grupos em torno de si mesmo, limitando sua capacidade de transcender limites. Destacar as diferenças e só depois pensar na integração exige que exista um instrumento capaz de permitir analisar e compreender as relações que se formam. É nesse espaço que o conceito de multiculturalismo encontra seu uso mais tradicional, permitindo entender relações de dominação e subordinação. Essa relação é muito mais profunda quando é oriunda da cultura do que quando se faz

por elementos de força. A imposição de sua cultura é que caracteriza a visão do colonizador. Ela se faz com a desvalorização das culturas nativas que se agregam ao conjunto. Assim se garante o domínio das mentes, incutindo nas pessoas o sentimento de inferioridade, tão presente ao longo de nossa história.

O multiculturalismo atua, nesse contexto, como a construção teórico-ideológica que busca lidar com as diferenças nas sociedades onde convivem múltiplas etnias. Ele postula que é necessário reconhecer e valorizar as diferenças étnicas e culturais, ao invés de forçar sua diluição dentro da cultura da etnia dominante. Isso se fará, garantindo aos grupos minoritários o direito de viver suas próprias culturas. Um dos focos principais do multiculturalismo está na proposição de políticas públicas que garantam o direito desses grupos de manterem sua cultura de origem. Estas políticas devem ser postas à disposição mesmo de grupos que se desligaram de suas tradições originais há tanto tempo que elas se tenham perdido. Propõem, então, que estas sejam reconstruídas com o objetivo específico de reforçar ou mesmo recriar a identidade étnica do grupo.

Nos Estados Unidos, a origem do descendente de migrantes é privilegiada em detrimento de sua integração à cultura americana. O critério básico para qualquer definição de pertencimento a um grupo étnico, especialmente quando se fala de afro-descendentes, é o da gota de sangue. Esse critério tende a manter a separação entre os grupos e culturas, privilegiando, no caso americano, a origem anglo-saxônica. Os americanos de origem italiana são ítalo-americanos e a população negra exige a denominação afro-americana, rejeitando qualquer referência que a ela se faça usando palavras que se referem à cor de sua pele. Entretanto, essa posição não é tão simples nem tão correta como pode parecer. Ao exigirem o termo afro-americano, que definem como correto, eles estão "incorporando a ideologia etnocêntrica de seus adversários brancos, que crêem serem os únicos americanos das três Américas"...(GONÇALVES; SILVA .1998, P.12)

A cultura brasileira forma-se nessa fusão de culturas européias, africanas, indígenas e asiáticas, ao mesmo tempo em que a população é formada pela mescla física dos povos que trouxeram essas culturas. A mestiçagem física é acompanhada pela mestiçagem cultural através da qual se construiu a identidade brasileira. Se compararmos a situação brasileira com a americana, veremos que o Brasil conseguiu uma integração muito maior entre os diversos elementos que formam sua cultura. Embora haja pequenos enclaves em que domina a influência cultural de imigrantes japoneses, alemães ou italianos, no total, temos uma grande integração que nos leva a falar normalmente em brasileiros descendentes de japoneses e só raramente em nipo-brasileiros.

No Brasil, marcado por suas origens mestiças, o migrante não permaneceu confinado a guetos e afastado da comunidade nacional. Há um processo de assimilação cultural muito significativo, embora isso nem sempre se reflita sobre a assimilação social. O foco principal das ações fundadas no multiculturalismo está na relação negro-branco, objeto de discussão intensa desde o início do século XX. Essa discussão se refletirá em uma legislação específica contra a discriminação racial que se consolida no texto da Constituição de 1988. Ali, essa condenação é estendida a todo e qualquer tipo de discriminação, seja de raça, gênero, religião ou orientação sexual.

Essa visão do Brasil como uma nação mestiça, na qual a inclusão cultural do negro não é um problema, é o núcleo do que se chamou democracia racial brasileira. Essa construção teórica buscava superar o forte eurocentrismo que caracterizava tanto os estudos quanto o comportamento da elite brasileira no final do século XIX e início do século XX. Com ela, os autores que buscavam interpretar o Brasil, especialmente na década de 1930, Gilberto Freyre e Sérgio Buarque à frente, procuravam colocar a cultura mestiça como o cerne da identidade nacional brasileira. Até esse momento, o que prevalecia era a ideologia do branqueamento da sociedade brasileira, tanto no aspecto físico, com o incentivo à imigração européia, quanto no cultural, com estabelecimento de barreiras à permanência das culturas não européias, inclusive barreiras legais. As culturas primitivas do negro e do índio envergonhariam a sociedade brasileira diante da civilizada Europa e, por isso, precisavam ser escondidas ou exterminadas. Foi feito um trabalho, nem sempre consciente, mas sempre muito efetivo, de exclusão da memória da tradição africana da cultura brasileira. Os senhores de escravos procuravam eliminar todos os elementos dessa tradição, sob a capa da catequização, mas, de fato, como uma forma de facilitar a dominação. Para o antigo escravo, após a abolição, recusar a cultura vinda da África era uma forma de distanciar-se da condição de escravo. No caso do indígena, essa exclusão de suas culturas originais vem acompanhada do extermínio físico de muitos grupos. A valorização do indígena típica do romantismo brasileiro é feita de forma idealizada, com a criação de uma figura genérica do índio que não correspondia à realidade de nenhum grupo tribal.

A partir da década de 1960, a recuperação da identidade étnica dos grupos minoritários – como negros, índios e migrantes diversos – rompe com um longo período de valorização da integração, mais ou menos forçada, em troca da afirmação de que ser diferente é positivo e deve ser motivo de orgulho. Busca-se recuperar as culturas originais, mesmo que essas só possam ser retomadas através de reconstruções que, nem sempre, têm qualquer referência real.

Essa mudança de perspectiva fez com que a maioria dos estudiosos passasse a se referir ao ideal de uma sociedade integrada como o mito da democracia racial. O que se pretendia mostrar era que essa integração nunca ocorrera de fato. Esse mito fundador da identidade brasileira afirma a igualdade dos cidadãos, qualquer que seja sua etnia, e a antropologia sabe muito bem que mitos não são inócuos. Eles são construções capazes de tornar inteligíveis ou prover explicações para situações de difícil compreensão. Podem também transmitir esperança ou dar alento quando a sociedade vive situações de crise.

O mito é uma estratégia política. Ele atua como uma forma de orientar e organizar o comportamento das pessoas para uma direção pré-definida, tornando-se um instrumento de controle social. Ele se perpetua quando se destaca no sistema de crenças do grupo.

É verdade que esse mito nunca se realizou inteiramente da forma como foi pensado pelos construtores da teoria. Também é verdade que, como todos os mitos fundadores, ele se configura em um ideal proposto que não deveria ser abandonado em troca de idéias importadas sobre as relações multiculturais. Não me parece que devemos nos entregar a estas idéias desenvolvidas para realidade bem diferente da nossa. É melhor olhamos para o que nos ensinou Darcy Ribeiro que afirmava não se dever insistir na questão da interação desigual entre as culturas de origens diversas uma vez que já existe uma unidade etnonacional. Seu esquema de pensar a sociedade brasileira insiste em que a diferença é menos boa que a mistura, pois ela traz um forte potencial de não igualdade. Para ele a mestiçagem genética e cultural já desembocou numa cultura brasileira; a mistura já aconteceu.

Referências

CASHMORE, Ellis. *Dicionário de relações étnicas e raciais*. São Paulo: Summus, 2000.

D'ADESKY, Jacques. *Racismos e Anti-racismos no Brasil*. Rio de Janeiro: Pallas, 2001.

FLÉCHET, Anais; ALMEIDA, Sílvia Capanema P. de. *A Democracia Racial*. História Viva, São Paulo, ano IV, n. 45, p.98, 2007.

GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas.* Rio de Janeiro: Zahar, 1978 .

GONÇALVES, Luiz Alberto de Oliveira; SILVA, Petronilha Beatriz Gonçalves e. *O Jogo das Diferenças: o multiculturalismo e seus contextos.* Belo Horizonte: Autêntica, 1998.

MACHADO,Cristina Gomes. *Multiculturalismo*: *muito além da riqueza e da diferença.* Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

STOLKE, Verena. *A "Natureza" da Nacionalidade.* in MAGGIE, Yvonne; REZENDE, Cláudia B. Raça como retórica. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

ZARUR, George. *Nação e Multiculturalismo em Cuba*: *Uma Comparação com os Estados Unidos e o Brasil*. Flacso-Brasil, 2005, disponível em www.georgezarur.com.br, acesso em 07/07/2007.

Nota Biográfica

Antonio Greco Rodrigues

É professor aposentado pela Universidade Federal de Campina Grande. Bacharel-licenciado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Minas Gerais. Mestre em Antropologia Social pela Universidade de Brasília. Dedica-se ao trabalho em cultura popular, com ênfase especial para os estudos sobre alimentação, saúde e religiosidade popular.

A Materialidade do design
The materiality of design

Alexandre Amorim dos Reis

Resumo

O esforço empreendido em design para o aperfeiçoamento no desenvolvimento de artefatos, quanto à interface homem – objeto, tem sido, através dos tempos, focado nos mais diversos conceitos e raramente – ainda que nem sempre de modo adequado – despendido na consideração material, elemento fundamental da realidade dos objetos. Procura-se demonstrar que o estudo da matéria é fundamental e influente dos elementos teóricos constituintes do design. Ainda que as finalidades de uma relação com a matéria sejam distintas entre o design e as artes, elas tratam a matéria como fundamental no fazer e pensar artístico, enquanto no design, apesar da relação com os materiais fundamentar-se em termos técnico-científicos, ocorre de modo não essencial, com menor relevância dentre todos os aspectos que orientam um projeto. Assim como nas artes plásticas, é necessário trazer o universo material para uma consideração mais apropriada ao campo do design.
Palavras-chave: Design, matéria

ABSTRACT The undertaken effort in design for the improvement in the artifacts development, as to the man-object interface, has been, through time, focused in many diverse concepts and rarely – although not always in the proper way – spent in the material consideration, fundamental element in the objects` reality. It is sought to show the material study is fundamental and influential in the theoretical constitutive elements of design. Although the purpose of a relation with the material is distinct between design and arts, they treat the material as fundamental in the artistic practice and thinking, while in design, despite the relation with the material been based in technical-scientific terms, it occurs in a non essential way, with less relevance among all aspects that guide a project. As well as in plastic arts, it is necessary to bring up the material universe to a more appropriate consideration to the field of the design.
Keywords: Design, materia

Partindo-se da compreensão do design como área produtiva e fundamental na formação da cultura material contemporânea, cultura que deve-se entender como o universo de coisas -objetos/artefatos - que permeiam a vida social, constitui-se no objeto de investigação de pesquisadores de diversas áreas, a começar, natural e tradicionalmente, pelos arqueólogos históricos, abrangendo campos afins, como a História da Arte, a Antropologia, a História e as Ciências Humanas em geral.

Em complemento e citando o cognitivista Daniel Dennett, considera-se que os artefatos, por estarem condicionados às intenções humanas, estão sujeitos a interpretação e crítica como se fossem obras de arte, uma atividade que Dennett denomina "hermenêutica dos artefatos". Defende que a mente humana relaciona-se com uma postura de design quando lida com artefatos, com uma postura física para objetos naturais como pedras e uma postura intencional para mentes. Na postura de design, que obviamente nos interessa aqui, atribui-se ao artefato uma intenção imposta por um designer hipotético ou real. Alguns objetos são tão visivelmente apropriados para atingir um resultado, e é tão improvável que um outro qualquer seja adequado, que a atribuição é fácil, ou seja, não é possível que reste alguma dúvida quanto ao que é uma lança ou para o que serve um telefone. Por outro lado, alguns outros objetos, predestinadamente, não possuem como objetivo a interpretação pura e simples, como pinturas e esculturas, justamente por não possuírem como objetivo máximo uma função de uso, são às vezes elaborados para ter uma aparência inescrutável. Outros ainda, como Stonehenge ou engrenagens encontradas em uma máquina sucateada, provavelmente têm uma função, embora não se saiba qual é.

Portanto, não seria muito coerente esperar do design uma outra contribuição que não fosse a de abastecer este universo de objetos/artefatos. Não é sensato imaginar que o design possa se envolver com um objeto de estudo tal como uma suposta "arqueologia industrial". Contudo, para que sua contribuição seja efetiva na comunicação tácita que estabelece entre artefato e homem, muito benéfica seria uma compreensão mais aproximada de seu elemento primordial – a matéria.

Neste tema, significativos esforços científicos e tecnológicos provêm da química e da física, disciplinas estudadas amplamente pela ciência dos materiais, responsável pelo desenvolvimento de novos e melhores materiais, impulsionadores de revoluções tecnológicas como a informática, que deve sua impressionante evolução ao desenvolvimento dos chips de silício monocristalino. Ressalta-se que na ciência dos materiais, esses estudos são concentrados nos materiais em si, suas estruturas e propriedades. Entretanto, a ciência dos materiais assim como a física e a química, promissoras no conhecimento da matéria, tem se amparado em conceitos, teorias, metáforas e ana-

logias das ciências sociais. James Lovelock[1], em seu livro sobre as ciências da vida, afirma que os corpos vivos são constituídos por "cooperativas" de células.
Assim, em uma renovada concepção sobre a matéria, a natureza propõe conceitos provenientes das ciências humanas e sociais, conceitos como a história, a imprevisibilidade, a interpenetração, a espontaneidade, a auto-organização, a irreversibilidade, a evolução, a desordem, a criatividade e o acidente, antagônicos aos até então utilizados, principalmente pela física teórica.
Em se tratando de cultura material e mais especificamente do objeto/matéria, entende-se que o esforço empreendido em design para o aperfeiçoamento do desenvolvimento de artefatos no que tange à interface homem/objeto, tem sido, através dos tempos, focado nos mais diversos estudos e raramente – ainda que nem sempre de modo adequado – despendido na consideração da matéria, elemento básico da realidade dos objetos, e salienta-se: tudo que é básico é fundamental.
Importante ainda destacar que as interações entre o homem e os objetos não se dão apenas pela satisfação das necessidades funcionais. Características reconhecíveis dos materiais, mas nem sempre verídicas, tanto de ordem prática quanto simbólica, são emprestadas aos objetos que deles são feitos.
A relação que se pode observar entre homem e matéria não se limita apenas ao reconhecimento de peso, cheiro, gosto, dureza, fragilidade, maleabilidade, tenacidade, etc. Esta relação está também baseada em simbolismos e subjetividades que residem na capacidade humana de estabelecer associações entre eventos e "coisas", não que sejam sempre associações reais, verdadeiras e concretas, mas plausíveis. Muito disto, em razão de sua evolução como espécie em um meio ambiente material, o que auxiliou em proporcionar o desenvolvimento de seu maior atributo evolucionário, uma mente complexa.
O mundo é esculpido e arranjado de acordo com leis que a ciência e a matemática procuram desvendar. As leis físicas determinam que os objetos mais densos que a água afundem e não flutuem na superfície. As leis físicas e da seleção natural determinam que os objetos que se movem rapidamente através de fluidos tenham linhas hidrodinâmicas. As leis genéticas fazem com que filhos se assemelhem aos pais. As leis da anatomia, física e intenções humanas obrigam as cadeiras a terem materiais que possibilitem formas que as tornem apoios estáveis.
A ciência busca as leis fundamentais e neste processo transcende às teorias intuitivas, caracterizadas como as melhores suposições das pessoas comuns quanto ao que faz o mundo funcionar. Contudo, os mesmos mecanismos humanos capazes de adquirir e armazenar conhecimentos são os que capacitam as mentes humanas à

1 LOVELOCK, J. E. Gaia: A new look at life on Earth. Oxford, Oxford University Press, 1987.

abstração e ao desenvolvimento de meios mais diretos de relacionamento com o ambiente, através do simbolismo.
As interações entre o homem, os objetos e, em última análise, os materiais de que os objetos são feitos, trazem à compreensão elementos da evolução biológica humana em um mundo material e como desenvolveu, culturalmente, uma mente preparada para lidar com este mundo.
O campo da neurociência, ao abordar o preparo da mente humana para relacionar-se com eventos físicos e químicos no cotidiano da sobrevivência, destaca os atributos desta mente que a distinguem das mentes de outras espécies, a capacidade de lidar com o abstrato, o subjetivo. Assim, o homem construiu uma civilização baseada, em grande medida, em relações simbólicas e, nas mais diversas culturas humanas, a simbologia desempenha importante papel nas relações do homem com a matéria, seja em uma interação com a natureza, seja no desejo que nele pode despertar um objeto de consumo.
Lato sensu, material é tudo aquilo que se refere à matéria. Entretanto, para os limites deste estudo, restringe-se o termo materiais às substâncias com propriedades que as tornam úteis na construção de máquinas, estruturas, dispositivos e produtos. Em outros termos, os materiais do universo que o homem utiliza para construir, segundo Morris Cohen, cientista de materiais do MIT – Massachusetts Institute of Technology

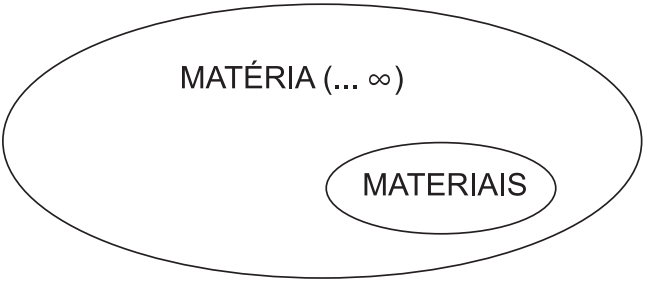

Figura 1.

(apud Padilha, 1997).
Os materiais, como ilustrado na Fig. 1, são os integrantes de um grupo de compostos de matéria que possuem aplicação na produção humana de objetos. Portanto, dependentes do nível de desenvolvimento tecnológico humano.
Em acréscimo, de modo muito especial ao design, é relevante agregar ao estudo da matéria considerações sobre a forma, que pode ser compreendida como os limites exteriores da matéria de que é constituído um corpo, e que conferem a este um feitio, uma configuração, um aspecto particular. E ainda, em termos filosóficos: a forma

pode ser entendida como o princípio que confere a um ser os atributos que lhe determinam a natureza própria; conjunto de relações que conferem unidade a um todo que agrupa partes, quer por agregação, quer por conexão, caracterizando-o como um sistema e determinando-lhe as propriedades operatórias; estrutura.

Por estranho que possa parecer, até impactante ao designer que nunca tenha refletido sobre o tema, a matéria tem uma influência sobre a forma amplamente mais pesquisada e compreendida nas artes do que no design, onde matéria e materiais, apesar de estudados com mais profundidade científica e tecnológica, não são entendidos como os mais importantes influenciadores da forma de um objeto, acredita-se que por uma nefasta herança do dogma funcionalista, hoje superado, mas que por décadas submeteu a forma à primazia apenas da função prática dos objetos.

Então vejamos, segundo Herbert Read (1981, p. 69) "a forma na arte é a aparência dada a um artefato pela intenção e pela ação humana", e acrescenta que em inglês os termos form e shape possuem significados diferentes. Embora ambos sejam traduzidos em português por forma, form possui uma conotação estética inexistente na palavra shape (aparência), esta que é cognata da palavra schaffen alemã, que melhor indica a ação criadora humana. Sendo a definição do termo form dedicada à forma na arte, é, portanto, relacionada à forma estética.

> Partindo do caos informe de paus e pedras, ou dos objetos úteis que foram as primeiras ferramentas do homem primitivo, surgiu progressivamente a forma, até superar as finalidades utilitárias do objeto modelado e tornar-se a forma pela forma, ou seja, uma obra de arte (READ, 1981, p. 70).

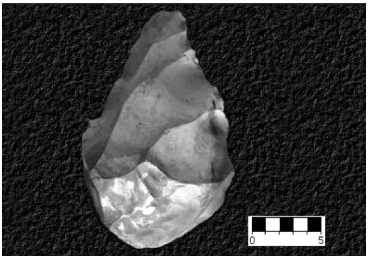

Figura 2.

Read claramente afirma não existir forma, ao menos forma estética, nos objetos naturais. Segundo ele, a capacidade para o homem introduzir a forma nos objetos (fig. 2) surgiu com a necessidade de melhorar a função utilitária das ferramentas produzidas por ele. Machados, pontas de lança ou flecha foram recebendo um refinamento progressivo, pelas melhores habilidades do homem em lascar, desbastar e polir. A simetria, uma qualidade estética, surgiu em uma ponta de flecha por necessidade técnica, uma ponta assimétrica não é tão eficiente. Para Read (1981, p. 75) "o pro-

blema é determinar em que ponto a elegância deixa de ser utilitária, em que ponto preciso a forma se divorcia da função".

> Antes de mais, há para as formas inventadas pelo homem uma fonte 'abstrata': saem por vezes, do seu cérebro, ou, antes, aplicam aos dados de que dispõem as leis fundamentais do seu pensamento. Aproximam-se então, não sem razão, das figuras simples da geometria. Observa-se aqui a prática de um princípio claro e inteligível (por exemplo, o de que, pela rotação uniforme de um raio à volta de um ponto, se origina a circunferência), um esforço para tudo reduzir à unidade, pela repetição, simetria, alternância, etc. (HUYGUE, 1986, p. 30).

Lacoste (1986) sugere a origem da evolução formal na essência da ferramenta. Ele

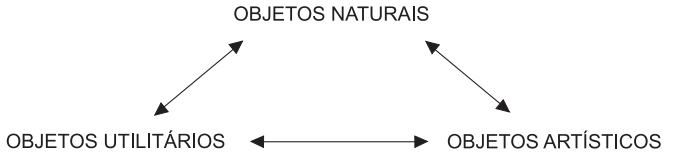

Figura 3

distingue três tipos de entes (fig. 3): a "coisa nua" (objetos naturais), a "ferramenta" (objetos utilitários) e a "obra" (objetos artísticos). Para o autor, estes entes possuem uma inter-relação e são derivações surgidas com o passar do tempo pela intervenção da inteligência humana, dos objetos naturais aos artísticos, passando pelos utilitários.

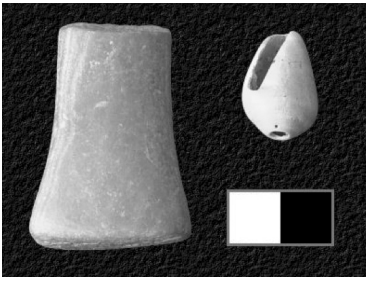

Figura 4

Para Lacoste (1986) os objetos utilitários ocupam posição intermediária, as primeiras produções humanas eram objetos naturais que receberam alguma intervenção, eles são relacionados com os objetos artísticos por serem fabricados pela mão humana. O objeto artístico, por seu turno, em virtude de sua independência e indiferença às finalidades humanas, assemelha-se ao objeto natural.

Segundo Read (1981) a "forma na arte" surge do refinamento progressivo da forma (fig. 4).

Deve-se reconhecer, de qualquer modo, na opinião de Vázquez (1999), que existe um conjunto de objetos aos quais são atribuídas certas qualidades específicas e que povoam o universo estético. Nesse universo, contemporaneamente, são incluídos tanto seres naturais, seres que não devem a sua existência ao homem -quanto objetos artificiais, produzidos pelo trabalho humano, entre os quais os objetos da vida cotidiana, produtos industriais, determinados dispositivos mecânicos ou técnicos e, finalmente, os que se consideram como obras de arte. Todos os membros deste universo, por sua aparência sensível, estrutura interna ou função e finalidade, por mais que se diferenciem entre si têm algo em comum, que é o que justifica, a partir de uma perspectiva contemporânea, sua inclusão no universo estético. É preciso reconhecer que nem todos os objetos que hoje são admitidos como legítimos povoadores desse universo foram sempre assim reconhecidos. Isso obriga cautela em relação a sua filiação estética futura, evitando afirmar que todos eles, futuramente, continuarão fazendo parte desse universo. Deve-se ter em mente para não se cair em fáceis previsões, que certos objetos, máquinas ou produtos industriais, até finais do século XIX, eram considerados por sua feiúra como a própria negação do estético.

Em design industrial a estética participa da concepção formal dos objetos, mas não é o objetivo máximo. Embora a consideração da estética esteja presente em todas as atividades do design, sua aplicação pode ser contemplada em maior ou menor grau, dependendo do que se pretende do artefato. Portanto, no estudo em design, tanto as formas criadas pela natureza quanto as de produção humana devem ser estudadas, a observação de soluções naturais pode ser útil para a solução dos problemas humanos.

Ernst Fischer (1983) sustenta que a interação entre conteúdo e forma é o problema vital nas artes e vai além, não só das artes. Muitos foram os filósofos e teóricos da arte, desde Aristóteles, que se debruçaram sob o tema, considerando a forma como o componente essencial da arte, sendo o conteúdo um componente secundário.

Estes pensadores inclinaram-se a argumentar que toda matéria (conteúdo) é necessariamente levada a dissolver-se em forma, alcançando assim a perfeição formal e, portanto, a própria perfeição como tal. Segundo esta linha de pensamento, tudo no mundo é composto de matéria e forma e, equivocadamente esta corrente conclui que, quanto menos a forma for limitada pela matéria, quanto mais a forma predominar, maior grau de perfeição será alcançado. Por esta razão, a matemática seria a mais perfeita das ciências e a música a mais perfeita das artes, em ambas a forma liberta-se da matéria e é o próprio conteúdo.

Contudo, nesta presunção encontra-se um equívoco, pois que a matemática e a música, não podem ser expressas sem a materialidade dos meios pelos quais elas se manifestam.

Como na idéia de Platão, aponta Fischer, a forma para estes teóricos é vista como elemento primário, original, que reabsorverá a matéria, algo primordial que reine sobre a matéria. Como na expressão de um ceramista que primeiro faz a fôrma e depois adapta a massa amorfa à fôrma.

Fig 5. Cristais de mimetita $[Pb5(AsO4)3Cl]$[2] (KORBEL & NOVÁK, 2000, p. 173).

Por outro lado, Pareyson (1993) ao discorrer a respeito da inseparabilidade da forma e conteúdo, em que conteúdo é sentimento e forma é expressão, que se realizam simultaneamente, afirma que a origem de ambas se dá na simultaneidade do acontecer. A vocação poética da matéria se revê na unidade forma/conteúdo. O conteúdo se institui na própria forma.

Desta maneira, expressividade e produtividade coincidem, considerando que a arte nasce quando não há outro modo de exprimir um conteúdo que não seja o de formar uma matéria e esta deve ser a expressão da mesma. A formação da matéria é a formação de um conteúdo, pois de acordo com Merleau-Ponty, "a matéria está grávida da forma" (apud PAREYSON, 1993, p. 147). Ou de acordo com Pareyson (1989, p. 120): "[...] a matéria nunca é virgem e informe, mas já prenhe de uma carga espiritual e assinalada por uma realidade ou uma vocação de forma" (fig. 5). Cada forma pede uma matéria como veículo expressivo, e cada forma configurada possui um conjunto de sentidos. Ainda não foi considerado nos estudos em design que as formas pudessem ser condicionadas pela matéria, como demonstra Henri Focillon (1983) ao defender que a forma é mera especulação abstrata, espiritual, vaga compreensão geométrica enquanto não vive na matéria.

Segundo o autor, a interação entre forma e matéria é constante, indissolúvel e irredutível. A forma não age como um princípio superior modelando uma massa passiva, já que pode considerar que a matéria impõe sua própria forma à forma. Do mesmo modo, não se trata da matéria e da forma em si, mas de matérias no plural, nume-

2 Com 14 mm, pertencente ao sistema hexagonal, freqüência de ocorrência mediana e de origem secundária em depósitos de chumbo associado a piromorfita e goethita. Cristais perfeitos com 2 cm de comprimento são provenientes de Johanngeorgenstadt, na Alemanha, de onde origina-se este exemplar. Cristais que variam de 2 a 5 cm de largura são encontrados na Inglaterra, Namíbia, México e Tailândia.

rosas, complexas, mutáveis, possuidoras de um aspecto e de um peso, saídas da natureza, mas não naturais (Focillon, 1983, p. 67-8).

Focillon observa que as matérias possuem uma "vocação formal". Os materiais liberam as formas segundo suas próprias leis. As matérias não são intercambiáveis em termos de forma, ou seja, a forma, passando de uma matéria para outra, é transformada.

Portanto, nas especificações materiais devem ser consideradas não apenas a hipotética adequação ao uso, mas além de suas propriedades físico-químicas também as morfológicas.

O alumínio não existe em estado puro na natureza, embora seja um dos mais abundantes metais da crosta terrestre, a madeira de um móvel não é a madeira viva, o ouro quando fundido e polido se torna um metal original. Suas características superficiais que afetam os sentidos se modificaram. Focillon salienta que existe uma grande diferença entre a matéria bruta, natural, e a matéria que recebeu uma intervenção fabril, ainda que exista entre elas uma intensa relação formal:

> A cor, a textura e todos os valores que afetam o tato ótico mudaram. As coisas sem superfície, escondidas atrás das cascas, enterradas na montanha, bloqueadas na pepita, envolvidas pela lama, separaram-se do caos, adquiriram uma epiderme, aderiram ao espaço e adquiriram uma luz que, por sua vez, as trabalha. Ainda que o tratamento recebido não tenha modificado o equilíbrio e a relação natural entre as partes, a vida aparente da matéria sofreu uma transformação (Focillon, 1983, p. 69).

Como os materiais possuem uma forma condicionada por sua configuração geométrica de átomos e moléculas, e que alterações nesta conformação descaracterizariam estes materiais e suas propriedades físicas e químicas, não há processo produtivo que possa contornar estas regras sem que estes materiais sofram degradação. Os diamantes são facetados por natureza, não se pode lapidá-los com uma forma esférica, ainda que pudesse, facetariam suas formas a qualquer impacto que recebessem. Desta "predisposição" formal da matéria, em razão de suas características atômicas, decorre a necessidade de se considerar e respeitar as especificidades formais dos materiais quando da aplicação em fins diversos.

Verifica-se nestas considerações que o estudo da forma na arte é muito relevante para o campo do design, principalmente por seu estágio avançado. É também fundamental a compreensão de como o ser humano reconhece as formas, sejam elas estéticas ou não. Para isto, deve-se penetrar no campo da ciência cognitiva, onde segundo Pinker (1998, p. 285-6):

> Um adulto médio sabe os nomes de aproximadamente 10 mil objetos, a maioria deles distinguidos pela forma. Até uma criança de seis anos sabe os nomes de alguns milhares, tendo-os aprendido a uma taxa de um a cada poucas horas durante anos. Evidentemente, os objetos podem ser reconhecidos a partir de muitas pistas. Alguns podem ser reconhecidos pelos sons e odores, outros, como camisas em um baú, apenas podem ser identificados pela cor e material. Mas a maioria dos objetos pode ser identificada pela forma. Quando reconhecemos a forma de um objeto, estamos agindo como autênticos geômetras, examinando a distribuição de matéria no espaço e descobrindo o correspondente mais próximo na memória. O geômetra mental tem de ser verdadeiramente preciso, pois uma criança de três anos é capaz de passar os olhos por uma caixa de bolachas de bichinhos ou uma pilha de cartões plásticos berrantes e recitar com facilidade os nomes da exótica fauna com base nas silhuetas.

Pode-se sintetizar desta citação de Pinker que do exame da distribuição de matéria no espaço, da forma, estabelece-se uma correspondência com formas armazenadas na memória, ou seja, a identificação do objeto.

> Marx escrevia que 'toda produção é apropriação da natureza pelo indivíduo no quadro e por intermédio de uma forma de sociedade determinada', não poderíamos propor que toda produção de conhecimento científico é apropriação da matéria pelo pensamento, no quadro e por intermédio de um conjunto de formas teóricas, mas também filosóficas, ideológicas e sociais dadas? (PATY, 1995, p. 288).

Assim, também se poderia propor que, baseado em Pinker e Paty, todo conhecimento é apropriação da matéria pelo pensamento, no quadro e por intermédio de um conjunto de formas geométricas.

Atualmente, contudo, nosso cotidiano manifesta-se em comunicações e mensagens que se apresentam de um modo imaterial. A informação versus a matéria representa uma substituição paradigmática ocasionada pela micro-eletrônica. A transição da matéria à linguagem, também em conseqüência sua visualização, caracteriza a evolução experimentada pelas reflexões teóricas do design, como por exemplo, a de uma teoria comunicativa do produto.

A função dos produtos, dia-a-dia mais imaterial, é definida pelo software. O manejo dos produtos poderia ser muito evidente na era da mecânica e da eletricidade. A ergonomia ocupava-se especialmente das interações físicas entre homem e máquina e, assim, estabelecia as dimensões dos produtos. A forma nascia da visualização da função.

Este procedimento em design perdeu parte de seu destaque com a introdução da micro-eletrônica em muitas classes de produtos, dado que a verdadeira "forma de trabalhar" já não pode mais ser tão aparente em muitos artefatos industrializados. Os micro-computadores representam uma nova geração de máquinas que não foram

produzidas para um fim específico, pelo contrário, estão em situação de executar atividades diversas por meio de programas diversos.
No âmbito da construção de máquinas, cresce constantemente a importância do software para seu controle. Disso resulta que a cada dia é mais natural dotar as máquinas com processos de controle ou operação efetuados por computador. Deste modo, a capacidade da máquina reside cada vez mais em seu programa, ou seja, no software.
O lema da Apple, fabricante dos microcomputadores Macintosh -"não tente você converter-se em máquina" -redirecionou o design dos componentes e periféricos de computadores para o design de interface digital, o que, por muitos anos, lhe garantiu a preferência dos consumidores. Atualmente, é fato que um produtor de softwares, a Microsoft, destaca-se mais do que qualquer marca de hardwares.
Contudo, ao passar do tempo, a mesma Apple inovou no uso de materiais no design de computadores quando do lançamento da linha "iMac", inserindo um novo lema: "pense diferente". Procurando destacar a distinção no design de seus computadores em relação aos seus concorrentes.
Não se pode, assim, apesar de toda a importância dos softwares, prescindir do hardware. Todos os sentidos humanos, responsáveis pela iniciação de todas as espécies de interações, são de naturezas físicas e químicas, portanto materiais.
Assim, a desmaterialização significa a sucessiva redução do volume dos aparelhos eletrônicos em razão do desenvolvimento tecnológico, além da inquestionável transferência da "alma" destes produtos ao software. Em design industrial, qualquer outra acepção à imaterialidade pode ser tomada como meramente utópica.
A forma material em um artefato é determinada não apenas pelas propriedades físicas da matéria, mas também pelo estilo de representação de uma cultura, entretanto, valores semânticos e simbólicos passam pela escolha adequada dos materiais. Conseqüentemente, em design, não se pode tratar os materiais apenas por suas propriedades quantitativas físico-químicas. Tal procedimento não considera aspectos importantes das relações usuário/produto. Propriedades dos materiais que satisfaçam adequadamente requisitos qualitativos de projeto podem ser encontradas em áreas como a estética, a semiótica, a psicologia da arte e a ergonomia cognitiva. Contudo, a forma material, por todo exposto, será condicionada pela matéria da qual o artefato será produzido.
Postulando ser muito difícil determinar um ramo da ciência que possua referenciais que o dotem do privilégio da certeza, é preciso considerar no design sua natureza de "complexidade organizada", incluindo incontáveis fatores variáveis relacionados em um conjunto orgânico. É preciso contar com a subjetividade das idéias, do conhe-

cimento e da criação, mesmo ao lidar com condicionantes concretas como as que envolvem o universo material.

Por fim, tudo o que se abordou em termos de homem e objeto, evolução da mente em um meio material e sobre a relação entre mente e matéria, ainda que muito brevemente, é corroborado por uma constatação básica defendida por Pinker (1998), a de que a mente humana é um tipo de mente primata aperfeiçoada para seu meio, evoluiu e hoje é capaz de pensar em histórias, heranças, romances, reuniões e sinais de trânsito, mas não se pode deixar de considerar que, como os outros primatas, também pensam em rochas, paus e tocas e, por parecer óbvio, tais pensamentos podem ser entendidos como um tipo de habilidade inata, uma habilidade que permita que o homem se ocupe de pensamentos menos previsíveis e siga com a abstração para além da concretude da matéria, para as representações contidas na cultura material.

Agradecimentos

Este trabalho é resultado do apoio em fomento à pesquisa científica oferecido pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, pela Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica do Estado de Santa Catarina – FAPESC e pela Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.

Referências

ARTE SUREÑO. s/d. -a. Disponível em: <http://www.elestrecho.com/arte-sur/cueva-img/pal-inf.jpg>. Acesso em: 15 fev. 2002.

ARTE SUREÑO. s/d. –b. Disponível em: <http://www.elestrecho.com/arte-sur/algarbes/artemueb.jpg>. Acesso em: 15 fev. 2002.

ASSENBERG, Aline Sabbi. *A matéria e sua vocação poética*. Florianópolis: Universidade do Estado de Santa Catarina, CEART, 134 p. Trabalho de Conclusão de Curso, jul. de 2001.

BAILLARGEON, R. *Physical reasoning in infancy.* In M.Gazzaniga. Cambridge: The Cognitive Neurosciences, MIT Press, 1995.

BERGSON, Henri. *Matéria e memória.* Rio de Janeiro: Martins Fontes, 1999.

BÜRDEK, Bernhard. E. *Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili. 1994.

CALLISTER, William D. *Materials science and engineering*. New York: John Wiley & Sons, 1994.

DAMÁSIO, António. *O erro de Descartes: emoção, razão e cérebro humano*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

DAWKINS, Richard. *The selfish gene.* Nova York: Oxford University Press, 1989.
DENNETT, Daniel. C. *A perigosa idéia de Darwin: a evolução e os significados da vida*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
DURAND, Gilbert. *A imaginação simbólica*. São Paulo: Cultrix, 1988.
FISCHER, Ernst. *A necessidade da arte*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.
FOCILLON, Henri. *Vida das formas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.
GIBSON, James J. *The Ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin, 1979.
HEISENBERG, Werner. *A imagem da natureza na física moderna*. Lisboa: Livros do Brasil, s/d.
HOFFMAN. Donald D. *Inteligência visual: como criamos e vemos*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
HUYGUE, René. *Sentido e destino da arte – vol. I*. São Paulo: Martins Fontes, 1986.
KORBEL, Petr & NOVÁK, Milan. *Enciclopédia de minerais.* Lisboa: Livros e Livros, 2000.
LACOSTE, Jean. *A filosofia da arte*. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.
LORENZ, Konrad. *Evolução e modificação do comportamento.* Rio de Janeiro: Interciência, 1986.
MAKOWIECKY, Sandra. *O espaço e o tempo dos sem espaço e dos sem tempo*. In: Caderno de pesquisa interdisciplinar em Ciências Humanas, nº 7, ago. 2000.
_____. *O homem multipartido e o descuido com a subjetividade*. In: Caderno de pesquisa interdisciplinar em Ciências Humanas, nº 21, jul. 2001.
PADILHA, Angelo. F. *Materiais de Engenharia*. São Paulo: Hemus, 1997.
PAREYSON, Luigi. *Teoria da formatividade.* Petrópolis: Vozes, 1993.
PATY, Michel. *A matéria roubada*. São Paulo: Editora da universidade de São Paulo, 1995.
PENROSE, Roger. *O Grande, o Pequeno e a Mente Humana*. São Paulo: UNESP, 1998.
PINKER, Steven. *Como a mente funciona*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
READ, Herbert. *As origens da forma na arte*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
REIS, Alexandre A. *Critérios para Avaliação de um Design Industrial*. Novo Hamburgo: Anais P&D Design, 2000, p. 931-8.
_____. *Design e matéria: uma fronteira que nunca existiu*. In: Revista abcDesign. Curitiba. n. 02, mar. 2002, p. 12-6.
_____. *Matéria, forma e função: a influência material no design industrial*. Tese de Doutorado. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2003, 351 fls.
SABBATINI, Renato M. E. & CARDOSO, Silvia H. *O que nos faz unicamente humanos*. In: Revista Cérebro e mente. Campinas: UNICAMP, jan-2000.
VÁZQUEZ, Adolfo. S. *Convite à Estética*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1999.

WANNER, Maria Celeste de Almeida. *A questão do simbólico na linguagem dos materiais*. In: Cultura Visual. Revista do Curso de Pós-graduação da Escola de Belas Artes. Salvador: Universidade Federal da Bahia. Volume 1, n.1, Jan/Jul de 1998, p. 57-68.

Nota Biográfica

Alexandre Amorim dos Reis

Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2003), Mestre em Engenharia de Materiais pela Universidade Federal de Ouro Preto (1998) e Bacharel em Design Industrial pela Universidade do Estado de Minas Gerais (1993). Professor Associado com dedicação integral na Universidade do Estado de Santa Catarina. É membro do Comitê Assessor na Área de Design para o ENADE-INEP/MEC. Coordenador Institucional do Doutorado Interinstitucional em Design – PUC-RIO/UDESC – DINTER/CAPES. Atua em pesquisa e desenvolvimento em Design Industrial, é líder de grupo de pesquisa na linha Prospecções Metodológicas em Design e ocupa o cargo de Coordenador de Pesquisa da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade do Estado de Santa Catarina.

e-mail: alexandre.reis@pq.cnpq.br

Multiculturalismo como cenário para o design
Multiculturalism as design scenario

Dijon De Moraes

Resumo

O fenômeno multicultural em território brasileiro trouxe para dentro da prática da disciplina de design, elementos paradoxais, contrastantes e conflituosos, que se apresentam em constante evolução. É evidente, que as sociedades plurais (como o Brasil), cheias de sentido e energias híbridas, não são compostas somente de aspectos positivos. É necessário, também reconhecer os conflitos, os contrastes e os paradoxos que coexistem em seu conteúdo formativo. O percurso feito pelo design brasileiro dentro de um cenário de reconhecida multiculturalidade legitima-o, portanto, como um laboratório a ser conhecido e levado em consideração por todos os que querem prospectar novos modelos no âmbito da disciplina do design, dentro da segunda modernidade e dentro do controverso fenômeno de globalização mundial. Procurar entender o paradigma brasileiro, com toda sua energia e pluralidade intrínsecas, é, em hipótese, uma maneira de refletir sobre as novas e possíveis estradas para o design no mundo global.
Palavras-Chave: Design e Globalização; Design, território e identidade Cultural; Nova dicotomia Norte e Sul; Novos Paises Industrializados -NPIs; Design e Segunda Modernidade; Novos cenários projetuais.

ABSTRACT The multicultural phenomenon in the Brazilian territory brought paradoxical elements, contrasts, and conflicts inside to the practical of the design subject which is always in evolution. It is noticed that the plural societies just like the Brazilian which are full of sensible and hybrid energies. However, these plural societies are not only compounded by positives aspects. It is also required to know the conflicts, contrasts, and paradoxes which coexist in its formative content. The passage done for the Brazilian design in recognized multicultural scenery legitimizes it. Therefore, it has be intended same a laboratory to be recognized and considered for all those who wants to generate new models for the design subject in the modernity and inside of the controversial phenomena of the global world. To try to understand the Brazilian paradigm with its

all energy and the plurality intrinsic on hypothesis is a way to think about new and possible conditions to the world design in the global world.
Keywords: Design and Globalization; Design, Territory and Cultural Identity; Nord and Soult new Dicotomy; Newly Industrialized Countries – NICs; Design and Second Modernity; New Design Scenery.

Introdução

De acordo com o antropólogo Darcy Ribeiro, a identidade étnica e a configuração cultural do Brasil veio se formando "destribalizando índios, disafricanizando negros e deseuropeisando brancos"[1]. Essa passagem exposta por Ribeiro demonstra que a formação multicultural, multireligiosa e multiétnica do país levou a um sincretismo que se pode ver presente na base da cultura brasileira. Tudo isso nos faz refletir sobre a diversidade estética, icônica, simbólica e, ainda, sobre os ritos religiosos e a riqueza culinária proveniente desse mix racial que possibilitou uma vasta gama de caráter e sentido múltiplo.

Podemos considerar, outrossim, que esse pluralismo existente na base da configuração da sociedade brasileira e a grande hibridação, presente como componente formativo da população do país, em muito se aproxima das teorias e ideais provenientes da cultura pós-moderna (neste estudo, visto além do aspecto estético ou de mera linguagem artística) e, mais recentemente, do modelo de Globalização *in fieri*. Modelo esse entendido como fenômeno plural em forma de cultura e de sociedade no âmbito da segunda modernidade que se estabelece. Releva-se, portanto, que esse aspecto múltiplo sempre esteve presente em todas as manifestações culturais e artísticas do Brasil e dele se alimenta e se renova constantemente.

Multiculturalismo e design

É evidente que todo esse ideal pluralista brasileiro, cheio de sentido e de energia híbrida, não vem composto somente de resultados positivos. É preciso salientar também os conflitos, contrastes e paradoxos existentes durante o seu percurso e contexto formativo. Nesse sentido vale a pena recordar o conflito local brasileiro no que diz respeito à falta de unicidade da identidade cultural do seu design, aspecto esse por tantos identificados como fundamental para proporcionar um significativo reconhecimento em nível internacional para um design local. É também importante notar

1 RIBEIRO, Darcy. *O povo brasileiro:* a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. p.179.

que esse conflito de unicidade nasce exatamente da condição de tensão e confronto existente dentro de uma sociedade heterogênea, híbrida e plural e, de mesma forma de grande diversidade cultural. É oportuno ressaltar, que a falta de unicidade no design brasileiro não provém da falta de cultura, mas, ao contrário, do seu excesso. Em outras palavras, o contínuo processo de interação entre culturas e influências diversas ocorridos no design brasileiro, promoveu renovações mais veloz que sua institucionalização como um modelo único. Isto é: não lhe conferiu, por fim, valores simbólicos e icônicos estáticos, mas, ao contrário, fluidos e renováveis. O interessante teorema design brasileiro apresenta, portanto, como elemento de unicidade, a energia da sua própria renovação. Fenômeno este que, hoje, também se manifesta junto ao processo de globalização mundial em formação.[2]

O design brasileiro, como se sabe, sustentou, desde o início de sua instituição oficial nos anos 1960, o modelo racional-funcionalista moderno como referência maior para guiar o país rumo à estrada da industrialização e, mais importante ainda, para fora da sua condição de periferia, subdesenvolvimento e pobreza. Mas, na realidade, essa estrada escolhida através do modelo racional-funcionalista veio, outrossim, amenizar a inserção dos ícones da cultura local brasileira junto à sua cultura material e aos seus artefatos industriais.

A Performance das multinacionais

Nesse contexto, não se deve subestimar o papel das empresas multinacionais junto ao modelo de modernidade consolidado no Brasil. Estas empresas, por meio da transferência de suas práxis produtivas do Norte para o Sul do planeta, trouxeram diferentes energias para o puzzle brasileiro. E isso, há que ser relevado, acontece em concomitância a todas conseqüências negativas e positivas correlacionadas.

Ao analisar o percurso dos Novos Países Industrializados (NPIs), Brasil compreendido, em direção ao modelo de industrialização ocidental, Kumar e Gellner afirmam que, "para o mundo, de uma maneira em geral, ficava entendido que uma sociedade moderna deveria ser uma sociedade industrial. Modernizar tornou-se, então, sinônimo de industrialização, ou seja, tornar-se igual ao ocidente"[3]. Se um dos aspectos do

2 De acordo com Waters, "a globalização è a conseqüência direta da expansão cultural européia no planeta, através do processo de consolidação da colonização e do mimetismo cultural […] isto significa que o modelo de globalização em curso é, por si mesmo, um modelo de origem Européia". Em: WATERS, Malcolm. *Globalização*. Oeiras: Celta Editora.1999. p.03.

3 KUMAR, Krishan. *From post-industrial to post-modern society* : new theories of the contemporary world. Oxford: Blackwell Publishers. 1996. p.95.

tardo capitalismo é a transferência produtiva industrial para o Sul do hemisfério, não se pode negar o papel brasileiro neste contexto, sabendo-se que, desde um passado próximo, o Brasil vem sendo reconhecido como um dos paraísos de empresas Multinacionais (EMNs) e das Transnacionais (ETNs) na era atual da globalização de mercados que se estabelece[4]. Essa performance das Multinacionais em território brasileiro, por um lado, guia realmente o Brasil em direção à industrialização e como expoente na exportação de bens industriais mas, por outro lado, coloca em prática um modelo de desenvolvimento produtivo que não insere a causa do design local.

Os empreendedores brasileiros, por sua vez, vis-à-vis a condição de fornecedores ou partners (pela produção associada) das multinacionais instaladas no Brasil, tinham nas empresas centrais o melhor exemplo a ser seguido (recordando o colonizado que enxerga pelos olhos do colonizador) e, faziam-se valer do design local de forma sistêmica, somente por meio das imagens gráficas e dos catálogos promocionais dos seus artefatos industriais. Uma aplicação bastante reduzida, é verdade, diante da grande expectativa por parte dos designers brasileiros, que se propunham a operar no âmbito do design, dentro do sentido mais amplo possível do termo. Esse fenômeno também explica, em parte, a razão da maior evolução no território brasileiro da atividade de design gráfico (*visual design*) em detrimento do design industrial (*product design*).

Devemos relevar, porém, que o cenário econômico no Brasil, no inicio dos anos 1980, em conseqüência da crise mundial do petróleo iniciada em 1973, não aparecia tão favorável ao país como nas décadas precedentes (anos 1960 e 1970), no período denominado de "milagre econômico brasileiro", em que o percentual de expansão chegara mesmo ao admirável percentual de 13,3% de crescimento ao ano[5]. Por fim, resulta que na década de 1980, denominada pelos economistas brasileiros como "a década perdida"[6], uma sucessão de perdas produtivas, de exportações e de consumo

4 De acordo com Dunning: "essas empresas representam um montante de 30% da soma do PIB de todo o mercado econômico; 75% do comercio internacional; 80% da transferência internacional da tecnologia e da qualificação de gestão. As trezentas maiores empresas Multinacionais, representam 70% do Investimento Direto do Exterior (IDE), um montante que chega a 25% do capital mundial". (Dunning, J. *Multinational Enterprises in a Global Economy*. Wokingham: Addison-Wesley. 1993. p.14-15).

5 LAGO, Luiz Aranha Corrêa do. *A retomada do crescimento e as distorções do "milagre"*: 1967-1973 in ABREU, Marcelo de Paiva. *A Ordem do progresso, 100 anos de política econômica republicana 1889-1989*. São Paulo: Campus. 1989. p. 239.

6 8 Ver Coutinho, Luciano e FERRAZ, João Carlos. *Estudo da Competitividade da indústria brasileira*. Campinas: Papirus.1995.

interno começa a se manifestar após um reconhecido período de crescimento econômico e desenvolvimento industrial.
Ainda, como cenário complementar de época, devemos acrescentar que, naquele momento, a crise na América Latina sofreu uma brusca reação e o Brasil teve que enfrentar uma inflação astronômica (em 1989 o valor da moeda diminuía em um ritmo de 80% ao mês) e uma gravíssima recessão interna. Portanto, deve-se considerar também o reflexo desses acontecimentos para o desenvolvimento e estabilização do, já complexo, teorema do design brasileiro.

Moderno e pós-moderno no design brasileiro

O movimento Moderno no Brasil[7], que por muito tempo foi sinônimo de industrialização e prosperidade, ralenta o seu percurso desde o golpe militar de Estado de 1964. Interrompe-se, assim, o sonho socialista do projeto modernista, identificado com a resolução dos problemas sociais do país. O Moderno, por fim, dentro desse cenário local brasileiro, perde o elã revolucionário que o coligava à causa social. Segundo Branzi, "entre todas as ideologias, o movimento moderno prefigurou-se de uma maneira visivelmente clara como o próprio modelo de humanidade, além de uma revolução social, por meio da qual, podia e devia ser promovida uma modificação estrutural do próprio homem, da sua lógica e do seu comportamento, o qual cenário racionalista já prefigurara a ação. Um projeto, então, destinado a modificar os homens, por meio de seus instrumentos e de seu ambiente. A relevância funcionalista dessas ações foi sempre entendida, de fato, como a transformação física e mental humana"[8].
Os ideais da cultura pós-moderna, como prenúncio da segunda modernidade, chegam ao Brasil em um momento de baixa estima do design local, que se encontrava entre o desprezo das multinacionais e a miopia das empresas locais em relação à importância da aplicabilidade para a produção dos artefatos industriais. De acordo com Kumar, "o pós-modernismo foi a mais interessante das recentes teorias, sendo capaz de recolher no seu generoso braço todas as formas de transformações advindas: cul-

7 "Estava feita à mágica. Com o apoio fundamental de Le Corbusier, inaugurava-se uma sociedade entre o poder institucional e a nova arquitetura, que só iria se romper em 1964". In Vasconcellos, Eduardo Mendes e AA.VV. *Design, Cultura Materiale e Visualidade*: Centralidade e Modernismo, a memória desvanecida. Rio de Janeiro: Arcos. 1999. p.33.

8 BRANZI, Andrea. *La Casa Calda*: Esperienze del Nuovo Design Italiano. Milano: Idea Books, 19884/1999. p.33.

turais, políticas e econômicas"[9]. Por isso mesmo, não podemos nos esquecer, mas, ao contrário, salientar a importância dos ideais da cultura pós-moderna, que chega ao Brasil justamente na década em que termina a ditadura militar no País (1964-1985), após um período de mais de 20 de ininterruptos regime ditatorial.

Os designers brasileiros, por vez, assumem o pensamento pós-moderno nos anos 1980 (final do governo militar) como uma bandeira de protesto contra o Estado da arte do design local, que não conseguia instituir-se de maneira autônoma e definitiva, mantendo-se sempre como um modelo de esperança *ad infinitum*. Os designers e estudantes brasileiros, utilizavam, da mesma forma, os "rumores" dos ideais pós-moderno, contra a indiferença das multinacionais com suas estratégias de lucro fácil e falta de apreço pela causa do design local.

De acordo com Fleury, "as transnacionais precisariam buscar um novo balanço entre global e local. O desafio seria não só o de desenvolver maior sensibilidade às culturas locais, mas também entender melhor quais competências locais poderiam ser utilizadas para aumentar o potencial competitivo da empresa. Isso implicaria em as subsidiárias terem que assumir uma função mais orgânica com as demais unidades da corporação assim, como desenvolver relações mais sinérgicas entre as empresas e as instituições locais"[10].

Mas os rumores do pós-moderno brasileiro tinham também como endereço os próprios empreendedores do país, que não demonstravam sensibilidade quanto à importância da inclusão do design na produção industrial local. As empresas brasileiras, enquanto praticantes da mimese produtiva e tecnológica proveniente do exterior, não tomaram como desafio a tarefa de decodificar e inserir, através da atividade do design, os valores culturais locais na produção de massa dos artefatos industriais. Esse fato também contribuiu para aumentar a distância da inserção da identidade cultural brasileira, na produção industrial local.

Por tudo isso, podemos ainda afirmar que a condição pós-moderna no design brasileiro reflete-se também como uma manifestação política em favor da liberdade de expressão e contra a insatisfação então vivida; entenda-se, o regime militar e as fortes influências provenientes do exterior junto ao sistema de produção industrial local. No Brasil, podemos afirmar, este movimento não se prefigurou somente como

9 11 Op. cit., Kumar, Krishan. 1996. p.15

10 FLEURY, Afonso. *Gerenciamento do desenvolvimento de produtos na economia globalizada*. São Paulo. Paper Escola Politécnica/ Universidade de São Paulo.1999. p.9.

pós-moderno, mas, da mesma maneira, como pós-militar, pós-autoritário e pós-austero. É claro que os ideais da cultura pós-moderna, por si só, não eram capazes de resolver todos estes problemas de grande complexidade existente no âmbito do design local. O pós-modernismo não pretendia nem mesmo ser um novo modelo de produção industrial em um cenário já previamente definido pelas multinacionais. Mas o movimento manifestava-se como um desafogo de uma inteira geração de designers que se encontravam enclausurados e submetidos a um modelo visivelmente não mais desejado. Nesse sentido, recordamos que o percurso do movimento no Brasil se torna mais próximo da prática contestatória da contracultura surgida precedentemente nos Estados Unidos e na Europa[11], justamente porque, entre as propostas do pensamento pós-moderno no design europeu, encontrava-se aquela de contraposição ao modelo de produção industrial convencional vigente.

Recordamos-nos que nesse período começa a surgir, ou melhor, ressurgir na Europa o design de autoprodução ou de produção em série limitada. De acordo com Branzi, "o design industrial, nesse sentido passou a ser entendido dentro de um fenômeno mais amplo e a colaboração com a indústria teve de ser vista em um âmbito mais complexo do que o de um simples projeto formal de um produto em série"[12]. É importante perceber, como aconteceu com os grupos da vanguarda radical da Europa durante os anos 1980, que também no Brasil foi retomado o modelo de autoprodução de objetos por parte de muitos designers. Essa prática tinha sido interrompida no país durante os anos 1960 face a esperança dos designers locais em relação à promissora produção em larga escala, que poderia acontecer com o modelo industrial adotado. O design brasileiro, junto ao modelo pós-moderno na década 1980, não produziu em quantidade significativa, é verdade, mas, certamente, iniciou um novo processo

11 "O mito Moderno entrou rapidamente em crise com o crescimento, a partir de 1968 em diante, de um difuso conflito político e cultural; o resultado foi um progressivo e incontrolável fracionamento do corpo social, até atingir a existência atual de tantos e diversos mercados menores, ligados a grupos semânticos, como diria Charles Jenks, que atravessando de forma diagonal as diferentes classes sociais, fez surgir famílias distintas entre si com: comportamentos, tradições, religiões e modos diferenciados. Trata-se de fato de um fenômeno que tornou-se conhecido como sociedade pós-industrial […] Se no inicio do século a arquitetura nascente adotou a profunda lógica da maquina industrial, tendo como hipótese um homem ao todo racionalista, que na produção poderia realizar a própria energia criativa, nos anos sessenta o modelo proposto através da cultura pop era aquele de um homem voltado para o consumo, que dentro da civilização do bem-estar realizava o mais alto momento de sua criatividade cultural. Em cinqüenta anos de historia, se viu então passar de uma civilização da maquina para uma civilização do consumo; o quadro dos valores desta forma foi totalmente invertido e os mecanismos de indução das necessidades tomara o lugar daqueles estipulados pelo projeto racionalista. Nas transformações da cultura projetual, consiste as grandes mudanças advindas naqueles anos". (Op. cit., Branzi, Andrea , 1984/1999. p. 54 e 78).

12 Op. cit., Branzi, Andrea, 1984/1999. p.76.

para o reconhecimento de uma estética multicultural brasileira. Foi aberto, então, no Brasil, nesse período, uma nova estrada para o design por meio da decodificação do próprio pluralismo étnico e estético local, cujo modelo, de forma mais madura desponta como uma nova cultura projetual somente a partir da segunda metade dos anos 1990. Essa nova realidade nos conduz a um aspecto que, hoje, começa a ser conhecido como uma estética multicultural, em que se nota uma forte presença dos signos híbridos e de uma energia singularmente brasileira. A heterogeneidade local desta vez, é aceita no design brasileiro como aspecto positivo, um espelho do mix social existente dentro do próprio país. É importante salientar que esse novo modelo local, ainda em maturação, visa captar com mais precisão o nosso pluralismo ético, étnico e estético.

O Novo design brasileiro

Inicia-se, então, no Brasil, o surgimento de um design plural, que tem origem nas diversas culturas existentes no país. Todavia, devemos nos lembrar de que o resultado a ser obtido com o novo design brasileiro, ainda começando a se estabelecer, não pode ser entendido como uma salada cultural dispersa e desordenada.

O design dentro da heterogeneidade de uma cultura múltipla, vem ser possível quando se promove a união de diferentes elementos que conciliam harmonia e equilíbrio entre si. Assim pode ser dado espaço ao design no âmbito de uma cultura múltipla, promovendo a rica coligação entre elementos afins apesar de origens diversas. E este a meu ver, vem ser um dos grandes desafios da atividade de design dentro deste novo modelo de globalização mundial. Neste sentido, devido a inconteste harmonia obtida durante o transcurso de hibridação entre diferentes raças e da maturação da sua própria multiculturalidade, o Brasil começa a deixar a margem da periferia e se desponta com grande chance e potencial de se revelar como país protagonista dentro deste novo cenário que se estabelece.

Mas o ideal pluralista do design brasileiro continua a apresentar muitos desafios dentro de uma sociedade em que os maiores conflitos foram, e ainda são, gerados pela complexidade de decodificação dentro da grande diversidade existente. O inusitado método de trabalho dos irmãos Fernando e Humberto Campana, dupla de designers brasileiros reconhecidos em nível internacional (exposição no Moma de Nova York, e várias vezes destaque no Salão do Móvel de Milão), ilustra muito bem a nova realidade do design do Brasil. Segundo os próprios irmãos Campana, suas pesquisas são realizadas em andanças nas lojas e mercados do caótico centro de São Paulo, cidade global rica e industrial, mas, ao mesmo tempo, com grandes conflitos sociais e problemas inerentes à sua periferia. No processo de desenvolvimento de seus tra-

balhos, os Campana recolhem materiais e objetos incomuns que, somente após um período de "gestação", são utilizados nos seus objetos e artefatos industriais. Isto é: as possíveis diferenças existentes entre os componentes utilizados em seus produtos são unidas por afinidades de equilíbrio estéticos e estésicos que, por fim, atenuam os contrastes ao lhes conferir unidade e equilíbrio formal.

É importante também perceber que o novo design brasileiro, com toda a energia que lhe é intrínseca, traz consigo, ainda que de maneira quase inconsciente, referências do pensamento racional-funcionalista mantido, durante quase quarenta anos, como dogma no âmbito do design local. Tais características racionalistas manifestam-se, hoje, principalmente pelo uso de poucos elementos construtivos e, também, por um modelo que aponta para a facilidade de produção industrial. O aspecto racional que continuou presente no novo design brasileiro é como uma espécie de consciência local (herança do projeto de modernidade) da realidade do País, em que o dilema brasileiro da desigualdade social ainda não foi resolvido.

Outro fator de grande importância é que a prática desse novo modelo projetual brasileiro não vem mais submetido a rigorosos vínculos e fórmulas a serem seguidas uniformemente, como acontecia com o modelo racional-funcionalista. O design brasileiro, após as influências da segunda modernidade e do constante processo de hibridação, afasta-se da linearidade e do conceito funcionalista predominante,
tornando-se, por vez, um design mais livre, expressivo e espontâneo, que 'assemelha e assimila a própria cara do país', interagindo, por vez, com a vasta nuança de sua identidade múltipla e plural.

Não obstante a crise produtiva e industrial dos anos 1980, o design brasileiro se renova como conceito e estética. Justamente no bívio entre o mimetismo produtivo proveniente do exterior e a mestiçagem da sua cultura local, repensa então o seu destino e toma sua própria estrada. Tudo isso acontece em um período que pode ser considerado seqüencialmente entre a crise do moderno, a causa pós-moderna e a iminência da globalização. Segundo Charles Jenk "o pós-moderno caracteriza-se pelo ecletismo e pelo pluralismo, aquela divertida mescla e combinação de tradições que muitos consideram típicas do pós-modernismo em geral. Não raro, perceba-se um ar de teatralidade ou de espetáculo. A cidade vem tratada como um palco, um local para ser desfrutado como um exercício de imaginação, bem como um sistema utilitarista de produção e consumo; é um local de fantasia que compreende não somente a função, mas, também a ficção"[13].

O design brasileiro, inserido neste cenário entre a pós-modernidade e o modelo de globalização iminente, começa a ter como referência maior a riqueza e a expressivi-

13 Idem, Ibidem , p. 117

dade de suas próprias manifestações culturais. Toma a cultura popular e o carnaval como fantasia coletiva, reconhece o kitsch como gosto popular de massa e as telenovelas como referência ética e estética local[14]. Observa-se que todas essas transformações acontecidas no Brasil a partir de 1990 são muito próximas do pensamento e das referências de uma cultura múltipla, cultura essa que se encontra presente no modelo anterior pós-moderno e nesse atual de globalização mundial. "Hassan utiliza o conceito de 'carnavalização' de Bakhtin para descrever grande parte daquilo que entendia por pós-modernismo. A carnavalização, nos expõe Kumar, 'abraça fortemente a indeterminação, a fragmentação, a não-canonização, o altruísmo, a ironia, a hibridação', os principais elementos definidores do pós-modernismo. Mas o termo acaba por transmitir também o seu ethos cômico ou absurdo […] Carnavalização ainda significa 'polifonia', a força centrífuga da linguagem, a relativa alegria das coisas, visão e empenho, a participação na desordem da vida e a imanência do riso. Na verdade, aquilo que Bakhtin chamava de novidade, o carnaval, isto é, o anti-sistema, poderia descrever o próprio termo pós-modernismo ou, pelo menos, os seus elementos lúdicos e subversivos, que prometem renovamentos"[15].

Ressalta-se que a própria festa do carnaval no Brasil, que desponta como possível exemplo e analogia junto à aplicação dos conceitos da cultura múltipla na arte e no design local. Nos desfiles da festa maior do carnaval do Rio de Janeiro, equilíbrio, evolução, harmonia e beleza formal conciliam o mesmo peso dentro de uma estética carnavalesca livre e, ao mesmo tempo, curiosamente ordenada. Interessante notar que são exatamente o equilíbrio e a integração, entre os quesitos supra descritos, que vêm a ser avaliados pelo do júri para definir o vencedor dessa grande festa nacional.

Da mesma forma, merece ser destacado que do carnaval brasileiro surgiu a profissão de "carnavalesco" que, na realidade, é o designer responsável pela concepção dos carros alegóricos e das fantasias das escolas de samba no desfile. O briefing a ser seguido pelo "designer carnavalesco" é o tema central escolhido pela escola de samba para o carnaval daquele ano. Ou seja, ele tem o desafio de traduzir e de comunicar, por meio da imagem dos carros alegóricos e das fantasias dos participantes, o enredo e o tema escolhido pela escola.

14 "Os povos latinos também tem as suas contradições, mas preservam uma propensão para a alegria, a sensualidade, a acolhida, a festa, perdida pela maioria dos outros povos. É, portanto, provável que sejam os latinos os primeiros a elaborar um novo modelo, alternativo ao americano, finalmente capaz de assegurar a todos uma tranqüilidade econômica que não exija a renúncia da serenidade de espírito, da alegria, da diversão e do convívio". De MASI, Domenico. *A Economia do Ócio*. Rio de Janeiro: Sextante. 2001. p.44.

15 Op. cit., Kumar, Krishan. 1996. p. 220.

Nessa disputa, vence sempre o carnavalesco mais criativo, o que for capaz de melhor traduzir e comunicar, na forma de imagens e metáforas o tema previamente proposto. E também aquele que, além de ousar e surpreender durante o desfile, ainda for capaz de emocionar a torcida, a mídia e o júri. Não se pode esquecer, mas, ao contrário, acentuar, outro interessante fenômeno local surgido com a festa de carnaval no Brasil: o produto trio elétrico da Bahia. Fenômeno genuíno da cultura e estética de Salvador, um perfeito exemplo de união e harmonia da tecnologia moderna com as referências autóctones locais.

Continuando a analisar o novo cenário que se delineia a partir dos anos 1990 no design do ocidente, encontramos um grande espaço para o debate sobre a sociedade da mídia e da informação, do conhecimento e do saber. Temos em Lyotard, Hassan e Bell autores que vêem a importância da mídia e toda uma gama da nova tecnologia da informação na criação de uma nova realidade "desmaterializada" para o homem pós-industrial. Esses autores afirmam que, se o produto industrial foi o símbolo da era moderna, a informação seria o símbolo da era pós-moderna. Conseqüentemente, se o modernismo foi a cultura da sociedade industrial, o pós-modernismo seria a cultura da sociedade pós-industrial. O Brasil, dentro desse contexto, entre o modelo pós-moderno e a realidade pós-industrial, tem a experiência da Rede Globo[16] de telecomunicação como exemplo maior da era da informação e da sociedade pós-industrial local[17]. Essa empresa, como se sabe, não produz bens materiais, mas, sim, bens culturais e de mass mídia. Nela trabalham milhares de pessoas que produzem sonhos e fantasias efêmeras; contudo, essa empresa oferece mais postos de trabalho do que muitas das multi e transnacionais estabelecidas no Brasil, incluindo algumas

16 "A Rede Globo de televisão foi fundada em 1965 no Rio de Janeiro. A programação da TV Globo cobre praticamente todo o território nacional brasileiro, constituído de 5.625 municípios. Existem 113 filiais da TV Globo em todas as regiões brasileiras, permanecendo vinte e quatro horas no ar nas principais cidades do país. A audiência local chega a 59% na programação diurna e, 69% na programação noturna. O acervo da TV Globo é traduzido para diversos idiomas e leva a cultura brasileira para cerca 130 países de todos os continentes". Disponível em: http://www.redeglobo.com.br. A Rede Globo é partner da Telecom Itália na nova escola experimental de design Interaction Design Institute em Ivrea. "O Interaction Design Institute de Ivrea focaliza a sua atividade sobre modalidades de interação entre as pessoas, as comunicações e o computador. O seu escopo consiste no desenvolvimento de um profundo conhecimento técnico, cultural e na promoção de competências gerenciais e empreendetoriais no campo dos serviços de comunicações inovativas. A estrutura didática e de pesquisa hospeda, hoje, cem pessoas entre estudantes e pesquisadores provenientes de todo o mundo", (Texto publicado no catálogo: Executive Summary, Interaction Design Institute Ivrea, 2000).

17 "Na sociedade industrial, como já disse, o eixo central da economia consistia na produção de bens materiais: objetos como geladeiras, automóveis e assim por diante. Portanto, produtividade consistia em produzir o maior numero desses objetos desse tipo no menor espaço de tempo possível. Hoje, na sociedade pós-industrial, o baricentro da economia deslocou-se para a produção de bens imateriais, isto é, de idéias. Portanto, a produtividade agora consiste em obter a máxima quantidade de idéias no menor tempo possível". (Op. cit., De masi, Domenico, 2001. p.13).

das mais reconhecidas marcas do setor automobilístico. "A prioridade de realizar a programação in loco é fator decisivo e de estímulo para uma indústria que ampliou o mercado de trabalho no Brasil. A Rede Globo, com cerca oito mil funcionários, movimenta mais de quatro mil profissionais envolvidos diretamente na criação da sua programação televisiva: autores, atores, diretores, cenógrafos, figurinistas, jornalistas, músicos, designers, produtores e outros técnicos de especialidades diversas"[18]. Nota-se que essa empresa, nos moldes das grandes organizações da era pós-industrial, se estabelece produzindo bens imateriais e efêmeros, ao contrário daqueles semiduráveis e industriais de consumo. Reconhece-se, hoje, que é nas atividades do serviço e no design do serviço que desponta uma das alternativas de configuração de um novo cenário possível para o design neste novo século que apenas se inicia. Pelo desenvolvimento da tecnologia da informática e da economia da informação (entenda-se realidade pós-industrial), hoje se prefiguram-se outras possibilidades para a "periferia", e nova relação com o "centro". Isto é: uma nova relação local-global.

Rifkin, Manzini e King sustentam isso. Segundo Rifkin: "mesmo que 'serviço' seja uma definição imprecisa, evasiva e aberta a diversas interpretações, de forma geral este inclui as atividades econômicas que não comportam a produção de alguma coisa material, que são transitórias e consumidas no próprio momento em que vêm a ser produzidas, fornecendo assim um valor intangível"[19]. Manzini, por vez, sustenta que "como se diz e se repete freqüentemente, a nova economia é uma economia que aponta para o serviço e para o conhecimento; então, os novos produtos serão produtos-serviços e conhecimentos"[20]. Por fim, descreve King: "gostaria de sugerir, então, que a arquitetura e o planejamento, de fato, todas as 'profissões de design', sejam potencialmente de grande influência na contribuição da transformação da cultura em escala global"[21].

Tomando-se como referência as teorias que vêm com a disseminação dos denominados produtos-serviços (aqueles desvinculados dos processos fabris convencionais) e com a possibilidade de maior e veloz difusão do bem-estar social para os povos mais distantes do "centro", podemos pensar que, hoje, renasce a esperança de movimentar as benesses do Norte para o Sul do planeta com mais rapidez. De fato, está

18 Rede Globo: <http:// www.redeglobo.com.br>.

19 RIFKIN, Jeremy. *L'era dell 'accesso: la rivoluzione della new economy*. Milano: Mondadori. 2000, p.115.

20 Manzini, Ezio. *Hong Kong la città estrema -Laboratorio urbano*: Made in Hong Kong -Preistoria industriale. Rivista Domus, 2001, p.71.

21 King, Anthony. In: Featherstone, Mike; *Cultura globale*: L'architettura, il capitale e la globalizzazione della cultura. Roma: SEAM., 1996, p.220.

implícito que com a real superação da barreira espaço-tempo nós podemos, hoje, por exemplo, transmitir uma mensagem intercontinental, via Internet, com o mesmo custo operativo da localização geográfica do usuário.
Continuando no âmbito produto-serviço, também pode ser colocada como hipótese do surgimento de uma estrada que possa percorrer o sentido inverso, isto é: do Sul para o Norte do planeta. Um exemplo disso são as urnas eletrônicas eleitorais desenvolvidas com tecnologia e design brasileiro, cuja solução começa a tornar-se referência para tantos outros países tecnologicamente mais desenvolvidos. No Brasil, por meio dessa tecnologia local, foi possível, em pouco mais de vinte e quatro horas após o encerramento da votação, concluir o resultado de uma eleição que envolve cerca de 115 milhões de eleitores, distribuídos em um território de mais de 8,5 milhões de quilômetros quadrados, 5.625 municípios e 325.720 zonas eleitorais. O que importa destacar é que, nessa experiência com a urna eletrônica, o Brasil foi o idealizador, o produtor e o laboratório de aplicação para uma nova tecnologia. É curioso, como parte dos paradoxos brasileiros, que isso aconteça em um país que, por mais de 20 anos, privou sua população do direito ao voto em razão do regime ditatorial militar implantado.

Conclusão

Concluindo, vale a pena ressaltar as transformações ocorridas no Brasil no âmbito do design e da tecnologia produtiva a partir do advento da cultura pós-moderna e da era pós-industrial. Esses fenômenos chegaram de forma singular e marcante no território brasileiro após os anos 1980. Tais referências, por um lado, nos permitiram colocar em evidência os aspectos positivos da multiculturalidade local brasileira e, por outro, preanunciou o nascimento do modelo de globalização mundial que começou a se definir somente a partir dos anos 1990. O novo fenômeno de globalização mundial trouxe consigo profundas transformações em um curto espaço de tempo, fazendo-nos refletir sobre o impacto dessa nova ordem, cujas referências nos conduzem para o modelo da segunda modernidade atual. Isto é: com o novo modelo que se estabelece, grande parte dos problemas que existiam somente na esfera local tornaram-se globais, fluidos e homogêneos[22].Da mesma maneira, assistiu-se uma acentuada transferência da força produtiva industrial do Norte para o Sul do planeta, realidade que permitiu o estabelecimento de uma nova classe de países, como o Bra-

22 Beck, Ulrich. *Che cos'è la globalizzazione*: rischi e prospettive della società planetaria. Roma: Carocci Editore. 1999. p.79

sil, denominados de Newly Industrialized Countries – NICs [23]. Esse fato possibilitou, ainda, o surgimento de novos modelos produtivos de bens industriais, não mais destinados a um mercado regional, como anteriormente estabelecido, mas ao mercado de reconhecida abrangência internacional.

É importante salientar que o modelo de globalização in fieri, como novo partícipe da segunda modernidade, posiciona-se no âmbito da cultura do design, por meio da busca por elementos que apontem para conceitos de sentido múltiplo e plural, híbrido e sincrético, mas que, ao mesmo tempo, apresentem fortes signos de uma cultura autóctone local, própria, como aponta o complexo processo de ação e reação cultural dentro do modelo de globalização mundial. Esse novo modelo proporciona, também, um grande espaço que favorece a revalorização dos artesanatos regionais. Nesse novo cenário que se delineia, o design brasileiro e seu produto industrial começam a abandonar o processo de mimese adotado junto às referências provenientes do exterior, surgindo, pela primeira vez, como uma referência própria e possível como modelo para seu design. Isto é: da multiculturalidade local surgem novas possibilidades para as referências projetuais que, de forma correta, não se sentem inferiorizadas por não apresentar valores estáticos de unicidade tangível, apresentando, ao contrário, a força e a riqueza da sua constante renovação e criatividade. Por fim, faz valer dessas ricas características, o seu valor e identidade, que começam a ser reconhecidos em nível internacional como sendo genuíno brasileiro. Tais aspectos, ressalta-se, são vistos hoje como diferenciais junto ao modelo de globalização mundial que se estabelece.

O percurso feito pelo design brasileiro dentro de um cenário de reconhecida multiculturalidade legitima-nos, portanto, como um laboratório a ser conhecido e levado em consideração por todos que querem prospectar novos modelos no âmbito da disciplina do design, dentro da segunda modernidade e do controverso fenômeno de globalização mundial. Procurar entender o paradigma brasileiro, com toda sua energia e pluralidade intrínseca, é, em hipótese, uma maneira para refletir sobre novas e possíveis estradas para o design no mundo global.

Nesse artigo, a experiência brasileira é interpretada como um laboratório multicultural que antecipa localmente, em várias situações, os efeitos da globalização mundial. Fato esse que, a meu ver, aponta o Brasil com grandes possibilidades de respostas

23 Principais NICs Asiáticos: China, Singapura, Coréia do Sul, Malásia e Tailândia.
Principais NICs Latino americanos: Brasil, Argentina, Chile e México.

junto às novas questões e aos novos desafios do mundo globalizado no âmbito, contexto e razão do design.

Obs.:
Trabalho originalmente publicado com o titulo "Manifesto da razão local: a multiculturalidade como cenário para o design" em LAGES, Vinicius; BRAGA, Christiano e MORELLI, Gustavo (prefácio de SACHS, Ignacy). "Territórios em Movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva". Rio de Janeiro: Editora Relume Dumará/ SEBRAE-NA. 2004. 350 p.

Nota biográfica

Dijon De Moraes
Ph.D em Design. Vice-Reitor da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG-, interessa-se tanto pela prática quanto pelos aspectos teóricos do design. Obteve seu título de doutor junto à Universidade Politécnico di Milano, Itália, e revalidação do diploma junto à Universidade de Brasília -UnB. Desenvolveu diversos produtos e recebeu prêmios no Brasil e exterior. É autor, dentre outros, do livro Limites do Design (1997) pela editora Studio Nobel e Análise do design brasileiro (2006) pela editora Edgard Blücher, ambas de São Paulo, publicações premiadas na categoria "trabalhos escritos" junto ao Prêmio Museu da Casa Brasileira -MCB -de São Paulo. Membro do Conselho de Ciência e Tecnologia do Estado de Minas Gerais - CONECIT e do colegiado da REDEMAT, consórcio em pós-graduação entre UFOP/UEMG/CETEC. Coordenador do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design junto à ED-UEMG, consultor científico do CNPq, consultor do Sistema FIEMG e do SEBRAE. Ministrou cursos e workshops, proferiu lições e se apresentou em vários congressos internacionais promovidos por Universidades e Design Centres do Brasil e exterior. Tem trabalhos publicados em português, espanhol, inglês e italiano.

Referências bibliográficas

ABREU, Marcelo de Paiva. *A Ordem do progresso, 100 anos de política econômica republicana 1889-1989*. São Paulo: Campus, 1989.
ANCESCHI, Giovanni. *La Fatica nella del Web in Il verri rete.* Milano: Monogramma, 2001.
BAUMAN, Zygmunt. *La società dell'incertezza*. Bologna: Il Mulino, 1999.
BECK, Ulrich. .*Che cos'è la globalizzazione: rischi e prospettive della società planetaria*. Roma: Carocci Editore, 1999.
BELL, Daniel. *The coming of post-industrial society*. New York: Basic Books, 1973.

BRANZI, Andrea. *La Casa Calda: Esperienze del Nuovo Design Italiano*. Milano: Idea Books, 1984/1999.
BRANZI, Andrea. *Learning from Milan – Design and the Second Modernity*. Massachusetts: The MIT Press, Cambridge, 1988.
BRANZI, Andrea (1999), *Introduzione al design italiano: una modernità incompleta*. Milano: Baldini & Castoldi, 1999.
BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral (TSE): <htpp://www.tse.gov.br>.
COUTINHO, Luciano e FERRAZ, João Carlos. *Estudo da Competitividade da industria brasileira*. Campinas: Papirus, 1995.
DE MASI, Domenico, *Verso la formazione post industriale*. Roma: Franco Angeli, 1994.
DE MASI, Domenico. *L'Economia dell'ozio – A Economia do Ócio*. Traduzione di Lèa Manzi. Rio de Janeiro: Sextante, 2001.
ECO, Umberto. *Travels in Hyperreality*. London: Picador, 1987.
FEATHERSTONE, Mike. *Cultura globale: Nazionalismo, globalizzazione e modernità*. Roma: Edizioni SEAM, 1996.
FLEURY, Afonso. *Gerenciamento do desenvolvimento de produtos na economia*. São Paulo: Paper Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, p.9, 1999.
GOTZCH, Josiena. *Meaningful Products. The break-through for product semantics by the Memphis movement in Beautiful and globalizada . Proceedings of the Conference Design plus Research*. Politecnico di Milano, 18-20/52000, p146-154.
JAMESON, Fredric. *Postmodernism: The cultural logic of late capitalism*. North Carolyn (USA): Duhe University Press, 1991.
KING, Anthony in FEATHERSTONE, Mike. *Cultura globale : L'architettura, il capitale e la globalizzazione della cultura*. Roma: Edizioni SEAM, 1996.
KUMAR, Krishan. *From post-industrial to post-modern society: new theories of the contemporary world*. Oxford: Blackwell Publishers, 1996.
LAGO, Luiz Aranha Corrêa do. *A retomada do crescimento e as distorções do "Milagre"*: 1967-1973. in: ABREU, Marcelo de Paiva. *A Ordem do progresso, 100 anos de política econômica republicana 1889-1989.* São Paulo: Campus, 1989.
LYOTARD, Jean François. *La condizione postmoderna.* Milano: Feltrinelli, 1981.
MALDONADO, Tomas. *La Speranza progettuale* . Milano: Einaudi, 1970.
MALDONADO, Tomas. *Avanguardia e Razionalità*. Milano: Einaudi, 1974.
MALDONADO, Tomas. *Il Futuro della Modernità*. Milano: Feltrinelli, 1987.
MANDEI, Ernest. *Late Capitalism*. London, 1978.
MANZINI, Ezio. *Hong Kong la città estrema -Laboratorio urbano: L'isola che non lo è più*. Rivista Domus n.839, p.. 46-50 e Made in Hong Kong: preistoria industriale, p.71.2001.

MORAES, Dijon De. *Design luso-brasileiro: analogia, transcurso e desafios*.1° Encontro de Pesquisadores [Investigadores] luso-brasileiros em Design. Universidade de Aveiro, 9/4/2001. Aveiro (Portugal): Editado por João Branco, DCA-UA; p. 227-234. ISSN: 1645-362X.

MORAES, Dijon De. *The Local-Global Relation: The new challenges and design opportunities, Brazil as a local case*. 4th European Academy of Design Conference Proceedings. Aveiro (Portugal): Edited by Rachel Cooper e Vasco Branco. 10-12/4/2001, p.92-98. ISBN: 972-789-024-5.

MORAES, Dijon De. *Globalization as new design scenario: Brazil as a local case*. 3rd Designing Designers: International Convention of University Courses in Industrial Design. Itália: Milan Fairgrounds, 13-14/4/ 2002. Proceedings Designing Designers: Design for a local global world -International convention of University courses in Design 2002 edition. Editado por Luisa Collina e Giuliano Simonelli. Milano: Edizioni POLI.design, março/2003, p.7-14. ISBN: 88-87981-30-2 PORTOGHESI, Paolo. Dopo l'architettura Moderna.. Roma-Bari: Gius. Laterza & Figli, 1980.

PORTOGHESI, Paolo (1982). *Postmodern: l'architettura nella società post-industriale*. Milano: Electa Editora, 1982.

RIBEIRO, Darcy. *O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil.* São Paulo: Companhia das Letras, 1995. RIFKIN, Jeremy. L'era dell'accesso: la rivoluzione della new economy. Milano: Mondadori, 2000.

SOTTSASS, Ettore e MALDONADO, *Tomas. "Braccio di ferro - la tecnologia nuda*: Tomas Maldonado e Ettore Sottsass. Rivista MODO, reprint in MODO n.213. edizione speciale 25 anni. Milano, p.80-83, 2001.

TOURAINE, Alain. *La società postindustriale.* Bologna; II Mulino, 1970.

TOURRAINE, Alain. *Carta aos socialistas*. Terramar. Lisboa: Terramar, 1996.

VASCONCELLOS, Eduardo Mendes e *AA.VV. Design, Cultura Materiale e Visualidade: Centralidade e Modernismo, a memória desvanecida*. Rio de Janeiro; Arcos, 1999, p.93.

VENTURI, Robert; BROWN, Denise Scott e IZENOUR, Steven. *Learnirng from Las Vegas*. Cambridge: Mit Press, 1972.

VENTURI, Robert e BROWN, Denise Scott. *Maniera del Moderno*. Roma-Bari: Editori Laterza, 2000.

WATERS, Malcolm. *Globalizaçao. Oeiras*: Celta, 1999.

Consumo, descarte, catação e reciclagem: notas sobre design e multiculturalismo

Maria Cecilia Loschiavo dos Santos

Resumo

O presente artigo pretende re-pensar o boom contemporâneo do design e a problemática do descarte do produto pós-consumo à luz dos estudos críticos. Ele irá reconsiderar as dimensões pluralísticas, interdisciplinares e multi-culturais na dialética do consumo-descarte e reciclagem.

ABSTRACT This paper seeks to re-think the current boom of design and the problem of post-consumption discarded products in the context of critical studies. It will reconsider the pluralistic, interdisciplinary and multicultural dimensions of the dialectic of consumption-discard and recycle.

Design duas Tensões: Banalização e Descarte

O design vem adquirindo crescente reconhecimento na sociedade contemporânea, ele está no centro das atenções. O debate sobre o design vem também se ampliando e se articulando em várias frentes, no âmbito das práticas profissionais, da educação, da pesquisa, bem como no âmbito da cultura e da estética.

Vivemos, sem sombra de dúvida, um momento estimulante, o número de publicações nacionais e internacionais na área do design vem crescendo, aumentam as pesquisas, multiplicam-se os congressos dedicados ao tema. No século XX, o design povoou o mundo com objetos. Passamos de uma sociedade da escassez para a sociedade da abundância e do consumo hedonístico. O que fazer com a abundância ? Como manejar o descarte dos produtos criados por todas as categorias do design? Haveria uma resposta do design a essas questões? . Em qualquer dimensão, as respostas requerem a compreensão do processo de re-materialização que ocorre no âmbito das culturas do desemprego e da pobreza.

O design acompanha nossas vidas dos interiores dos espaços de trabalho, aos interiores privados da vida doméstica, ou dos espaços públicos de lazer e serviços. Essa presença constante do design lhe confere um status especial. O que é esse status especial? É o design que insere todos os produtos e objetos que nos circundam, no

âmbito da civilização, o design é um agente de mudanças e, nesse sentido, ele participa da criação de nossa civilização, ele é pois civilizatório. O que é civilização? Idéia complexa e fundante que se refere ao conjunto das criações humanas, valendo destacar que as criações materiais, produzidas pelo design, integram também essa esfera, o que nos possibilita entender o mundo como projeto, como design, como afirmou o designer alemão Otl Aicher.

Da sociedade industrial do século vinte à sociedade do conhecimento de nossos dias houve uma significativa mudança nos rumos da cultura material e conseqüentemente no papel do design. No limiar desse novo século, os questionamentos apontam em direção à crise da cultura e fala-se da morte da civilização, nesse contexto o design se insere, indo muito além da criação de objetos funcionais, da mera capacidade de instrumentar a competitividade entre produtos industriais, para colocar-se em um outro patamar.

Atualmente estamos acompanhando o surgimento de novos métodos do design, que deixaram de se basear exclusivamente no trabalho individual para enfatizar trabalhos em equipe, valorizando o espírito de cooperação flexível entre os diversos campos de conhecimento e a integração com outras áreas de conhecimento, como as ciências, a tecnologia, o gerenciamento, a cultura, as artes, entre outras.

Etimologicamente, na língua inglesa, design significa conceber/projetar – configurar/formar e em latim, significa designare -designar/desenhar. Design indica o trânsito da idéia para a forma e esse percurso entre a idéia e a forma é complexo e integra vários aspectos – tecnológicos, sociais, culturais, econômicos, daí a necessidade de desenvolvermos uma compreensão integradora e interdisciplinar do design.

Porém, ao mesmo tempo em que o design conquistou essa extraordinária evidência, está em curso também um processo devastador de incompreensão e banalização da palavra design. O uso indiscriminado desta palavra provocou a negação do design como agente de mudança e esse é o principal conceito que devemos levar em conta.

Mas o que é esse processo de banalização do design? Visando esclarecer este fenômeno, é oportuno reproduzir aqui as palavras e o pensamento de um autor que, com excelência, dedicou toda a sua vida à prática e à teoria do design: Tomas Maldonado.

Diz ele: "A verdade sobre o assunto, é que a palavra design não é mais confiável. Embora ela seja usada e certamente abusada em quase todos os lugares, essa palavra é tão vaga que se tornou mais e mais irritante, dia a dia. Como ela é aplicada para responder a necessidades o designer, o estilista de moda, o cientista, o filósofo, o gerente, o político, o programador, o administrador – a palavra perdeu o seu

sentido de especificidade." (MALDONADO, Tomas. Design plus Research, Opening Lecture, Milan, 2000).

O que é essa banalização? Maldonado adverte que esse processo de banalização não é apenas uma questão do léxico. Segundo ele, trata-se de uma indeterminação, que parece ser o principal obstáculo para a definição do design como disciplina.

Essa banalização e indeterminação implicam na identificação do design exclusivamente com os apelos formais dos produtos, da moda. Para Maldonado, esse processo provoca efeitos devastadores pois "quando há falta de definição, nenhuma ação coerente é possível".

Creio que a banalização, a indeterminação, o uso indiscriminado da palavra design implicam na negação do design como agente de mudança e é esse conceito que considero definidor para o paradigma do design. Sobretudo no atual momento, num contexto de pós-industrialização e hiper-consumo, onde todos os produtos parecem já terem sido criados e produzidos, onde coexiste o abismo talvez insuperável entre a riqueza e a pobreza absoluta. É nesse cenário que se coloca um outro impasse enfrentado pelo design: a questão do descarte pós-uso do produto industrial.

Criar estratégias para o descarte, para a re-materialização e para a reciclagem constitui-se num desafio significativo para a atuação do design como agente de transformação, promoção de novos estilos de vida, principalmente diante da aguda crise ambiental que estamos vivendo.

Na dinâmica da re-materialização, coloca-se a figura dos despossuídos que, movidos pela necessidade de sobreviver, contribuem em várias operações da reciclagem. A participação dos moradores de rua, dos catadores de recicláveis nessa dialética do descarte-catação-reciclagem reveste-se de um importante significado por introduzir um aspecto de alteridade em vista da cultura dominante, no âmbito do espaço público metropolitano.

A inserção da cultura da pobreza nos espaços da metrópole contemporânea, constitui-se em um indicador importante da mestiçagem cultural, signo da metamorfose das sociedades pós-modernas. Essa cultura manifesta as relações entre design, sustentabilidade e pobreza urbana, através das práticas dos moradores de rua, dos catadores de recicláveis e da classe global de miseráveis, a "surplus humanity", que não têm condições existenciais de subsistência como afirmou Mike Davis, em seu brilhante livro Planet of Slums.

Na própria sociedade brasileira podemos apontar um fenômeno emblemático da dialética do consumo-descarte-catação e reciclagem. Aqui, o impacto diabólico do neoliberalismo recrudesceu sobremaneira a polarização entre a carência e o privilégio, bem como exacerbou a exclusão econômica e sócio-política das cama-

das populares. Sem emprego, um número cada vez maior de despossuídos vive espalhado nos mocós das cidades de plástico e de papelão. Eles constituem o mais visível índice da desigualdade e polarização social em nosso país. Para se manter viva, essa população criou uma economia espontânea, que re-utiliza os resíduos descartados nas cidades brasileiras, trata-se de uma forma de auto-emprego e auto-geração de renda, constituindo a economia solidária (Singer 2002, 2005) baseada na igualdade, democracia, auto-gestão. Assim surgiu o Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis, que contribui de forma expressiva na redução do custo de operação dos aterros sanitários e da coleta convencional de lixo, como também na redução de custos de energia e matérias primas através do aproveitamento de resíduos sólidos, além da expansão nas atividades e práticas de reciclagem de materiais.

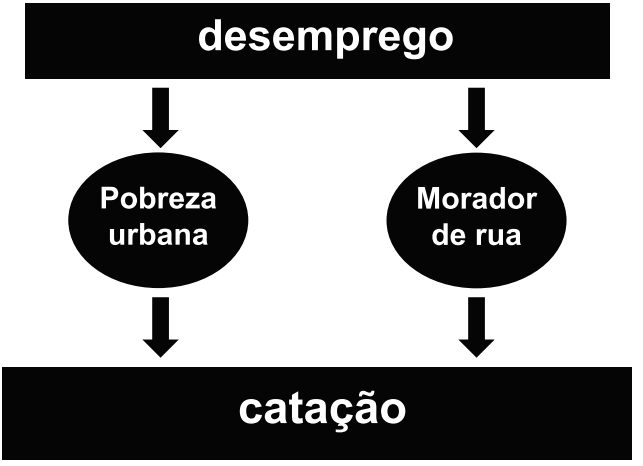

Figura 1 -Catação: uma economia espontaneamente criada

Como re-pensar esses resíduos, que re-entram em circulação pelas mãos infatigáveis desses arqueólogos da contemporaneidade, eles próprios descartados de nossa sociedade? Como promover políticas públicas ambientais e sociais que reconheçam a participação dos catadores nos processos de coleta e de reciclagem? Como desenvolver uma indústria ambiental e um serviço público inovadores no âmbito da produção e disposição de resíduos? Este é um campo que apresenta grande potencial para a atuação do design e do designer promovendo avanço significativo para essas atividades.

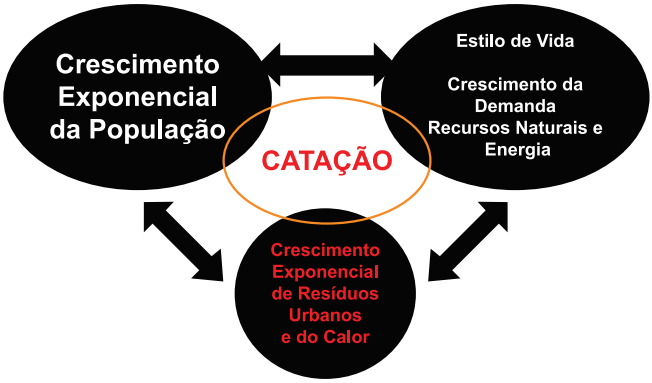

Figura 2. A inserção dos catadores

Figura 3. Cemitério de Automóveis em São Paulo, foto Ken Straiton

Essa oportunidade possibilitaria uma prática do design para além do processo devastador e do espetáculo público de banalização da palavra, no sentido de "uma nova conceituação e uma ética do desenho industrial no Brasil", como propugnou Aloísio Magalhães. São muitas as possibilidades, porém todas elas requerem uma reavaliação de alguns aspectos do design.

O Multiculturalismo e o Design Além do Impasse

Atravessado pelos impasses da banalização e do descarte, o campo do design clama por uma re-avaliação de alguns de seus aspectos cruciais: como o design foi valorizado em nossa cultura? Qual o sistema de valorização que estabelecemos para o design? Qual o status que nós atribuímos ao designer?

Freqüentemente ao se tratar da inserção do design em nossa cultura, verifica-se a preponderância da atuação individual dos designers que

se notabilizaram pelos produtos que criaram, dentro da restrita lógica do mercado. Alguns críticos do design referem-se a esses profissionais como os designers estrelas. O resultado desta atitude tem sido uma valorização exagerada a esses profissionais notáveis, que acaba provocando a compreensão do design restrita a objetos de luxo, para o consumo de poucos.

Mais do que nunca a palavra design ganha um sentido muito próximo, quase um sinônimo a luxo e a alto poder aquisitivo. Essa compreensão restrita do design repercutiu fortemente numa visão autoral da história do design, bem como favoreceu discursos sobre a identidade cultural do design, equivocados e distorcidos. No caso da identidade cultural brasileira, esse processo gerou a imagem exótica de um Brasil tropical, à la Carmem Miranda, tão ao gosto da cultura caricata de aeroporto. Essa concepção acaba obliterando a diversidade, o hibridismo e a mestiçagem cultural dos grupos sociais e étnicos que deram origem à formação cultural de nosso país.

Na sociedade contemporânea, a dialética do descarte e da reciclagem, a relação do abandono e da recuperação nos propiciam uma reconsideração a respeito da separação entre o design do luxo, autoral e fetichizado e o design vernacular, ordinário e comum. A morte aparente dos objetos consumidos, descartados e deteriorados coletados e recuperados pelos despossuídos nos convida a uma reflexão sobre a alteridade. Ora, falar da alteridade é falar da diferença, e do reconhecimento do diferente e das fronteiras.

O ritual cotidiano da deposição/descarte, coleta/recuperação e reciclagem que acontece no espaço público das metrópoles contemporâneas nos faz re-pensar os impasses do design. Esse ato público manifesta uma convergência significativa do design, das questões ambientais, sociais e da pobreza urbana, forçando a emergência de uma consciência sobre o drama humano dessas populações, mais do que isso esse fenômeno nos indica que em nossa sociedade há um descarte mais sujo, inquietante e perverso, capaz de devastar irreversivelmente a civilização: o descarte de seres humanos.

O design necessita de uma revisão e a pré-condição para tal é a reconsideração de seus aspectos culturais, na pluralidade dos diferentes universos culturais. A cultura, muitas vezes é compreendida de forma monolítica e completa. Mas, como afirma Boaventura de Souza Santos, todas as culturas são incompletas e "a incompletude provém da própria existência de uma pluralidade de culturas, pois se cada cultura fosse tão completa como se julga, existiria uma só cultura. A idéia de completude está na origem de um excesso de sentido de que parecem enfermar todas as culturas e é por isso que a incompletude é mais perceptível do exterior, a partir da perspectiva

de uma outra cultura"[1]. Este autor amplia a discussão sobre o dilema da completude cultural e assevera que: "se uma cultura se considera inabalavelmente completa não tem nenhum interesse em envolver-se em diálogos interculturais; se, pelo contrário, admite, como hipótese, a incompletude que outras culturas lhe atribuem e aceita o diálogo, perde confiança cultural, torna-se vulnerável e corre o risco de ser objecto de conquista. Por definição, não há saídas fáceis para este dilema, mas também não penso que ele seja insuperável"[2].

Entre outros aspectos, a cultura da pobreza nos propicia o reconhecimento dessa dimensão da incompletude e nos convida ao diálogo intercultural. Desenvolvendo esta idéia do diálogo intercultural, Souza Santos indica que o ponto de partida para tal é "o momento de frustração ou de descontentamento com a cultura a que pertencemos, um sentimento, por vezes difuso, de que a nossa cultura não fornece respostas satisfatórias para todas as nossas questões, perplexidades ou aspirações".

Nosso descontentamento se estabelece no seio da própria vida cotidiana. Diante do apetite insaciável de nossa cultura pós-industrial por recursos e energia, que aumenta exponencialmente à medida que aumenta o número de habitantes do planeta; diante do impacto ambiental negativo dos produtos, do lixo, nossos estilos de vida se tornaram um problema ambiental aterrorizador. Sobre nós paira uma situação crítica, que põe em risco a continuidade do bem-estar e da própria vida social e biológica. A superação desta crise requer o diálogo entre culturas e a participação de uma série de agentes, dentre os quais estão também os designers, os arquitetos, os artistas, os criadores.

Nesta sociedade, onde o novo devora o velho e o expele vertiginosamente, o design poderá, propor novos paradigmas, não apenas referentes à recepção e à apreciação estética do reciclável e dos materiais transmutados. Essa mudança paradigmática ressalta a clássica afirmação do professor Tony Fry: "O design vem antes daquilo que se faz e prossegue depois que termina. A implicação é que a atuação do design envolve não apenas quem desenha, mas também quem é desenhado"[3].

1 SANTOS, Boaventura de Sousa. A gramática do tempo – para uma nova cultura política. São Paulo: Cortez, 2006.

2 Ibidem.

3 FRY, Tony. Remakings.Ecology, Design, Philosophy. Sydney, Envirobook, 1994.

Nota Biográfica

Maria Cecilia Loschiavo dos Santos

Possui graduação em Licenciatura em Filosofia pela Universidade de São Paulo (1977), graduação em Filosofia pela Universidade de São Paulo (1976), mestrado em Filosofia pela Universidade de São Paulo (1985) e doutorado em Filosofia pela Universidade de São Paulo (1993). É membro do corpo docente permanente da Universidade de São Paulo, Faculdade de Arquitetura, onde defendeu tese de livre-docência (2003). É orientadora plena credenciada em 3 programas de pós-graduação da Universidade de São Paulo: na FAU - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, no PROCAM ? Programa de Ciência Ambiental e no Programa de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte. Realizou estágio de Pós-Doutorado nas seguintes universidades e centros de pesquisa: de 1995 a 1997 na University of California, Los Angeles, School of Public Policy and Social Research; Pós-Doutorado em 1999, na Nihon University, Tóquio; em 2001 no Centre Canadien d?Architecture, Montreal, Canadá e em 2007 ? 2008 na University of California, Los Angeles na School of Public Affairs. Pesquisadora visitante convidada pela Waseda University, Tóquio, em 2001; convidada pela Tokyo Zokey University em 2006; convidada pelo Indian Habitat Center, Nova Delhi, Índia em 2006; convidada pela Tama Art University, Tóquio em 2008. Dá aulas, orienta pesquisas em todos os níveis - desde a iniciação científica até pós-doutorado. Tem experiência na área de Design, com ênfase nos seguintes temas: design, design para a sustentabilidade, design brasileiro, design social, exclusão sócio espacial, moradores de rua, catadores de recicláveis. É vice-coordenadora do Comitê de Ética em Pesquisa - COEP da Faculdade de Saúde Pública da USP.É membro do Conselho Editorial dos seguintes periódicos científicos: Estudos em Design, Design em Foco, Design Philosophy Papers. É assessora científica das principais agências de fomento de pesquisa brasileiras. É Bolsista de Produtividade do CNPq.

www.closchiavo.pro.br

Design e multiculturalismo: tecitura polissêmica, multidimensional e variável

Design and multiculturalism: a polissemic, multidimensional and variable tissue

Maristela Mitsuko Ono

Resumo

Este artigo discute a relação entre multiculturalismo e design, buscando contribuir para um melhor entendimento sobre o papel do designer no desenvolvimento de artefatos para a sociedade, diante dos imperativos de padronização e diversificação com os quais se depara nos múltiplos e variados contextos. Com base em uma abordagem interpretativa, parte do entendimento da cultura como um fenômeno polissêmico, multidimensional, dinâmico e intimamente vinculado ao processo de desenvolvimento social e econômico da sociedade, na qual coexistem forças tanto no sentido da padronização, intensamente promovidas pelos processos técnicos e pela internacionalização da economia, quanto da diversificação, fundamento e expressão das identidades. Salienta que o designer é co-responsável e possui um papel determinante no desenvolvimento de artefatos que atendam as necessidades e anseios das pessoas, com base no respeito à pluralidade e variabilidade das culturas e com vistas à melhoria da qualidade de vida da sociedade.
Palavras-chave: Design, Cultura, Diversidade Cultural, Multiculturalismo

ABSTRACT This paper discusses about the relationship between multiculturalism and design, searching for a better understanding about what is the role of the designer on developing artifacts for society, facing the imperatives of standardization and diversification within the multiples and variable contexts. Based on an interpretive approach, culture is understood here as a polissemic, multidimensional, dynamic phenomenon, which is intimately linked to the process of the social and economic development of society, where both forces directed to standardization, intensively promoted by the technical processes, as well as by the economic internationalization, and to diversification, which is basis and expression of identities, coexist. It emphasizes that the designer is co-responsible and plays a determinant role on developing artifacts that cater for people's needs and yearnings, based on the respect on the plurality and variability of cultures, as well as aiming at the improvement of the quality of life of society.
Key-words: Design, Culture, Cultural diversity, Multiculturalism

Pensar a relação entre design e cultura, e entre multiculturalismo e design faz-se relevante no desenvolvimento de artefatos para a sociedade, no contexto das múltiplas manifestações e influências culturais nos modos de vida, relações simbólicas e práticas dos indivíduos e grupos sociais. O conceito de multiculturalismo diverge de abordagens deterministas e universalistas, que concebem a cultura como uma dimensão "cristalizada", autêntica e estável. Comunga com abordagens particularistas e não reducionistas, considerando que a cultura abarca tanto diferenças, quanto características comuns ou compartilhadas, manifestando-se de modo diverso e variável, de acordo com os múltiplos contextos e experiências de cada indivíduo e grupo social.

O conceito de multiculturalismo pressupõe, portanto, o reconhecimento da diversidade cultural. Contrapõe-se à homogeneidade cultural e a relações predatórias e discriminatórias de determinadas culturas em relação a outras, sejam estas de ordem racial, étnica, de identidade de gênero, ou outra.

De acordo com a abordagem interpretativa de Geertz (1989), cultura consiste na teia de significados tecida pelas pessoas na sociedade, a partir da qual desenvolvem seus pensamentos, valores e sua conduta, e analisam o significado de sua própria existência. Encontra-se vinculada ao processo de formação das sociedades humanas, em uma relação de simbiose, interdependente e dinâmica que acompanha o desenvolvimento dos indivíduos e grupos sociais.

A natureza, o desenvolvimento e a cultura do ser humano configuram-se como processos inseparáveis. E é desta relação fundamental que emergem os símbolos, a linguagem, a comunicação, os valores e os modos de viver e relacionar-se das pessoas na sociedade.

Tanto a abordagem iluminista quanto a antropologia clássica acerca da natureza humana são, conforme critica Geertz (1989, p. 63), "basicamente tipológicas", ou seja, baseiam-se na imagem de um homem ideal e imutável. Diante de tal imagem, os sujeitos reais não passam de "reflexos, distorções, aproximações", e as diferenças são vistas como desvios acidentais e temporários.

O conceito de cultura como sendo totalmente autêntica e estável é pouco ou nada palpável, ante a multiplicidade de manifestações e influências, permeabilidade e variabilidade de sistemas de significação e representação que compõem o imaginário e a realidade vivenciada pelos indivíduos e grupos sociais.

As pessoas diferem entre si e desenvolvem relações sociais orientadas por padrões e variáveis culturais, dos quais emergem significados que são criados ao longo de suas vidas e que influenciam seus pensamentos, valores, suas identidades/identificações e sua conduta, em um processo dinâmico e interdependente.

Sob tal prisma, conceitos generalizantes como o de cultura "nacional" e cultura

"global", por exemplo, tornam-se inconsistentes diante das realidades vivenciadas. A idéia de cultura "nacional" remonta ao conceito de "nação", historicamente recente e estabelecido como uma entidade social a partir da legitimação de uma determinada forma territorial moderna: o "Estado-nação"[1].

A noção de cultura "global", por sua vez, ainda mais generalizante, conjetura a homogeneização cultural da humanidade. Nesta linha, expressam-se metáforas como a de "aldeia global"[2], de Mc Luhan e Powels (1989), dentre outras.

A história da sociedade humana traz consigo a coexistência de certos padrões e variações que emergem de características, contextos, necessidades e desejos coletivos e particulares.

A natureza polissêmica, multidimensional, variável e permeável da cultura dos indivíduos e grupos sociais, entretecidos em suas relações simbólicas e práticas, contrapõe-se às tentativas, assaz freqüentes e que parecem se prolongar indefinidamente, de enquadrá-la em delimitações genéricas, inclusive no design de artefatos para a sociedade.

Um indivíduo ou grupo social pode reconhecer em si ou em outro certo conjunto de identificações possíveis e/ou desejáveis. Isto não significa que seja possível cristalizá-las e generalizá-las no design de artefatos, na medida em que as interpretações e relações das pessoas com os mesmos podem variar, inclusive para um mesmo indivíduo, de acordo com os contextos e suas vivências.

O design de artefatos sofre, por um lado, o impacto do desenvolvimento tecnológico e dos processos técnicos, e, por outro, as pressões das transformações culturais decorrentes do surgimento de novos usos e necessidades, promovidos pelos artefatos que são inseridos na sociedade.

Os imperativos de padronização e diversificação, com os quais se depara o design, bem como a relação "local" / "global" trazem à tona a dialética entre a homogenei-

1 De acordo com Hobsbawn (1990), o termo "nação" surgiu no vocabulário político por volta de 1830 e se alterou em três períodos: 1) de 1830 a 1880, discorria-se sobre o "princípio da nacionalidade", vinculando-se nação ao conceito de território, este preferencialmente contínuo, com limites e fronteiras claramente demarcados, e com soberania política e administrativa; 2) de 1880 a 1918, discorria-se sobre "idéia de nacional", associando o conceito de nação à língua, à religião e à raça; e 3) de 1918 aos anos de 1950-60, discorria-se acerca da "questão nacional", destacando-se a questão da consciência nacional, por sua vez entendida como um conjunto de lealdades políticas. Nos três períodos citados, os discursos provinham de fontes distintas: no primeiro, da economia política liberal; no segundo, dos intelectuais pequeno-burgueses (sobretudo alemães e italianos); e, no terceiro, principalmente dos partidos políticos e do Estado.

2 A metáfora da "aldeia global" traz o conceito de comunidade mundial sem fronteiras, sugerindo a tendência a um processo de harmonização e homogeneização do planeta, fomentada pela técnica (no caso, a eletrônica), capaz de articular os sistemas de informação, comunicação e fabulação por todos os lugares (MCLUHAN; POWERS, 1989).

zação e a diversidade cultural, e questões acerca de suas implicações no desenvolvimento da cultura material[3] e da sociedade.

Observamos uma intensificação da internacionalização da economia e do chamado processo de "globalização"[4], em cujo contexto visões contraditórias sobre a tendência ou não à homogeneização das culturas têm se manifestado.

Por um lado, prognostica-se, a exemplo de Levitt (1990), que, no futuro, só haverá lugar para companhias globais, estando as empresas nacionais com seus dias contados. Por outro lado, considera-se que o processo de globalização não significa, necessariamente, uma homogeneização irrevogável das necessidades e desejos de toda a humanidade, em vista de barreiras existentes à total padronização, como argumenta Lorenz (1992).

Observam-se empresas multinacionais, a exemplo do McDonald's, comumente associadas a tendências de homogeneização do planeta, desenvolvendo certas variações para determinados segmentos de mercado em que atua, em virtude da diversidade cultural, apesar da predominância de práticas e sistemas simbólicos e técnicos padronizados. Há, por exemplo, determinadas diferenciações na identidade visual de filiais da referida empresa em diferentes locais como Milão e Istambul (Figuras 1 e 2).

Figura 1 -McDonald's em Milão (Itália, 2000)
Fonte: Foto de Maristela M. Ono

Figura 2 -McDonald's em Istambul (Turquia, 2002)
Fonte: Foto de Maristela M. Ono

3 Entende-se aqui como "cultura material" o conjunto de artefatos produzidos e utilizados pelas culturas humanas ao longo do tempo, sendo que, para cada sociedade, os objetos assumem significados particulares, refletindo seus valores e referências culturais.

4 O termo "globalização" foi utilizado pela primeira vez por Theodore Levitt, então editor da Harvard Business Review, em 1983, e se popularizou muito, graças a obras literárias de consultores estratégia e marketing. Foi assimilado e difundido pelo discurso neoliberal, sublinhado pelos centros do capitalismo mundial -Estados Unidos, Europa Ocidental e Japão -que, mediante uma política expansionista, têm buscado o estabelecimento de uma economia mundial sem fronteiras, por meio de estratégias de gestão e atuação em escala planetária das corporações capitalistas.

Figura 5. Cena urbana em São Paulo; à frente, casas de favela, e, ao fundo, edifícios comerciais (2006)
Fonte: Foto de Maristela M. Ono

O processo de globalização tem se manifestado em várias regiões do mundo de forma plural, desigual e contraditória, rearticulando dimensões políticas, econômicas, sociais e culturais, embora criando a ilusão de uma globalidade[5] de valores, idéias e padrões, sob a égide da cultura ocidental, principalmente européia e norte-americana. Assim, apesar de, à primeira vista, a globalização parecer afastar-se das especificidades, ela não se identifica com a uniformidade. Ao mesmo tempo em que se desenvolve a integração e a homogeneização, verifica-se, também, a fragmentação e a diversificação. A questão crucial consiste justamente em como orientar essas forças contraditórias, de modo a se promover um desenvolvimento mais equilibrado e socialmente justo no mundo.

Hofstede (1994, p. 35) afirma que "os valores e atitudes de uma sociedade não são totalmente influenciados pela tecnologia ou seus produtos", e "nada parece indicar que as culturas das gerações atuais dos diferentes países estejam a ponto de convergir". Aponta para um mundo "multicultural", no qual, apesar das diferenças de pensamentos, sentimentos e atitudes das pessoas, grupos e nações, necessita-se desenvolver a cooperação entre os mesmos, em busca da solução de problemas comuns, como os de ordem ecológica, econômica e sanitária, dentre outros.

O multiculturalismo tem se manifestado em várias instâncias da sociedade; países, cidades, bairros, ruas, e mesmo lares. Não se deve, entretanto, confundir seu caráter de diversidade com

5 A ideologia do globalismo exalta o fundamentalismo de mercado, a liberalização do comércio, o livre fluxo de fatores produtivos e o consumismo, dentre outros aspectos, defendendo os interesses e as estratégias de dominação dos países industrializados.

as desigualdades presentes na sociedade, como se observa em centros urbanos como a cidade de São Paulo, onde se descortinam gritantes desigualdades sociais e econômicas, reveladas, por exemplo, no contraste entre favelas e conglomerados de edifícios comerciais de empresas nacionais e multinacionais (Figura 5).

As desigualdades sociais e econômicas que imperam em muitas realidades, como no caso do Brasil, salientam a necessidade do designer contribuir na redução de suas causas e efeitos, ampliar o acesso das pessoas a artefatos de qualidade e assumir sua co-responsabilidade no desenvolvimento da cultura material e suas implicações na sociedade.

Inúmeros artefatos utilizados no desenvolvimento de atividades do cotidiano, ainda que muitas vezes não tão expressivas economicamente, do ponto de vista de ganhos de capital, têm expressado a diversidade cultural e o multiculturalismo, a exemplo das caixas de engraxates de Istambul (Figuras 3 e 4). Estas ilustram como o design pode imprimir representações simbólicas nos artefatos e mediar o uso dos mesmos no cotidiano, traduzindo características culturais particulares.

O processo de globalização, que se acentuou notavelmente nas últimas décadas, tem fomentado novas percepções de espaço e de tempo, assim como a densidade de relações e fluxos materiais e imateriais, amplamente facilitados pelas inovações tecnológicas em comunicação e processamento de dados. Em tal cenário, parte significativa da sociedade passa a sofrer rápida e contínua transformação, contrastando-se com sociedades mais tradicionais, onde a tradição é vista como um meio de conjugar as experiências e as atividades dos indivíduos

Figura 3. Caixa de engraxate de Istambul (Turquia, 2002)
Fonte: Foto de Maristela M. Ono

Figura 4. Caixa de engraxate de Istambul (Turquia, 2002)
Fonte: Foto de Maristela M. Ono

Figura 6. Cenário urbano de Istambul (Turquia, 2002)
Fonte: Foto de Maristela M. Ono

Figura 7. Amolador de facas de Istambul (Turquia, 2002)
Fonte: Foto de Maristela M. Ono

no espaço e na continuidade do tempo passado, presente e futuro.

Diálogos entre o "antigo" e o "novo", entre o "familiar" e o "estranho", mediam relações simbólicas e práticas na sociedade, contribuindo para uma maior consistência, em termos de referenciais de espaço e tempo, bem como de identificação de indivíduos e grupos sociais, em sua interação com os artefatos e os lugares.

Na Figura 6, pode-se perceber diálogos entre o "antigo" e o "novo", entre a arquitetura de uma mesquita e um equipamento urbano (totem de anúncios), que, entremeados pela vegetação e outros elementos, se mesclam na paisagem urbana da cidade de Istambul.

É possível ampliar tais diálogos por meio do design de artefatos, de modo a conjugar as inovações a referenciais culturais existentes, sem que haja uma radical ruptura entre o antigo e o novo. E, ao mesmo tempo, sem predicar um apego exagerado ao passado, o que poderia "engessar" e por em risco a liberdade de reinterpretá-los, transformá-los e mesmo rejeitá-los e transgredi-los.

Há artefatos que resistem ao fluxo de inovações tecnológicas, a exemplo do utilizado pelo amolador de facas ilustrado na Figura 7, e que desempenham um papel que não deve ser desconsiderado nem subestimado na sociedade. É importante promover identificações e interações das pessoas com artefatos, lugares[6] e outras pessoas, de modo a evitar que se sintam desvalorizadas, deslocadas, não integradas. Para tanto, o respeito à diversidade cultural é imprescindível,

6 Na contemporaneidade, multiplicam-se o que Marc Augé (1994) denomina de "não-lugares" antropológicos, que, ao contrário dos "lugares", entendidos como identitários, relacionais e históricos, evocam a sensação de não-pertencimento do sujeito, a exemplo de shopping centers, aeroportos, dentre outros.

cabendo lembrar a permeabilidade, a variabilidade e a não absoluta previsibilidade das culturas nos variados contextos em que se inserem os artefatos e os sujeitos que com eles interagem.

A natureza multidisciplinar e interdisciplinar da atividade de design confere a este uma importante dimensão antropológica cultural. E, no seio da sociedade industrial, que tem gerado uma abundância de artefatos jamais vista em sociedades anteriores, o designer assume um papel relevante no desenvolvimento da cultura material, na medida em que participa de decisões acerca do quê, para quem, para onde e como desenvolver artefatos, mediando interpretações de requisitos simbólicos, de uso e técnicos.

A multiplicação e efemeridade crescentes e aceleradas de artefatos engendrados na sociedade têm promovido alterações nas relações e referenciais culturais, trazendo implicações significativas à identidade[7] de indivíduos e grupos sociais.

A cultura molda a identidade, ao dar sentido à experiência e ao tornar possível optar, entre as várias identidades possíveis, por um modo específico de subjetividade (DU GAY, 1997).

As identidades / identificações das pessoas, por sua vez, manifestam-se com base na alteridade e em diferenças reais ou imaginadas. E a marcação das diferenças nas identidades se faz mediante sistemas classificatórios de representação, sendo que "cada cultura tem suas próprias e distintivas formas de classificar o mundo", conforme observa Woodward (2002, p. 41).

Com base na perspectiva relacional da identidade, ou seja, entendendo-se que esta se constitui a partir da diferenciação do "eu" / "nós" em relação ao(s) "outro(s)", destaca-se a importância da abordagem do multiculturalismo enquanto "política de reconhecimento", como defende Taylor (1994). Tal política propõe um modo de superação da construção de imagens de superioridade/inferioridade de uns em relação a outros, assim como de comportamentos e ações decorrentes e não raro excludentes e discriminatórias, tais como as raciais, étnicas, sexistas, dentre outras.

Tanto as culturas quanto as identidades / identificações influenciam o desenvolvimento da cultura material e vice-versa, compondo um tecido polissêmico, multidi-

7 O conceito de identidade tem sido extensamente discutido ao longo da história e parte, fundamentalmente, segundo Hall (1997), de três conceitos da pessoa humana: 1) um conceito de identidade que corresponderia a um núcleo interior do eu que nasceria e se desenvolveria com o sujeito, permanecendo essencialmente o mesmo ao longo de sua vida; 2) um conceito de identidade como o resultado da interação entre o eu e a sociedade, entre o mundo "interior" e o "exterior", entre o pessoal e o público, de tal modo que tanto a identidade quanto o mundo cultural seriam mais estáveis, unificados e previsíveis; 3) um conceito de identidade que se baseia no conceito de sujeito que estaria em constante formação e transformação, caracterizando-se, assim, por seu caráter multidimensional e dinâmico.

mensional e variável. Sob este prisma, salienta-se a importância do respeito à multiculturalidade no design de artefatos que possam contribuir no desenvolvimento de atividades do cotidiano, com o propósito de promover a melhoria da qualidade de vida e a harmonia dos indivíduos consigo mesmos, na sua relação com outros indivíduos e grupos sociais, e com a sociedade como um todo.

Referências

AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas, Papirus, 1994.

DU GAY, P. (Org.). *Production of culture / Cultures of production*. Londres: Sage / The Open University, 1997.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas. Rio de Janeiro*: LTC – Livros Técnicos e Científicos, 1989.

HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade*. Trad. por Tomaz T. da Silva e Guacira L. Louro. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1997. Título original: The question of cultural identity.

HOFSTEDE, Geert. *Vivre dans un monde multiculturel: comprendre nos programations mentales*. Paris: Les Éditions D'Organisation, 1994.

LEVITT, Theodore. *A imaginação de marketing*. Trad. por Auriphebo B. Simões. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990. Título original: The marketing imagination.

LORENZ, Christopher. *The design dimension: the new competitive weapon for product strategy and global marketing*. Oxford: Blackwell, 1992.

MCLUHAN, Marshall; POWERS, Bruce R. *The global village*. Oxford: Oxford University Press, 1989.

ONO, Maristela Mitsuko. *Design e cultura: sintonia essencial*. Curitiba: Edição da Autora, 2006.

TAYLOR, Charles. *Multiculturalism*. Princeton: Princeton University Press, 1994.

WOODWARD, K. *Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual*. In: SILVA, T. T. da. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 7 – 72.

Nota Biográfica

Maristela Mitsuko Ono

Doutor em Arquitetura e Urbanismo (FAU / USP). Mestre em Tecnologia (PPGTE / UTFPR), Arquiteta (UFPR). Realizou o Industrial Training Course (no Japão, como bolsista da JICA)

e Estágio para Formação de Professores no curso de Design Industrial da Fachhochschule München (na Alemanha, como bolsista do DAAD). É professora do Departamento de Desenho Industrial e do Programa de Pós-graduação em Tecnologia da UTFPR, e professora colaboradora do Programa de Pós-graduação em Design da UFPR. Dedica-se a estudos e pesquisas sobre design e cultura, sendo de sua autoria os livros "Design e cultura: sintonia essencial" (Curitiba, 2006) e "Design – Cultura. Design industrial e diversidade cultural: mídia digital sobre os setores automobilístico e eletrodoméstico" (Curitiba, 2007).
E-mail:maristelaono@gmail.com

Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG

Reitora: Janete Gomes Barreto Paiva
Vice-Reitor: Dijon De Moraes
Pró-reitor de Planejamento, Gestão e Finanças: Mario Fernando Valeriano Soares
Pró-reitora de Pesquisa e Pós-graduação: Magda Lúcia Chamon
Pró-reitora de Ensino e Extensão: Neide Wood de Almeida

Escola de Design
Diretor: Roberto Werneck Resende Alves
Vice-Diretora: Jacqueline Ávila Ribeiro Mota

Os Cadernos de Estudos Avançados em Design integram a coleção do Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pequisa em Design da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

FAPEMIG

CENTRO T&C DESIGN ESCOLA DE DESIGN UEMG

UEMG UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS

ISBN 978-85-87042-71-2