

PONTOS DE DESIGN: POR UMA POLÍTICA CULTURAL PARA O DESIGN

Barbara Peccei Szaniecki¹

RESUMO: Nosso artigo pretende trazer uma contribuição para a reflexão sobre uma possível política cultural para o design. Nosso ponto de partida serão as críticas feitas ao ensino do design no Brasil por ter se instituído sem levar em consideração o contexto sociocultural brasileiro. Analisaremos em seguida a institucionalização pelo Ministério da Cultura da “Economia Criativa” e as críticas que são dirigidas a esse tipo de política pública para, finalmente, apresentar os Pontos de Cultura do Programa Cultura Viva como espaços onde o design já é praticado informalmente e cuja formalização por meio de Pontos de Design poderia finalmente fomentar um ensino e uma prática do design de acordo com as demandas socioculturais do Brasil do século XXI.

PALAVRAS-CHAVE: Política cultural; design brasileiro; contexto sociocultural; economia criativa; Pontos de Cultura.

Introdução

O que seria uma política cultural para o design? A pergunta nos vem da lembrança que um dos maiores formuladores de políticas culturais foi um designer e, paradoxalmente, da percepção de uma ausência de políticas públicas específicas para o design. Aloísio Magalhães teve vida curta mas vida intensa: artista plástico multifacetado desde a juventude, chega ao design por meio da experimentação gráfica e, mais especificamente, por meio da arte do livro desenvolvida na oficina *O Gráfico Amador* no Recife. É no Rio de Janeiro que Aloísio se lança formalmente no design – em 1960 com o escritório MNP que, em 1975, se transformou em PVDI – e na política em 1976 com a criação do Centro Nacional de Referência Cultural que, em 1979, deu origem à Fundação Nacional Pró-Memória. Não cabe aqui retomar todos os aspectos desse brilhante percurso que se extinguiu precocemente em 1982, mas é difícil não pensar em Aloísio Magalhães quando se pensa em design articulado com cultura e, sobretudo, no paradoxo que é a ausência dessa aliança no contexto atual. Nesse artigo, para pensar nessa necessária articulação, partiremos da atuação da ESDI/UERJ – simultaneamente

¹ Barbara Peccei Szaniecki é mestre e doutora em Design pela PUC-Rio e pesquisadora de pós-doutorado na Escola Superior de Desenho Industrial da UERJ. <dolar.rj@terra.com.br>

reconhecida e criticada –, refletiremos em seguida sobre o atual contexto de institucionalização no Brasil da denominada “Economia Criativa” pelo Ministério da Cultura assim como a rotulação do Rio de Janeiro como “Cidade Criativa” para enfim, refletirmos, a partir do Programa Cultura Viva do próprio Ministério da Cultura associado às Secretarias Estaduais de Cultura, sobre uma possível política cultural para o design: Pontos de Design.

1. O Ensino e a prática do design no Brasil

A ESDI / UERJ é reconhecida como a mais antiga e uma das mais qualificadas escolas de design da América Latina. No entanto, há controvérsias acerca do modelo pedagógico que nela foi implementado. A influência da HfG na ESDI é frequentemente vista como responsável pelo desenvolvimento de um design internacionalista “de costas para o Brasil”² e de um design baseado numa “idéia fora do lugar”³. A crítica é direcionada à implementação de uma prática do design que desconsiderou as particularidades culturais, sociais e econômicas do país. Hoje, com base numa experiência de 50 anos de institucionalização do design, podemos produzir uma reflexão e contribuir para as perspectivas para seu ensino e sua prática no Brasil.

Um ensino “de costas para o Brasil” porque a concepção de design nascida na matriz HfG na Alemanha fomentava a criação de uma linguagem universal sem se preocupar com a cultura local que, com seu universo simbólico, com suas práticas cotidianas e com suas tecnologias simples mas não necessariamente simplistas, constituía e ainda constitui um manancial inesgotável para a atividade do design. Essa cultura não é necessariamente “anti-moderna”, se entendemos por moderna a forma naturalista de representação do mundo⁴ que se afirmou a partir do século XVII e foi responsável pela construção de um mundo “objetivado” que colocava artista e cientista no mesmo patamar de sujeito criador e investigador, pois nela é possível encontrar tanto a geometrização ou abstração das formas com sua particular construção do tempo e do espaço quanto uma inversão da relação sujeito e objeto que expressam um mundo “animado” ou “encantado”. Essa cultura constitui e é constituída por uma outra visão de mundo, possivelmente “alter-moderna”, ou seja, ao lado mas em tensão

² LEITE, João de Souza. “De costas para o Brasil, o ensino de um design internacionalista” em *O design gráfico brasileiro – Anos 60*. Chico Homem de Melo (org.). São Paulo: Cosac Naify, 2006.

³ DIAS LESSA, Washington. “A ESDI e a contextualização do design” em *A herança do Olhar – O Design de Aloísio Magalhães*. LEITE, João de Souza (org.). Rio de Janeiro: ArtViva, 2003. A categoria ‘idéia fora do lugar’ citada por Washington Dias Lessa é de autoria de Roberto Schwartz.

⁴ DESCOLA, Philippe. *La fabrique des images – visions du monde et formes de la representation*. Paris: Somogy Éditions d’Art e Musée du Quai Branly, 2010.

com a visão moderna hegemônica mas, ainda assim, moderna. É possível afirmar que os modernismos, no Brasil, foram muitos: já numa primeira fase o movimento se dividia entre os “verdamente” nacionalistas e os “antropófagos” internacionalistas; numa segunda fase, no caso do design, a vertente racionalista e universalista de Max Bill e Tomás Maldonado se confrontava com a vertente tropicalista de Rogério – Caos – Duarte. Os modernismos foram muitos porque muitas eram as “nações”, e ainda muitas outras podem ser descobertas ao invés de recobertas. A relação com os artistas concretos e neoconcretos nos anos 50 e 60 foi importante pois a cisão do movimento entre São Paulo e Rio de Janeiro passou de um questionamento meramente artístico a algo muito maior, isto é, a crítica ao viés técnico e científico importado da Europa e, em particular naquele momento, da Alemanha. Esse questionamento da racionalidade ocidental – que se manifesta no movimento artístico neoconcretista e que encontra ressonância no meio do design – diz respeito não apenas a nossa cultura como também ao nosso contexto social, econômico e político.

É considerando a alienação do contexto social, econômico e político que podemos afirmar que o design implantado no Brasil e sobretudo no Rio de Janeiro, se baseou numa “idéia fora do lugar” como mencionou Washington Dias Lessa usando a expressão cunhada por Roberto Schwartz. Com efeito, a industrialização brasileira é tardia, irregular (não chega a abranger o território de forma homogênea) e incompleta (não chega a integrar a população no esquema produção e consumo de massa tal como se deu nos países do hemisfério norte). Hoje, numa era dita pós-industrial onde por um lado os processos produtivos transformados pelas inovações tecnológicas⁵ indicam um possível futuro feliz e, por outro, os recursos naturais reduzidos pela atividade racionalizada mas descontextualizada – e, portanto, profundamente alienada – apontam para uma catástrofe iminente, o “atraso” brasileiro adquire uma outra significação e, sobretudo, abre um enorme campo de atuação para o designer que deseja se agenciar com a cultura local. Possuímos uma enorme diversidade de linguagens, símbolos, signos, práticas e metodologias culturais e artísticas. São fruto do encontro físico e simbólico de diversas etnias há 500 anos atrás como também fruto da nossa história comum desde então, por vezes hostil por vezes cordial. E são semente de um porvir que abre novos desafios para o design.

Ora, a cidade do Rio de Janeiro vive um momento extremamente ambíguo. Sua inserção no mundo globalizado requer por um lado a negação parcial de sua história e de sua cultura em muitos aspectos informal, mas abre por outro lado a possibilidade de uma outra

⁵ Alguns teóricos consideram que a Revolução Digital tem a mesma importância do que a Revolução industrial teve outrora.

relação entre o global e o local na medida em que o primeiro deixa de ser uma totalidade e o segundo uma identidade. O conceito de “Indústria Criativa” e a etiqueta de “Cidade Criativa” colada no município seriam os mais adequados à produção artística e cultural – da qual o design participa plenamente? A essa pergunta que chega a parecer inadequada tamanho é o consenso que vigora sobre essa idéia, o campo do design – do ensino e da prática profissional assim como da reflexão acadêmica –, poderia procurar dar uma resposta potente e sugerir caminhos alternativos ou complementares na cidade do Rio de Janeiro, sendo um deles a articulação com a política de Pontos de Cultura do Programa Cultura Viva do Ministério da Cultura.

2. O Contexto atual: Rio Cidade Criativa

Antes de aprofundar a proposta de articulação entre design e cultura, observemos como os conceitos de indústria criativa, economia criativa e cidade criativa chegaram até nós. Por Indústrias Criativas entende-se, segundo o DCMS (*Department for Culture, Media and Sport*) do Reino Unido, “as indústrias que têm sua origem na criatividade, na habilidade e no talento individual e têm potencial para renda e emprego através da geração e da exploração da propriedade intelectual”⁶. Trata-se atualmente de 12 setores: publicidade; arquitetura; artes e antiquários; artesanato; design; design de moda; cinema, vídeo e fotografia; software, games e aplicativos eletrônicos; música e artes visuais e performáticas; edição; televisão; rádio. Esse “setor” heterogêneo mantém importantes relações econômicas com os setores de turismo, museus e galerias, patrimônio e esporte. No Brasil, a implantação desse conceito tem como marco o lançamento pelo Sistema FIRJAN⁷, em maio de 2008, do estudo “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”⁸, que mapeou o “setor” pela primeira vez no país. Já em novembro de 2010, a cidade do Rio de Janeiro passou a integrar a Districts of Creativity Network⁹. Em 2011, surgiram mais dois fatos distintos mas sempre na mesma direção: a FIRJAN lançou nova edição de seu relatório e o Ministério da Cultura se re-estruturou reunindo por um lado as várias competências da antiga Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural numa única Secretaria da Cidadania Cultural e, por outro, criando uma

⁶ DCMS, 2001, p. 04.

⁷ Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro.

⁸ “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”. As edições de 2008 e 2011 estão disponíveis no link: <http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CEC3286DF68013286FCB8CE2E1C.htm>

⁹ <http://www.districtsofcreativity.org/> e <http://www.flandersdc.be/en>: A Districts of Creativity Network é uma rede mundial de distritos de criatividade coordenada pela instituição governamental belga Flanders-DC.

Secretaria da Economia Criativa¹⁰ que manifestou recentemente, em maio de 2012, interesse em criar uma Rede Brasileira de Cidades Criativas. O conceito de “Cidade Criativa” se fortalece e o Rio de Janeiro, prestes a acolher uma série de mega-eventos (Rio+20 em 2012, Jornada Mundial da Juventude em 2013, Copa do Mundo em 2014, Jogos Olímpicos em 2016, entre outros), oferece uma oportunidade ímpar de implementá-lo a nível local mas com visibilidade global sem muito debate entre poder público e sociedade organizada (e, em particular, sociedade mais ou menos “organizada” em movimentos e pequenos produtores criativos-culturais). Ora, o rótulo Cidade Criativa¹¹ não necessariamente dá conta da maneira como a criatividade é exercida na metrópole carioca e corre o risco de se tornar mais uma “idéia fora do lugar”. A cultura carioca se agencia de modo muito singular nos espaços públicos e privados, no asfalto e nos morros da cidade, e por meio de uma multiplicidade de atores: poucos assalariados e muitos autônomos contabilizados enquanto tal ou muitas vezes camuflados pelo fenômeno da CNPJotagem expressam a informalidade que prevalece no “mercado de trabalho” carioca. Existe, e não é de hoje, no Estado e na cidade do Rio de Janeiro, uma criatividade difusa que não se enquadra – e muitos desses atores de fato não desejam se enquadrar – em setor algum da Economia Criativa e, no entanto, perpassa uma série de práticas culturais com as quais o design poderia se agencyar. Essa criatividade difusa, característica da metrópole carioca, é um manancial que interessa de modo particular a forma do capitalismo contemporâneo, daí propomos retomar rapidamente as críticas às indústrias culturais não para adequá-las às indústrias criativas e sim para apreender o que está em jogo nessa percepção da produção artística e cultural assim como apontar possibilidades outras, nas quais o design viria a exercer um papel importante.

¹⁰ Recentemente, a Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura manifestou interesse na criação de uma Rede Brasileira de Cidades Criativas em parceria com o Instituto Itaú Cultural: www.cultura.gov.br/site/2012/05/29/minc-discute-a-criacao-da-rede-brasileira-de-cidades-criativas/ Ver também a notícia sobre a “institucionalização da Economia Criativa” no Ministério da Cultura: <http://www.cultura.gov.br/site/2012/05/16/institucionalizacao-da-economia-criativa/>

¹¹ O rótulo Cidade Criativa é baseado na política de Indústrias Criativas, onde por Indústrias Criativas entende-se, segundo o DCMS (*Department for Culture, Media and Sport*) do Reino Unido, “as indústrias que têm sua origem na criatividade, na habilidade e no talento individual e têm potencial para renda e emprego através da geração e da exploração da propriedade intelectual” (DCMS, 2001, p. 04). Trata-se atualmente de 12 setores: publicidade; arquitetura; artes e antiquários; artesanato; design; design de moda; cinema, vídeo e fotografia; software, games e aplicativos eletrônicos; música e artes visuais e performáticas; edição; televisão; rádio. Esse setor heterogêneo mantém importantes relações econômicas com os setores de turismo, museus e galerias, patrimônio e esporte.

3. Da indústria cultural às indústrias criativas: panorama crítico

O artigo “A indústria criativa como mistificação das massas” de Gerald Raunig é uma evidente referência ao capítulo “Indústria Cultural: esclarecimento como mistificação das massas” da obra paradigmática *Dialética do Esclarecimento* onde, nos anos 40, Max Horkheimer e Theodor W. Adorno manifestaram violentamente sua crítica à indústria do entretenimento, em particular aquela que se propagava desde os Estados Unidos para o resto do mundo. Afirmavam naquela ocasião que as esferas da cultura haviam sido totalmente investidas pela lógica industrial. Gerald Raunig se pergunta então como hoje, de um simples deslocamento do singular ao plural, a indústria cultural se ressignificou como indústrias criativas com base numa promessa de salvação universal, não somente para políticos e gestores como também para diversos atores do campo da arte. Logo, propõe discutir as formas de subjetivação que estão em jogo e, para isso, analisa quatro componentes fundamentais do conceito de indústria cultural para, em seguida, analisar como esses componentes se apresentam nas atuais indústrias criativas.

A primeira crítica que Adorno e Horkheimer fazem à indústria cultural diz respeito à sujeição social. Afirmam que a indústria cultural totaliza seu público expondo-o a “*a uma promessa permanentemente repetida e continuamente insatisfeita*” que o mantém numa dependência improdutiva. Estendem em seguida essa percepção do consumidor como vítima passiva e escravizada ao produtor, formulando então a segunda crítica à indústria cultural: embora apontem uma separação nítida entre produtores e consumidores, a sujeição social se apresenta como a única forma de subjetivação de ambos os lados. Produtores e consumidores não são nada além de uma peça dentro da totalidade ou grande engrenagem chamada indústria cultural. Toda diferença é rapidamente integrada nessa totalidade. A relação entre peça e engrenagem indica que os atores e os produtores são empregados das instituições da indústria cultural e chegamos, com essa consideração, à terceira crítica que indica que a criatividade dos atores culturais é oprimida sob o trabalho dependente. Criatividade empregada significa criatividade disciplinada e controlada. Os consórcios midiáticos e de entretenimento da indústria cultural são as estruturas institucionais que promovem a sujeição do indivíduo – produtor ou consumidor – ao controle do capital. Veremos mais adiante que as formas de subjetivação engendradas pelas ditas indústrias criativas são mais complexas – sujeição social e servidão maquínica, conforme conceituação de Deleuze e Guattari. E, finalmente, a quarta crítica à indústria cultural é que, como resultado da sujeição social do indivíduo enquanto consumidor e produtor, a criatividade disciplinada e controlada produz por sua vez a

homogeneização e normatização de toda as práticas culturais reduzindo-as a mercadorias da indústria cultural. Para Adorno e Horkheimer, o desenvolvimento da indústria cultural foi a última etapa de um processo que já havia levado o fordismo da indústria no meio urbano até a agricultura no meio rural e que provoca, por sua vez, serialização e estandardização generalizadas no sistema produtivo e fora dele. A disciplina e o controle impostos à criatividade no âmbito da produção se estende à reprodução e a todas as esferas da vida.

Gerald Raunig retoma uma a uma as críticas de Adorno e Horkheimer – sujeição social como passividade do consumidor, subordinação do produtor no trabalho assalariado, criatividade cerceada e, por último homogeneidade da produção resultante dessa situação – e, com base em Paolo Virno, considera que na atualidade as indústrias criativas adquirem outras características. Raunig inicia suas considerações afastando-se da **quarta crítica** frankfurtiana que coloca a indústria cultural como fruto da expansão do fordismo e do taylorismo. A indústria cultural teria, ao contrário, um papel na superação dessas formas de produção baseadas na repetição em prol de formas de produção baseadas na inovação que hoje tendemos a chamar de pós-fordistas. Se no fordismo a diferença é integrada e normatizada, no pós-fordismo a diferença (a informalidade, o imprevisto, a disfunção) é o motor da produção e é mantida enquanto tal. A indústria cultural não foi absorvida no fordismo, e sim criou, em suas resistências e em particular naquelas dos movimentos sociais e culturais dos anos 60 e 70, uma abertura para o pós-fordismo. Neste regime, mais do que repetição, importa é a criatividade no trabalho e na vida, e essa criatividade se dá não apenas na fábrica e na empresa e sim por toda a metrópole. E de fato, contrariamente à indústria cultural descrita por Adorno e Horkheimer em sua terceira crítica, as indústrias criativas não se organizam como grandes empresas de comunicação e de entretenimento e sim como redes de pequenos negócios de produtores de comunicação, moda, design e cultura popular e, preferencialmente, produtores aglomerados em “clusters”. Diferentemente das instituições estabelecidas, são efêmeras e baseadas em projetos: são instituições-projetos que, em princípio, se constituem com base na auto-determinação e na rejeição do trabalho subordinado. Neste caso, a criatividade é auto-criação de si e, aqui, encontramos uma importante ambigüidade: embora constituída com base na recusa do emprego e na afirmação da autonomia, em sua solicitação de uma criatividade contínua, a instituição-projeto acaba por promover precariedade e insegurança. Um temor que, nos termos de Virno, atravessa toda a vida. O trabalhador contemporâneo é um autônomo que pula de projeto em projeto e muitas vezes se vê obrigado a se tornar micro-empresário ou pessoa jurídica para poder ser sub-contratado por grandes e médios conglomerados da comunicação e da cultura e, no caso do Brasil, também por ONGs

e por “fundações culturais” muitas vezes sem fundamentos. Em todos os casos, depende de sua criatividade para (sobre)viver. Aqui, segundo Raunig, se realiza efetivamente a perda de autonomia prognosticada por Adorno e Horkheimer: *“Os indivíduos criativos são abandonados a um âmbito específico de liberdade, independência e governo de si. Aqui a flexibilidade se torna norma despótica, a precariedade do trabalho se torna a regra, as fronteiras entre tempo de trabalho e tempo livre se diluem da mesma forma que as do emprego e da greve, e a precariedade se estende do trabalho para todos os aspectos da vida.”*

Uma vez definida as indústrias criativas como instituições-projeto onde toda a vida é precarizada (à diferença das instituições modernas onde a subordinação era mais delimitada aos âmbitos do trabalho e do lazer), Raunig se pergunta quais seriam as formas de subjetivação que induzem a essa precarização universal. Contrariamente às análises de Adorno e Horkheimer, considera que as práticas e discursos dos movimentos sociais e culturais dos últimos 40 anos resistiram contra a normatização mas, ao mesmo tempo, fizeram parte das transformações que desembocaram em uma forma de governamentalidade neoliberal. Citando Isabell Loreym afirma que vivemos o paradoxo da criatividade como governo de si: *“governar-se, controlar-se, disciplinar-se e regular-se significa, ao mesmo tempo, fabricar-se, formar-se e empoderar-se, que, neste sentido, significa ser livre.”*¹² Que formas de subjetivação resistiriam então a essa forma de governamentalidade que resulta em precariedade generalizada? Adorno e Horkheimer consideravam a indústria cultural como uma totalidade que submetia os indivíduos à sua lógica. Já Raunig, inspirado por Deleuze e Guattari, considera que as indústrias criativas combinam a sujeição social (de que nos falavam Adorno e Horkheimer, entre outros teóricos) a uma servidão maquínica que não é nem tão voluntária nem tão forçada. O que leva não apenas políticos e gestores como também atores culturais e criativos a considerar o deslocamento da indústria cultural para as indústrias criativas como uma liberação se encontra precisamente na mistura singular que se dá, na servidão maquínica, entre desejos de fuga e adaptação à lógica do sistema. Os atores das indústrias criativas alegam que ao menos a “precarização de si” é uma decisão própria. Aqui Raunig conclui que não se trata propriamente de uma “mistificação das massas” (título de seu ensaio) e sim de uma “auto-mistificação massificante” que consistiria em uma possível resistência nesse plano de imanência hoje designado por indústrias criativas. Ora se é fácil

¹² Isabell Lorey, «Gubernamentalidad y precarización de sí. Sobre la normalización de los productores y productoras culturales», revista *Brumaria*, núm. 7, *Arte, máquinas, trabajo inmaterial*, diciembre de 2006 (<http://brumaria.net/publicacionbru7.htm>), e publicação multilíngue em *transversal: máquinas y subjetivación*, noviembre de 2006 (<http://eicpc.net/transversal/1106/lorey/es>), p. 243.

observar essa “auto-mistificação massificante” em alguns circuitos de produção cultural e criativa no Brasil, é difícil crer que a “precarização de si” mesmo que vivida por alguns como “decisão” contentaria uma multidão – intelectualidade e criatividade de massa – que tem se manifestado nos últimos tempos nas ruas, nas praças e nas redes pelo mundo.

4. Uma política cultural para o design: Pontos de Cultura, Pontos de Design

Raunig comenta muito rapidamente um elemento que pode abrir potentes alternativas. Anota que enquanto nas indústrias culturais estava em jogo o componente coletivo da cultura, nas indústrias criativas ganha espaço o aspecto individual da criatividade. Essa mudança de ênfase – do coletivo ao individual – é particularmente visível na transformação do Ministério da Cultura (caracterizado por uma gestão compartilhada entre Ministro – Gilberto Gil e mais tarde Juca Ferreira – e movimentos culturais) em um Ministério das Indústrias Criativas¹³ (sob a gestão de Ana de Hollanda). A ênfase na criatividade individual é perceptível desde o discurso de posse da Ministra¹⁴ na valorização da “*figura do criador*” como se essa figura criasse sozinha. Já os Pontos de Cultura do Programa Cultura Viva são, de acordo com definição oficial¹⁵, entidades que desenvolvem ações de impacto sociocultural em suas comunidades e que passam a ser reconhecidas e apoiadas financeira e institucionalmente pelo Ministério da Cultura. Deles, poeticamente, o ex-Ministro Gilberto Gil disse que são “*uma espécie de ‘do-in’ antropológico, massageando pontos vitais, mas momentaneamente desprezados ou adormecidos, do corpo cultural do País*”. Nos últimos anos, os Pontos de Cultura do Programa Cultura Viva tem mobilizado uma rede extremamente heterogênea de atores sociais e culturais agenciando práticas de comunidades tradicionais (quilombolas, indígenas e caiçaras) com aquelas das tribos urbanas mais “antenadas”, articulando conhecimentos ancestrais como os dos mestres griôs com aqueles provenientes do ensino formal moderno, re combinando metodologias low tech de gambiarras com as tecnologias high tech da cultura digital e tem desenvolvido linguagens variadas: artes performativas, artes plásticas, artesanato audiovisual, dança, folclore, fotografia, gastronomia, jornalismo, literatura, memória, música, rádio e televisão. Fruto de uma reflexão pós-industrial, Pontos de Cultura apresentam uma maior organicidade com o território e com os agentes que neles vivem e produzem.

¹³ Reivindicação da Indústria Cultural brasileira, em particular da indústria cinematográfica e fonográfica por meio de artigos do cineasta Cacá Diegues no jornal O Globo.

¹⁴ <http://www.cultura.gov.br/site/2011/01/03/discurso-de-posse-da-ministra-da-cultura-ana-de-hollanda/>

¹⁵ <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura/>

Uma política cultural para o design tem como ponto de partida a afirmação do fato que, no Brasil, uma industrialização extensiva e inclusiva, para o bem ou para o mal, nunca de fato “aconteceu”. O movimento concretista paulista, com seu desenvolvimento de linguagem geométrica e sua busca por uma linguagem universal, foi mais a manifestação artística de uma industrialização que ocorria no Estado de São Paulo do que uma expressão das várias facetas da sociedade e da cultura no país. O movimento neoconcretista carioca iniciou uma importante reação a essa percepção mas, no design, prevaleceu a atitude “*bolas para o contexto: vamos trazer para o Brasil o design moderno [...]*”.¹⁶ Uma política cultural para o design tem como objetivo pensar-criar um design que leve em consideração as particularidades culturais, sociais e econômicas do país que são diferentes – sem que isso seja necessariamente um problema – das características da Europa dos séculos XIX e XX onde e quando o design nasceu e floresceu junto com a era industrial. Hoje, em pleno século XXI, numa era tida como pós-industrial, o design se encontra oficialmente entre os 12 setores da denominada “economia criativa” sendo reconhecido como um de seus setores de maior força. Por outro lado, embora ele não seja mencionado entre as linguagens desenvolvidas pelos Pontos de Cultura, o design vem sendo praticado nessas iniciativas de maneira informal. Podemos mencionar como exemplos a produção de brinquedos no Centro de Cultura e Educação Lúdica da Rocinha (<http://rocinhaludica.blogspot.com.br/>) e a comunicação da cultura hip hop realizada no Pontão Digital Preto Ghoz do Movimento Enraizados¹⁷ (<http://www.enraizados.com.br/>) entre muitos outros. Design em Pontos de Cultura significa um empoderamento pelo design das práticas culturais e criativas já realizadas nesses espaços (e vice versa) e constituição de redes de práticas culturais e de práticas criativas sendo o design, ele próprio, uma rede de atividades que oscilam entre técnicas, ciências e artes. Com efeito, o design mantém certa ambigüidade entre ciência e arte mas, segundo Richard Buchanan, “*design é uma disciplina onde a concepção do ‘objeto’, do método e do objetivo é*

¹⁶ LEITE, João de Souza. “De costas para o Brasil, o ensino de um design internacionalista” em *O design gráfico brasileiro – Anos 60*. Chico Homem de Melo (org.). São Paulo: Cosac Naify, 2006, p. 260: “*Bolas para o contexto, vamos trazer para o Brasil o design moderno: parece ter sido este o lema. Sem avaliar em profundidade as características peculiares da produção e do consumo no Brasil, desconsiderando toda a sua disparidade, a sua concentração de abismos diferenciais na vida social, o design institucionalizado na ESDI encantou-se pelo mote da industrialização e conteve, sob comportas bem resguardadas, toda e qualquer reflexão que pudesse redefinir a atividade em perspectiva mais adequada ao cenário nacional. Não pensou sequer a tradição do modernismo brasileiro, à qual se opôs, oferecendo-se como outra face do moderno (modernismo nacionalista, modernismo antropófago, etc.). Este foi talvez o erro – compreensível, entretanto – mais crítico de toda a sua história: voltar as costas para a realidade e operar no estrito campo da idealização.*”

¹⁷ <http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/2011/11/06/artigos-do-ii-seminario-internacional-de-politicas-culturais/> DA SILVA, Rociclei; SZANIECKI, Barbara. Políticas culturais vivas: raízes e redes do Movimento Enraizados.

parte integral da atividade e dos resultados”¹⁸ do próprio design. Nesse sentido, o design se caracteriza como atividade de invenção (arte) sem se afastar da atitude de investigação (ciência). Buchanan também aponta a contínua ampliação do campo de atuação do designer: comunicações visuais e simbólicas, produção artesanal ou industrial (ou resultante de uma hibridação) de objetos, estruturação de serviços ou atividades e, por fim, criação de sistemas ou ambientes complexos para trabalhar, aprender, brincar, em suma... viver! Pontos de Cultura com Pontos de Design significa investigar e inventar, num terreno vivo, uma cultura-criatividade viva, ou seja, com sentido. Investir numa política cultural para o design equivale a investir numa política criativa para a cultura. As críticas de Adorno e Horkheimer à indústria cultural¹⁹ podem não se aplicar às indústrias criativas mas nem por isso podemos aceitar a-criticamente o horizonte de precariedade que a implementação das indústrias criativas sustentaram na Europa e nos Estados Unidos e a afirmação de que essa precariedade é, em parte, uma “auto-precarização de si”, ou seja, fruto de uma decisão pessoal, não contribui para desdobramentos afirmativos de outros horizontes.

Conclusões

Em tempos de crise econômica e política na Europa e nos Estados Unidos (que em seus múltiplos aspectos indica uma crise do eurocentrismo e de sua racionalidade) e em tempos de emergência dos BRICS, cabe-nos perguntar se a atual oportunidade –deve servir a mais do menos ou à produção de diferença. A crise da racionalidade ocidental – desse ocidente que é, ele mesmo, uma invenção da racionalidade – vem acoplada com uma crise do antropocentrismo. A crise não é do planeta Terra e sim do homem, de um homem também totalmente construído. Essa situação histórica do presente que se coloca como crise é descrita por Bruno Latour como uma desconexão entre duas grandes narrativas: a primeira corresponde à modernidade hegemônica da qual o design participou como um poderoso motor é a da modernização, do progresso e do domínio enquanto a segunda corresponde ao que podemos chamar de uma altermodernidade se preocupou com o enredamento, o cuidado e a cautela. *“A expansão do termo ‘design’ é uma indicação [...] daquilo que poderia ser*

¹⁸ BUCHANAN Richard. “Rethoric, Humanism and Design” in MARGOLIN, Victor and BUCHANAN Richard (editors) *Discovering Design – Explorations in Design*, p. 26.

¹⁹ Lembremos as quatro críticas de Adorno e Horkheimer à indústria cultural: sujeição social como passividade do consumidor, subordinação do produtor no trabalho assalariado, criatividade cerceada e, por último homogeneidade da produção resultante dessa situação.

chamada de uma teoria pós-Prometeu da ação. [...] É exatamente no momento em que a dimensão da tarefa em nossas mãos ter sido fantásticamente amplificada pelas várias crises ecológicas que o público está se conscientizando do sentido pós-Prometeu do agir.”²⁰ Como designers, podemos traçar linhas de uma nova modernidade mas essas linhas serão traçadas com muita cautela. Se o designer moderno foi um Prometeus guiado pela teoria da ação, o designer contemporâneo é um Prometeus cauteloso e, nesse sentido, esse enredamento e cuidado ele pode encontrar na sua relação com os Pontos de Cultura com seus territórios e atores da cultura. Um novo agir.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DESCOLA, Philippe. *La fabrique des images – visions du monde et formes de la representation*. Paris: Somogy Éditions d’Art e Musée du Quai Branly, 2010.

DA SILVA, Rociclei; SZANIECKI, Barbara. Políticas culturais vivas: raízes e redes do Movimento Enraizados. <http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/2011/11/06/artigos-do-ii-seminario-internacional-de-politicas-culturais/>

DIAS LESSA, Washington. “A ESDI e a contextualização do design” em *A herança do Olhar – O Design de Aloísio Magalhães*. LEITE, João de Souza (org.). Rio de Janeiro: ArtViva, 2003.

LAZZARATO, Maurizio e NEGRI, Antonio. *Trabalho Imaterial*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LEITE, João de Souza. “De costas para o Brasil, o ensino de um design internacionalista” em *O design gráfico brasileiro – Anos 60*. Chico Homem de Melo (org.). São Paulo: Cosac Naify, 2006.

LOREY, Isabell. “Gubernamentalidad y precarización de sí. Sobre la normalización de los productores y las productoras culturales” em *Producción cultural y prácticas instituyentes: líneas de ruptura en la crítica institucional*. Proyecto Transform (org.). Madrid: Traficantes de Sueños, 2008.

MOULIER-BOUTANG, Yann. *Le Capitalisme Cognitif - La Nouvelle Grande Transformation*. Paris: Amsterdam, 2007.

RAUDIG, Gerald. “La industria creativa como engaño de masa” em *Producción cultural y prácticas instituyentes: líneas de ruptura en la crítica institucional*. Proyecto Transform (org.). Madrid: Traficantes de Sueños, 2008.

SILVA, Gerardo; SZANIECKI, Barbara. Pontos de cultura para além das indústrias Criativas: <http://www.canalcontemporaneo.art.br/arteemcirculacao/archives/003554.html>

TURINO, Célio. *Ponto de Cultura. O Brasil de baixo para cima*. São Paulo: Anita, 2009.

²⁰ LATOUR, Bruno. A cautious Prometheus? A few steps toward a philosophy of design. Networks of Design. Proceedings of the 2008 Annual International Conference of the Design History Society (UK). University College Falmouth.

VIRNO, Paolo. *Grammaire de la multitude. Pour une analyse des formes de vie contemporaines*. Paris: L'Éclat et Conjonctures, 2002.

VIRNO, Paolo. *Virtuosismo e revolução*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.