

Multiculturalismo: a diferença como chave para um design híbrido no Brasil

Multiculturalism: the difference as a key to a hybrid design in Brazil

Roizenbruch, Tatiana Azzi; Mestranda; Universidade Anhembi Morumbi
tatiuzzi@gmail.com

Resumo

Multicultural, no seu sentido mais simples refere-se àquilo que traz em si elementos de muitas culturas. Desse conceito inicial desenvolvemos a idéia de multiculturalismo, o jogo das diferenças, quando diversos elementos culturais se juntam dentro de um mesmo espaço. Nos dias atuais, sob os efeitos da globalização, o domínio cultural e as questões locais de cada país passaram a ser de suma importância, uma vez que as identidades deixam de existir e passam a ser globais. Nesse estudo, busca-se questionar qual seria uma saída para as atividades artísticas e tecnológicas, como o design, dessa massificação cultural tão sufocante nos dias atuais.

Palavras-chave: Multiculturalismo; Design; Cultura brasileira.

Abstract

The term “multicultural” refers to the existence of several elements of many cultures. From that initial concept, the idea of multiculturalism is developed meaning a play of differences when various cultural elements gather in the same space. Nowadays, under globalization effects, cultural domains and local questions from each country are very important once identities are vanishing and becoming “global”. In this study, the aim is to look for a clue to artistic and technologic activities, such as the design, that suffer a cultural mass production process.

Keywords: Multiculturalism; Design; Brazilian culture.

O Brasil pode ser considerado uma nação híbrida, já que muitos povos, em sua formação, promoveram um mosaico de culturas e comportamentos distintos no país, formou-se então uma cultura miscigenada. Segundo Stuart Hall (2005), as nações modernas são, todas, híbridos culturais.

Com os efeitos da globalização, o domínio cultural e as questões locais de cada país passaram a ser de suma importância, uma vez que as identidades deixam de existir e passam a serem globais.

A cultura pós-moderna se desenvolve dentro de uma cultura múltipla, como um laboratório de novas linguagens, valendo-se de ícones e signos do passado, mas propondo interações com os do presente.

A marca registrada da pós-modernidade é o pluralismo, ou seja, a abertura para posturas novas e a tolerância para posições divergentes. Na época pós-moderna, já não existe a pretensão de encontrar uma única forma correta de fazer as coisas, uma única solução que resolva todos os problemas, uma única narrativa que amarre todas as pontas. “Talvez pela primeira vez desde o início do processo de industrialização, a sociedade ocidental esteja se dispondo a conviver com a complexidade em vez de combatê-la, o que não deixa de ser (quase que por ironia) um progresso.” (Cardoso, 2004).

Essa relação local/global e o interesse pelo multicultural nessa era pós-moderna começam a refletir na atividade da arte e do design, evidenciando a vasta gama de elementos da cultura no Brasil. Mas será que este é mesmo um caminho para um design híbrido no Brasil?

Da mimese ao design múltiplo

O design industrial no Brasil se impulsionou na década de 50, junto ao seu processo de industrialização, trazendo a esperança, o ufanismo, as riquezas das raízes do país, sempre levado pela força da nova arquitetura. Lina Bo Bardi, Zanine Caldas, Sérgio Rodrigues dentre outros tentaram unir o design aos elementos da riqueza cultural do país.

Passada essa fase, um outro modo de produzir design no país se estabeleceu. O design passou a ter referência estrangeira e uma fase de puro mimetismo vigorou, onde a estética européia prevaleceu.

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, esta estrada escolhida pelo modelo racional-funcionalista veio, outrossim, amenizar a inserção dos ícones da cultura local brasileira junto à sua cultura material e aos seus artefatos industriais (MORAES, in: LAGES, 2004).

Neste período, após o golpe militar de 1964, o Movimento Moderno no Brasil começa a perder seus ideais socialistas e o sonho do projeto modernista. O ideal de uma nova cultura dita pós-moderna, anunciava uma segunda modernidade no Brasil. O design no país não se encontrava em uma boa fase, dada ao desprezo das multinacionais e das empresas locais por essa área de trabalho.

Ao assumirem o pensamento pós-moderno no fim do governo militar em meados dos anos 80, os designers brasileiros começaram a protestar contra a maneira como o design no país se apresentava e pela falta de apreço das multinacionais. Os próprios empreendedores do país não demonstravam interesse pela inclusão do design na produção industrial e muito menos com a inserção de uma identidade cultural brasileira na produção de artefatos. Por mais que os designers buscassem essa caracterização e identificação da cultura, a mimese produtiva ainda era dominante no país.

O modelo pós-moderno na década de 80 ajudou o design brasileiro a reconhecer os valores da multiculturalidade do país. Não se produziu muito durante este período, por todos os problemas enfrentados, mas certamente um novo caminho para o design se iniciou, e em meados da década seguinte uma nova cultura projetual começou a ser despertada no país.

Designers como os irmãos Campana, Guto Índio da Costa, Heloísa Crocco, Renato Imbroisi entre outros, começaram a pensar e produzir um outro design no país, associando conceitos globais e locais e produzindo com maior ineditismo.

Sob os efeitos da globalização, o desafio dos designers brasileiros deixa de ser puramente técnico, já que o Brasil possui habilidade e tecnologia no setor industrial, e passa a buscar novos conceitos, onde a colisão entre o design e a cultura do país passa a ser um diferencial competitivo no mundo global. Segundo Branzi (in: MORAES, 2006), hoje, o maior problema para o design brasileiro é libertar-se de uma vez por todas do complexo de inferioridade que os velhos racionalistas europeus lhe transmitiram, através de um modelo errôneo de desenvolvimento dentro da modernidade e da ordem.

Os designers brasileiros devem adquirir consciência de si mesmos como portadores de uma realidade criativa de todo autônoma e original, por meio da qual os velhos defeitos possam se tornar extraordinárias oportunidades. Eles devem considerar que o mundo se assemelha cada vez mais ao Brasil, e não vice-versa.

Kevin Robin (in: HALL, 2005) observa que hoje há, juntamente com o impacto “global”, um novo interesse pelo “local”.

Percebe-se então que, cada vez mais, o mercado mundial evidencia outras culturas, os consumidores ocidentais estão à procura de produtos de terras distantes. O design brasileiro, ainda mimético, tem que se voltar para as questões locais e achar outra maneira de pensar e produzir design no país, o que talvez seja uma saída para a competição global.

Podemos ter aqui produtos criativos, pois o país possui a tão falada mistura com forte apelo cultural, numa integração perfeita de tipologias típicas. Tanto as tradições e regionalismos, quanto as inovações em termos estéticos podem agregar valor à imagem externa do design produzido no Brasil. A multiculturalidade se faz presente em todos os cantos do país. Mas o que é multicultural, afinal?

Multiculturalismo: o jogo das diferenças

Multicultural, no seu sentido mais simples refere-se àquilo que traz em si elementos de muitas culturas. Desse conceito inicial desenvolvemos a idéia de multiculturalismo, o jogo das diferenças, quando diversos elementos culturais se juntam dentro de um mesmo espaço, forjando as características de uma sociedade. Ele é freqüentemente pensado como se opondo ao etnocentrismo. Nessa acepção, é usado para trabalhar a situação de países como o Brasil, ou os Estados Unidos, que por sua formação receberam influência de várias culturas e tornaram-se, assim, um mosaico onde se criou a mistura que produziu, ao final, uma cultura própria formada por todos esses elementos.

Para Andrea Semprini, um dos pontos-chave do multiculturalismo é a questão da diferença.

A diferença é antes de tudo uma realidade concreta, um processo humano e social, que os homens empregam em suas práticas cotidianas e encontra-se inserida no processo histórico. Assim, é impossível estudar a diferença desconsiderando-se as mudanças e as evoluções que fazem dessa idéia uma realização dinâmica (SEMPRINI, 1999).

O multiculturalismo pode ser analisado como um sintoma, o indicador de uma mudança social de grande importância. Nenhuma mudança à força dessa magnitude poderia acontecer sem provocar conflitos, incertezas, ansiedade.

Enquanto aspiração a uma melhor e mais equilibrada consideração das diferenças, o multiculturalismo é a consequência de uma mistura social muito maior, do questionamento radical dos limites impostos, das fronteiras e divisões próprias da sociedade. Sendo assim, O multiculturalismo é, sem dúvida, a resultante de um processo de mistura e de encontro de diferenças. Ele representa uma reação à dificuldade e, freqüentemente, ao fracasso deste processo.

A filosofia, as ciências da linguagem, a biologia, a ecologia colocaram o conceito de diferença no centro de suas epistemologias, demonstraram que nem à evolução humana, nem o pensamento, nem o sentido são concebíveis sem a diferença, a mistura, os efeitos combinatórios que só a diferença torna possíveis.

Semprini (1999), ainda destaca uma segunda interpretação do multiculturalismo, que privilegia sua dimensão especificamente cultural. Ela concentra sua atenção sobre as reivindicações de grupos que não têm necessariamente uma base “objetivamente” étnica, política ou nacional. Eles são mais movimentos sociais, estruturados em torno de um sistema de valores comuns, de um estilo de vida homogêneo, de um sentimento de identidade ou pertença coletivos, ou mesmo de uma experiência de marginalização.

Com freqüência é esse sentimento de exclusão que leva os indivíduos a se reconhecerem, ao contrário, como possuidores de valores comuns e a se perceberem como um grupo à parte.

Esse caráter multicultural das sociedades contemporâneas surge desses contatos constantes com o que é diferente, dessas relações de troca das diversas culturas existentes do país. O design dentro dessa cultura múltipla, dessa heterogeneidade só torna-se possível com o equilíbrio e a união dos diferentes elementos desta cultura.

Me parece este, ser o grande desafio dos designers hoje no mundo globalizado, tornar possível uma atividade de design baseada na sua multiculturalidade, incorporar a diferença e fazer disto algo a favor da cultura e do desenvolvimento do país. Essa decodificação dos elementos culturais e assimilação das diferenças são problemas a serem enfrentados dentro de uma sociedade fruto de uma identidade complexa como a nossa, porém necessários.

Após as influências da segunda modernidade, ou diríamos, pós-modernidade e o constante processo de inter-relação das culturas, o design no Brasil começa a se afastar dos modelos europeus, da racionalidade e da funcionalidade, tornando-se um design mais livre, mais expressivo, assemelhando sua identidade múltipla.

Dentro deste cenário, o design brasileiro começa a se distanciar da prática de mimese e das referências provenientes do exterior e a apontar em direção a uma referência própria como modelo possível. Começa, então, a partir dos anos oitenta, a surgir, através do multiculturalismo e mestiçagem local, novas referências projetuais que, de forma correta, coloca em evidência e reflete a vasta gama de elementos da cultura híbrida e das nuances do nosso próprio país. (Moraes. 2006:192).

Durante toda a década de oitenta, o modelo multicultural possível ao design local começou a surgir e assim, a partir da década de noventa, e principalmente no novo século, este modelo apresenta-se com novas possibilidades, harmonizando-se com o modelo globalizado.

O trabalho dos irmãos Humberto e Fernando Campana, designers brasileiros reconhecidos no mercado mundial, tenta ilustrar essa mudança de valores do design no Brasil. Eles utilizam inúmeros materiais encontrados ao longo de suas pesquisas pelo centro de São Paulo, cidade por si só multicultural. Após um período de experiências, este material, aliado a outros materiais freqüentemente utilizados em artefatos industriais, como aço e a madeira formam móveis e objetos únicos e expressivos de formas diferentes, coloridas e de grande criatividade. Essa diferença entre os componentes forma, no produto final, uma harmonia e

atenuam os contrastes entre os materiais. Os trabalhos dos irmãos Campana são exemplos claros da relação entre arte e design na contemporaneidade.

Outro exemplo de design híbrido e da relação do mesmo com as artes e principalmente as artes chamadas populares, como o artesanato é o projeto do Laboratório Piracema de design. Criado em 2003 como um núcleo de pesquisa da forma na cultura brasileira, o Laboratório Piracema de Design, com sede em Porto Alegre – RS, logo se propôs a desenvolver um projeto que aproximasse o design do artesanato.

Constatou-se, já de início, que apesar da produção artesanal ser uma área de grande potencial e carente de ações efetivas, era um desafio para quem se propusesse a um trabalho profundo e contínuo.

A filosofia deste trabalho começa por seu próprio nome – Piracema – um fenômeno da natureza em que os peixes sobem a correnteza dos rios para desovar na fonte. É uma metáfora perfeita para um trabalho que se propõe mergulhar na tradição para projetar o contemporâneo. Composto de fundamentos teóricos, práticas criativas e vivências de campo, o projeto vem se firmando como a mais respeitada experiência no setor.

Uma outra preocupação é a de ver o produto artesanal em sua dimensão antropológica, ou seja, fruto da experiência criativa de uma pessoa, de uma comunidade, de uma cultura. Aumenta, assim, a responsabilidade face a toda e qualquer intervenção, conscientizando-se de que, como numa grande teia, a mudança no produto implica em mudanças muito mais amplas e profundas.

Através desses exemplos podemos perceber que hoje há uma hibridização cultural intensa e que as relações entre aspectos da cultura estão cada vez mais se intensificando, o que gera diversas possibilidades tanto para o design quanto para outras artes, principalmente pela valorização das artes populares.

Dentro desse contexto de globalização, resgatar a cultura nacional se tornou um fator importante e o design acompanha esse ideal, ou pelo menos deveria, pois através dessas relações com a arte, com o popular e o regional, o design se intensifica e amadurece.

Talvez uma das soluções para a intensificação de um design local, híbrido, seja justamente olhar para seu interior, para o que existe de mais periférico e não somente para o centro. A assimilação da diferença passa a ser talvez um ponto a favor para um design local e que assimila a cultura do país como algo positivo para todos.

Referências

- CARDOSO, Rafael. Uma Introdução à História do Design. São Paulo, Edgard Blücher, 2004.
HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
LAGES, Vinicius, BRAGA, Christiano, MORELLI, Gustavo. Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva. Rio de Janeiro: Relume Dumará/Brasília, DF: SEBRAE-NA, 2004.
MORAES, Dijon de. Análise do Design Brasileiro: entre mimese e mestiçagem. São Paulo: Ed. Edgard Blücher, 2006.
NIEMEYER, Lucy. Design no Brasil: origens e instalações. Rio de Janeiro: Ed. 2AB, 1997.
SEMPRINI, Andrea. Multiculturalismo. Bauru, SP: EDUSC, 1999.