

Criatividade e diferença: design de artesanato no mercado global

Creativity and difference: craft design in the global market

Mariane Garcia Unanue

Mestre em Memória Social e Documento(Unirio)

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora(CES/JF)

marianeunanue@hotmail.com

RESUMO

O presente trabalho aborda os conceitos de criação que possam estar presentes na produção de objetos artesanais em um momento de acirrada globalização, colocando em questão as formas tradicionais de produção e de reprodução de um saber-fazer. Tendo como objeto de análise a produção artesanal da comunidade de Vitoriano Veloso, conhecida como Bichinho, em Minas Gerais, abordaremos questões que relacionam o design e os processos criativos aos processos de memória, enfatizando o caráter construtivo e criativo que nos permite o que entendemos por Memória Social.

PALAVRAS-CHAVE: memória, criação, design, artesanato

ABSTRACT

The present article discusses some creative conceptions that may be present in the production of craft works in a period of fierce globalization, questioning the traditional ways of producing and reproducing a know-how. As object of analysis we place the craft production of Vitoriano Veloso, a village known as Bichinho, at Minas Gerais, presenting questions that relate design and creative processes to memory processes, emphasizing both constructive and creative characters of what we understand to be a Social Memory.

KEY WORDS: *memory, creation, design, craft*

INTRODUÇÃO

Os povos do Brasil não podem ser agrupados e definidos segundo uma identidade una, inteira e íntegra. Fazem parte do povo brasileiro enquanto pertencentes a uma mesma nação, porém se dividem em uma multiplicidade de raças, credos, valores, faixas salariais, climas, regiões, artefatos. Assim, a produção nacional de bens materiais e imateriais, a produção e reprodução de saberes e memórias se renovam constantemente, não só através de trocas entre seus povos, mas, principalmente, porque desde os primórdios os *Brasis* se relacionam com o Outro de forma muito particular.

No texto “*O mármore e a murta: sobre a inconstância da alma selvagem*”¹ aparece uma citação do Sermão do Espírito Santo do jesuíta Antonio Vieira, onde ele discorre sobre a dificuldade de catequizar os povos ameríndios, dividindo-os entre aqueles que se assemelham aos blocos de mármore e aqueles que são como vegetação do tipo murta.

Os povos marmóreos oferecem grande resistência, teimam e replicam, mas uma vez moldados adquirem uma forma firme e constante, sem que seja necessário continuar a trabalhar com eles. Iniciando as atividades da Companhia no Brasil em 1549, Vieira definiu o gentio que aqui encontrou como aglomerações de murta, pois estes povos davam a impressão de aceitar com facilidade as formas que se lhe pretendiam dar, sem duvidar e sem resistir; porém, bastava que se deixasse de trabalhá-los e iam assumindo formas novas, aparentemente desordenadas. Na verdade, estes povos estavam à procura de sua verdadeira natureza e, assim, buscavam retornar ao que lhe é próprio. *Il selvaggio è mobile.*²

Esta inconstância da alma selvagem passou a definir o caráter destes primeiros brasileiros, consolidando-a como estereótipo do imaginário nacional e relacionando como tendência natural seu interesse por atividades versáteis desenvolvidas sem grande ordenação, constância, exatidão ou fiscalização. O que escapou às observações de Vieira, no entanto, é que tais características determinam indivíduos ligados à criatividade. O que ficou de fora daquela equação selvagem é que as almas brasileiras são essencialmente criativas e não poderiam jamais se adequar à metodologia disciplinar do trabalho europeu.

Portanto, desde a origem da nação brasileira o que se faz notar é que estava em formação uma cultura de criatividade, com possibilidades de abertura ao Outro, ao diferente, ao novo, não apenas de tradição:

Nossa idéia corrente de cultura projeta uma paisagem antropológica povoada de estátuas de mármore, não de murta: museu clássico antes que jardim barroco. Entendemos que toda sociedade tende a perseverar no seu próprio ser, e que a cultura é a forma reflexiva deste ser;

*pensamos que é necessário uma pressão violenta, maciça, para que ela se deforme e se transforme. Mas, sobretudo, cremos que o ser de uma sociedade é seu perseverar: a memória e a tradição são o mármore identitário de que é feita a cultura.*³

Entretanto, numa sociedade que, como a brasileira, fundou-se a partir da abertura e das relações com outros, a memória e a tradição não estão atreladas à sobrevivência e preservação de uma identidade cultural, mas, sim, às relações de troca com a diferença que surgem como valor a ser afirmado. Atualizando sua identidade a partir das relações com a alteridade do outro, os primeiros brasileiros eximiram seu mundo de ser indiferente e parafítico. Suas relações de troca possibilitaram a re-criação constante de sua cultura.⁴

*Uma cultura não é um sistema de crenças, mas antes – já que deve ser algo – um conjunto de estruturações potenciais da experiência, capaz de suportar conteúdos tradicionais variados e de absorver novos: ela é um dispositivo culturante ou constituinte do processamento de crenças. Mesmo no plano constituído da cultura culturada, penso que é mais interessante indagarmos das condições que facultam a certas culturas atribuir às crenças alheias um estatuto de suplementaridade ou de alternatividade em relação às próprias crenças.*⁵

Castro (2002:184) afirma que na filosofia tupinambá a humanidade era fundamentalmente incompleta e que, portanto, a exterioridade e a diferença importavam mais que o interior e a identidade, assim como “o devir e a relação prevaleciam sobre o ser e a substância. (...) A murta tem razões que o mármore desconhece”.⁶

Ao longo da história brasileira, o que se determinou chamar de cultura sempre foi uma atitude marcada, positiva ou negativamente, pelas incessantes relações de troca de experiências com outros povos. A diferença, mais do que a semelhança, atraía e instigava nossa busca por algo mais, recriando nossa cultura continuamente, a ponto de podermos falar que se existe uma cultura brasileira ela é a própria mudança: nossa cultura é a da criatividade.

O presente artigo ilustra as histórias e a produção de artefatos deste povo-murta, chamado brasileiro, que habita o vilarejo de Vitoriano Veloso, no Estado de Minas Gerais, e a relação de seu fazer artesanal à alteridade da globalização e à homogeneização do mercado global. É possível falar de uma identidade nacional em relação à cultura e à memória de seu saber-fazer? Ou esta memória estará, assim como nos Tupinambá, a desenhar novas formas para sua exterioridade?

É necessário fazermos, antes de tudo, uma distinção entre o que se entende por Globalização e por Mercado Global. Num momento em que as noções de tempo e espaço encontram-se cada vez mais comprimidas, numa matemática em que o resultado tende a zero, gerando velocidades praticamente instantâneas, percebe-se que para corresponder a essas exigências e participar do mercado mundial é preciso deixar algo de lado. Nem tudo é passível de ser transportado, reproduzido e intercambiado e,

portanto, aparam-se arestas, ficam restos, excluem-se as diferenças. Esta é a lógica do mercado global, que captura as relações com a diferença para aplicar um projeto homogeneizador; a globalização, por outro lado, permite a convivência das diferenças embora promova trocas entre os indivíduos do mundo. Alguns autores, entretanto, não trabalham com esta distinção entre globalização e mercado global: “*A globalização arrasta as economias para a produção do efêmero, do volátil (por meio de uma redução em massa e universal da durabilidade dos produtos e serviços) e do precário (empregos temporários, flexíveis, de meio expediente)*”.⁷

A afirmação do Professor Ricardo Petrella, da Universidade Católica de Louvain, parece nos colocar claramente o momento que atravessam as sociedades atuais, em movimento constante e de consumo ilimitado. Bauman (1999:86) ressalta que esta mobilidade deixou de implicar um deslocamento físico, espacial: “*a distância parece não importar muito*”.⁸ O advento da internet, por exemplo, permitiu que também as noções de tempo fossem alteradas; assim, a competitividade global se tornou mais acirrada e vender ou comprar cada vez mais complexo: “*A indústria atual funciona cada vez mais para a produção de atrações e tentações. (...) Não há linha de chegada óbvia para essa corrida atrás de novos desejos, muito menos de sua satisfação*”.⁹ Como responder a todos os novos desejos que se formam? Como distinguir os desejos reais daqueles criados por estratégias de marketing?

Inicialmente alheios aos apelos do mercado de consumo, os artesãos do Bichinho criavam como forma de responder à necessidade de sua vida cotidiana e seus desejos encontravam resposta na tradição de seu saber-fazer. Entretanto, a partir do momento em que a energia elétrica passou a fazer parte de suas vidas, logo a televisão passou a participar de seus desejos, abrindo um mundo novo, totalmente desconhecido, trazendo novos olhares sobre seu universo e influenciando sua produção de subjetividade. Atualmente, a maior parte de sua população está envolvida com a atividade artesanal e, de maneiras diversas, cada um dá forma a sua própria murta, representando em seus artefatos as construções de seu imaginário e de sua subjetividade.

Mas até que ponto estes artesãos dão forma própria a seus objetos e até que ponto eles se deixam homogeneizar pela estética do mercado global? Se seu saber-fazer pode ser entendido como uma memória, num movimento de transmissão da experiência de um sujeito social, podemos perceber que no caso do Bichinho, este saber-fazer se combina com a criação, não apenas na repetição de uma tradição. Então, como é que o processo de criação se define com o impacto das novas tecnologias e da lógica do mercado?

1. MEMÓRIA, ESQUECIMENTO E CRIAÇÃO

Se vivemos atualmente sob o olhar atento deste Grande Irmão¹⁰, personificado no mercado mundial capitalista, se vivemos sob a égide do que Hardt e Negri (2001) chamaram de sociedade mundial de controle, como podemos escapar, resistir e criar? Onde estaria nossa autonomia frente aos processos de assujeitamento de nossa subjetividade?

Andreas Huyssen (2000), em seu livro “*Seduzidos pela Memória*”, denuncia a emergência de memória que parece ter se tornado uma das preocupações centrais das sociedades atuais. Como as barreiras espaciais se enfraqueceram e o espaço é globalizado por um tempo cada vez mais comprimido, parece ter surgido um novo tipo de incômodo: o mal-estar da civilização atual surge a partir de uma sobrecarga de informações e percepções combinada a uma aceleração cultural que não estamos preparados para lidar. Parece que quanto mais nos empurram em direção a um futuro global, mais nos voltamos para a memória em busca de conforto, utilizando recursos tecnológicos cada vez mais avançados numa luta constante contra o esquecimento:

Nosso mal-estar parece fluir de uma sobrecarga informacional e perceptual combinada com uma aceleração cultural, com as quais nem a nossa psique nem os nossos sentidos estão bem equipados para lidar. Quanto mais rápido somos empurrados para o futuro global que não nos inspira confiança, mais forte é o nosso desejo de ir mais devagar e mais nos voltamos para a memória em busca de conforto.¹¹

Assim, o passado parece sempre mais bonito do que realmente foi, a nostalgia parece ter se instalado de vez, principalmente a partir da década de 80, com a nova onda da arquitetura de museus, a restauração de antigos centros urbanos, o boom das modas retrô, etc. É como se o objetivo fosse conseguir a recordação total.

Huyssen (2000) também discute o uso político desta cultura da memória ligada às histórias das nações e estados. A memória é um importante instrumento de poder. Mais adiante, ele nos leva a crer que o caminho de retorno ao paraíso perdido passaria por uma rememoração produtiva¹², não pela via do esquecimento produtivo abordado por Nietzsche. Para ele, resistir à globalização e aos mitos do cibercapitalismo é praticar memórias nacionais e locais. Entretanto, devemos nos lembrar que esquecer faz parte da própria constituição da memória e, assim, esquecer torna-se tão fundamental quanto lembrar.¹³

Precisamos fazer uma parada para lembrar: memória também se refere a esquecimento. Afirma Freud (Gondar, 2000) que só lembramos porque esquecemos, então compreendemos que o esquecimento é necessário tanto para a evocação da lembrança quanto para a constituição da memória. Só se pode lembrar algo que, de alguma forma, foi esquecido; seja por uma falha na função da memória que pode levar ao esquecimento; seja por um ato da memória para encobrir alguma lembrança que será recalçada.

Além disso, para formularmos algum conceito é fundamental o esquecimento. Para definirmos uma identidade, uma permanência ou uma constância, é necessário que esqueçamos as inúmeras diferenças dos seres e das coisas para fixar conceitos assim. Segundo Gondar (2000), em seu texto “*Lembrar e Esquecer: desejo de memória*”, criamos uma ilusão e a chamamos de “eu” e trabalhamos a memória para excluir, para manter de fora nossas falhas. Fazer uma representação de si mesmo, manter uma imagem de nossa identidade é construir uma ficção. Existe uma relação de afrontamento, um jogo de poder, pois entre memória e esquecimento há sempre um embate.

Definir uma identidade significa esquecer a diferença e dirigir-se ao homogêneo, ao idêntico, negando a multiplicidade de estados interiores por que passamos a cada instante, ignorando o jogo de instintos divergentes em confronto.¹⁴ Por isso, falar de uma identidade brasileira na cultura, na música, no design, é limitar a miríade de novas possibilidades que podemos criar. É restringir nossos significados a apenas uns poucos conceitos, é dizer que somos menos dentro de todo um universo que podemos ser, é excluir a possibilidade de escolher e reduzir nossas expectativas e potencialidades de criar e ser livres.

Trabalhando a obra de Nietzsche, Barrenechea (2000:53) nos mostra que a determinação de identidades, igualdades e permanências que os homens fazem encontra sentido por razões de necessidade e de sobrevivência, que nos levam a subsumir diferenças e agrupar em conceitos comuns seres similares. Entretanto, uma visão análoga, identitária, sobre a natureza logo se mostra equivocada afinal na natureza só há devir e confronto de forças: “*não há permanências de nenhum tipo na ‘realidade’*”.¹⁵

É preciso deixar claro que o esquecimento não é um fenômeno natural causado somente pela passagem do tempo. Esquecer é um ato, um fazer social. As sociedades precisam esforçar-se tanto ou mais para se esquecerem do que para se lembrarem. Daí decorre, também, a contínua e excessiva construção dos chamados “Lugares de Memória”(Nora, 1993): museus, memoriais, arcos do triunfo, monumentos¹⁶...

Escolher esquecer é um ato da memória, operado através de segregações que modificam o passado. Freud introduz, na última parte de sua obra, a pulsão da destruição: “*Destruição que também será vista como fonte do novo: para criar novas formas será preciso destruir as antigas: a pulsão de destruição torna possível a criação*”.¹⁷ Portanto, escolher esquecer é abrir caminho para a reinvenção do passado, é abrir espaço para a criação do novo. Significa propriamente desconstruir a memória para construir um esquecimento e um futuro criativos.

Além disso, o próprio passado pode se modificar a posteriori a partir das diversas combinações que fazemos ao nos lembrarmos de alguma experiência, reconstruindo, produzindo novos sentidos, para aquela lembrança. Dessa forma, podemos dizer que a memória é plural, quer dizer, devemos falar em memórias e esquecimentos. Afirma Gondar (2000) que “*se criar é produzir novos sentidos, devemos*

*ter em mente que toda constelação mnêmica implica uma possibilidade de lembrar simultânea a uma possibilidade de esquecer”.*¹⁸

Neste sentido, faz-se necessário retornar a Nietzsche¹⁹, já que para ele o esquecimento é tão fundamental para tornar o viver suportável quanto para se exercer a máxima liberdade, que é a da criação de um novo fazer social. Foucault (1979:18) evidencia o trabalho da contra-memória nietzschiana afirmando que mais importante do que reencontrar um começo histórico nas coisas é deparar-se com a diferença, com suas disparidades²⁰.

O arraial de Vitoriano Veloso, conhecido como Bichinho, presenciou a chegada da luz elétrica no ano de 1982. Este notório aglomerado de artesãos, cuja produção pode ser encontrada em várias lojas de decoração por todo o país, se modificou fisicamente e subjetivamente com a nova tecnologia. Não há dúvida de que, atualmente, a comunidade de artesãos do Bichinho conhece o mundo fora de suas fronteiras e já se beneficia das facilidades do dia-a-dia, como energia elétrica, água encanada, televisão, computador e supermercado.

Até que ponto a atual produção dos ateliês no Bichinho pode ser relacionada com sua memória singular e com o esquecimento desta mesma memória, ou seja, como podemos estabelecer uma linha divisória entre a reprodução de suas memórias e de seus saberes através das gerações e a influência exercida pela globalização e seu confronto com a diferença? Dessa forma, podemos afirmar que o novo tem sido criado a partir da transformação destas memórias e que o esquecimento pode ser entendido como importante componente da criação de artefatos.

Nietzsche aborda e valoriza mais a dimensão criadora do esquecimento²¹. Segundo ele, o esquecimento é libertador, permitindo que haja lugar para o novo. O esquecimento ganha nobreza e positividade quando tomado segundo este embate de forças para que exista criação. É uma questão de negociação entre o que deve ser lembrado e o que deve ser esquecido. É como quando limpamos a memória do computador para que caibam coisas novas.

Esquecer deve ser visto, assim, como uma possibilidade criativa, como um espaço de liberdade. Criar, então, é estar aberto a viver e a exercer esta liberdade.

2. CRIATIVIDADE E DIFERENÇA

O ato de criar é um contínuo apartar-se, segregar-se, implica num afastamento daquilo que é conhecido de modo a diferenciá-lo, incluindo a diferença não no sentido de neutralizá-la como pretende o mercado mundial, mas de forma que a própria diferença seja inerente à criação. A inovação, ou o novo, só se dá a partir deste movimento de afastamento, deste deslocamento do olhar

sobre um objeto conhecido de uma forma nova, diversa, incomum. Criar é, portanto, exercer uma dobra no sentido da diferença.

A inovação pode surgir a partir da necessidade porque algo útil precisa ser inventado, mas, principalmente, a inovação surge dos interstícios das regras, das frestas das coisas conhecidas que, por algum ou vários motivos, deixaram de corresponder às nossas necessidades e expectativas. Existe criação porque há falta. Há um furo aberto que precisa ser preenchido com algo novo.

Criar algo novo é suplantar o que parece definitivo, é transgredir os limites estabelecidos, é ultrapassar o conhecido e estabelecer com ele novas formas de relação, é questionar, é redesenhar as experiências, é não se conformar com as respostas que ecoam ao longo do tempo, é pensar e ver de uma maneira diversa nosso mundo tão conhecido: é ser diferente. É viver na Diferença.

A inovação, assim, começa com a observação do mundo que nos circunda (Kelley, 2001:42). É preciso ter um olhar de estranhamento²², como o do estrangeiro, e de desnaturalizar o que conhecemos; é como olhar pelos olhos de uma criança e perguntar a tudo “*Por que?*” E “*por que não?*”. As coisas que encontramos pela primeira vez nos deixam uma profunda impressão, assim como experimenta o mundo uma criança, para a qual cada objeto é inteiramente novo. Entretanto, à medida que crescemos vamos perdendo a capacidade de nos surpreendermos com os objetos que nos cercam, e o mundo vai perdendo seu encanto.

Mas o que realmente se encontra na origem da inovação e que realmente conecta aqueles que criam algo, é o que Kandinsky (1989) chamou de *Alma* e o que Phillip Stark (Morgan, 1999), um dos designers mais celebrados pela mídia na atualidade, chamou simplesmente de *Amor*.²³ De qualquer modo, eles querem dizer que a criação é algo que surge de dentro, é interior e intrínseco a todos os seres humanos. Para criar é preciso paixão. Portanto, todas as pessoas são capazes de criar, em maior ou menor grau, mas todos reinventamos de algum modo o mundo em que vivemos.

Para Kandinsky²⁴, a criação está estreitamente ligada a um conceito de libertação, entretanto para ele, aquele que cria não é livre na vida, somente na arte. O artista possui uma liberdade incondicional, porém é uma liberdade que pode, repentinamente, se tornar um crime se não tiver surgido da necessidade de um plano interior, que é o puro objetivo da vida e, assim, também da arte. Pois se o artista é o sacerdote da beleza, esta deve inspirar-se nos valores interiores, na beleza da alma, pois só é belo aquilo que é belo interiormente.

Apesar de estarmos lidando com a produção artesanal da comunidade do Bichinho, optamos por trabalhar seus produtos enquanto arte, ainda que popular, e falar de seu design, ainda que para muitos o artesanato deva ser classificado como pré-design.²⁵ Quando falamos em artesanato, partimos do conceito grego de técnica, no sentido em que engloba tanto o conceito de arte quanto os conceitos de conhecimento, saber e produção. O artesanato, como o entendemos, é desenvolvido como atividade

principal de quem o produz, revela uma destreza ímpar na execução de suas peças e obedece à lógica da experiência e do saber para transmitir através das gerações seus conhecimentos. Além disso, traz consigo um valor cultural e a história de uma região e de um povo. Ou seja, fazer artesanato na atualidade margeia os campos da arte e também do design.

Podemos encontrar em Kandinsky (1989) um conceito de arte como a expressão de um mundo e de uma necessidade interior, já que a criação de uma obra de arte é também a criação de um mundo. Para o artista, a forma é secundária, uma vez que o essencial é a comunicação de um sentimento. A arte não é uma questão de elementos formais, mas de um desejo, um conteúdo interior que determina prioritariamente a forma. Ele parece querer dar imagens à energia da vida, antes que ela se transforme em objeto, ou em palavra. Não se deve estar limitado a observar a natureza do exterior, mas se deve vivê-la de dentro.

Aonde vai a alma do artista envolvida na criação? O que quer anunciar? A escolha de uma cor ou de uma linha, de uma palavra ou de um som, não depende do arbítrio do artista, mas surge baseada numa lei fundamental, que Kandinsky (1989) chama de *princípio da necessidade interior*. Até mesmo a impressão superficial de uma cor pode se transformar em experiência, pois os efeitos físicos da cor agem não só sobre a visão, mas também sobre todos os outros sentidos. O olhar está ligado aos demais sentidos e propicia um eficaz contato com a alma. Da mesma forma, cada objeto proporciona uma emoção interior e privar-se desta possibilidade significa empobrecer os meios expressivos que possuímos.

Sua pintura abstrata não nasce da procura formal pela beleza, mas da urgência de significados. Segundo ele, cada obra de arte é filha de seu tempo e, freqüentemente, mãe de nossos sentimentos. Porém, aquela arte que não possui um porvir, que só é filha de seu tempo e nunca se tornará mãe do futuro, é uma arte estéril, tem vida curta e morre moralmente no instante em que muda a atmosfera que a produziu.

Segundo Kandinsky (1989), o artista que usa sua energia para satisfazer a exigências menos elevadas dá um conteúdo impuro a uma forma aparentemente artística, e se afasta do movimento em direção ao alto do triângulo espiritual, pois aquele que não continua a trabalhar e não luta para estar na superfície afunda inexoravelmente.

A própria procura de uma diversidade, de uma “personalidade” buscada por muitos atualmente, faz aparecer nos objetos não somente a crua e áspera matéria, mas também algo de menos corpóreo daquele objeto que se pretendia representar “exatamente como é”, sem intervenção da fantasia. Que a arte esteja implicada na natureza não é uma novidade. Os novos princípios não caem do céu²⁶, mas somente de uma relação de causa com o passado e o futuro. Para criar algo novo é necessário recorrer à memória, é necessário construir uma relação mais compreensível pela alma do que pelo olhar.

Podemos dizer que os artesãos do Bichinho fazem parte destes artistas que aspiram ao essencial e renunciam às questões exteriores, dando forma prioritariamente a sua necessidade interior, que segundo Kandinsky (1989) pode nascer de três exigências: cada artista, enquanto criador, deve expressar a si mesmo, ou seja, imprimir personalidade em sua obra; cada artista, como filho de seu tempo, deve expressar sua época, com seus valores e linguagens; e, por fim, cada artista deve expressar a arte, de todos os homens, de todos os povos, de todos os tempos, enquanto fatores fundamentais da arte, que não conhece espaço nem tempo.

O objeto verdadeiramente artístico permanece sempre vivo, não perde força com o passar do tempo, mas continua a adquiri-la.²⁷ Da mesma forma, alguns objetos artesanalmente produzidos no Bichinho continuam a manter sua força, seu viço e sua vitalidade, pois ao invés de ficarem estagnados no tempo sendo reproduzidos de forma idêntica interminavelmente, foram sofrendo modificações e ganhando nova vida ao longo do tempo, absorvendo novas características, sendo recriados, ganhando novos sentidos.

Em seu trabalho como designer de inúmeros objetos, que vão de hotéis, casas e espaços interiores a escovas de dente, motos e cadeiras, Phillippe Stark (Morgan, 1999) acredita que existem dois fatores que atuam fortemente em seu sistema criativo: o primeiro é um interesse incansável, uma fascinação por tudo aquilo que nos circunda, em todas as suas formas; o segundo seria a honestidade em seus objetivos, a capacidade de recobrir as novas tecnologias com a maravilha de uma criança e os olhos de um artista sobre a forma.²⁸

Para ele, o designer do futuro tem um papel muito amplo na sociedade e para a sociedade, e os meios expressivos do design não estão limitados aos sistemas de produção. A produção é simplesmente um meio de expressão e deveria ser o último recurso. Todas as outras possibilidades deveriam ser exploradas primeiramente, e se a produção for necessária então deve ser ética com a natureza, com os bens materiais e com a sociedade.²⁹ Podemos talvez aproximar esta sua posição ao sistema de criação e de produção do artesanato do Bichinho, que guardam uma profunda relação de respeito à natureza e à sua sustentabilidade, à escassez dos recursos naturais e à memória da sociedade que produz estes artefatos.

Segundo o autor, um sistema baseado no consumo, como o que vivemos, carrega em seu íntimo as sementes de sua própria queda, é por si próprio um sistema insustentável, pois se trata de fazer produtos que vendam, uma questão inteiramente comercial. O crescimento do materialismo criou uma avidez, que mata o amor, e uma passividade ainda mais sinistra. Esta passividade é demonstrada pela convicção de muitos que o controle de seu próprio futuro escapa a suas mãos, uma resignação que leva muitos a receber simplesmente tudo aquilo que os fornecedores de satisfação tem a oferecer, pensando que este seja o seu desejo, através das pesquisas de mercado, da publicidade, da mídia.

Sua estratégia enquanto criador é opor-se ao consumo não através da negação, que segundo ele é reacionária e irreal, mas através daquilo que chama de *objeto imaterial*. Atualmente possuímos tecnologias para criar objetos imateriais, segundo Stark, os não-objetos. O século 21 será o século da imaterialidade, pois não será preciso possuir para experimentar prazer. Eliminando o materialismo abriremos espaço para que o amor possa se envolver nas relações homem-universo, promovendo um contato mais direto e humano com o mundo e com os outros.³⁰ Segundo ele, é preciso ver o amor como uma idéia verdadeira e forte, potente para promover mudanças.

Stark (Morgan, 1999) evidencia o estado mutante, contínuo e interminável, que estamos vivendo enquanto espécie, sociedade e civilidade, e, portanto, não podemos estar parados a esperar que a mudança se interrompa. Projetar em um novo modo, adaptado a uma era de mutação, significa possuir uma constante autocrítica, auto-subversão e consciência social.³¹

A estrutura dos objetos de Stark (Morgan, 1999) é delimitada por problemas sociais, posições políticas e dos desafios técnicos que possam surgir, assim como de sua sensibilidade visual. Sua metodologia de criação consiste em partir dos elementos fundamentais, em todos os sentidos, e modificar o conteúdo semântico das imagens do cotidiano. Dessa forma, é preciso criar como forma de resistência e de sobrevivência da diferença.

Criar, segundo o autor, não diz respeito apenas a uma expressão individual, mas a explorar aqueles objetos que emergem de um inconsciente coletivo, e descobrir uma forma que exprima uma memória comum. Seu design procura códigos afetivos, utilizando sua forma para evocar recordações e desejos inconscientes e, segundo Alberto Alessi, pode ser definido pela sigla SMI, sensualidade, memória e imaginação.³² O design que se relaciona a uma memória narrativa, consciente ou inconsciente, não tem somente uma vida mais longa e uma aplicação mais ampla, mas está adequado a objetivos mais vastos e profundos, como por exemplo, a contribuir para a felicidade dos Homens através do design.

Este simbolismo estaria ligado diretamente à vida social, à tecnologia dos materiais e aos métodos de produção. Desta perspectiva, o designer não estaria criando, mas respondendo, pois o objeto surge de uma necessidade anônima da sociedade. A ambivalência deste tipo de objeto é consequência do anonimato, porque emerge do papel deste objeto como signo e como significante, como mídia e como mensagem. É exatamente porque parte como objeto anônimo que se podem acrescentar-lhe idéias pessoais.

Stark (Morgan, 1999) deseja que seus objetos transmitam mensagem amigáveis, sendo formas para demonstrar, através do uso cotidiano, alguns conceitos, idéias, gestos e exemplos típicos de um certo modo de vida. Algumas vezes, eles podem sugerir uma aproximação inédita à própria vida.³³

Um outro elemento de sua criação é a escolha: criar oportunidades de escolha para as pessoas é fundamental, pois de outro modo seria uma forma de elitismo, um furto social.³⁴ O que ele faz é

sugerir possibilidades para nossos momentos de diferença, pois somos diversos uns dos outros e também nenhum de nós é a mesma pessoa de um momento ao outro. Nós somos mutantes em uma sociedade de mutação, então nosso desafio, o nosso dever é encontrar soluções adaptadas às situações que vivemos.

3. CRIAÇÃO ARTESANAL E GLOBALIZAÇÃO

Se por um lado o movimento da globalização abriu espaço para a atuação dos processos de assujeitamento do mercado global, por outro lado propiciou a circulação de identidades locais que tem se transformado em potências de transformação social e de resistência aos movimentos homogeneizantes.

Fazer parte de um mercado mundial abriu novas perspectivas de trabalho para os artesãos do Bichinho que, com o aumento da demanda por seus produtos, deixaram de ver seus filhos e netos transferirem-se para os grandes centros à procura de melhores oportunidades. A abertura de novos mercados significou para eles não só melhores condições de vida como também assegurou a sobrevivência de suas memórias.

No contra-fluxo da serialização iniciou-se um processo de valorização da diversidade e da busca por saberes e técnicas singulares. Segundo Estrada³⁵, vivemos um momento de valorização da diferença, em que cresce o interesse pelo caráter peculiar de certas culturas e objetos. Isto não significa, no entanto, que a reprodução de um saber-fazer deva estar presa a um passado arcaizante, que garanta a autenticidade de uma tradição. Pelo contrário, o futuro de culturas como esta está justamente na capacidade de se articular uma densidade histórica aos novos significados adquiridos, de acordo com as novas relações e práticas sociais. Para Canclini (1994:112), “*toda cultura é resultado de uma seleção e de uma combinação, sempre renovada, de suas fontes*”.

Respeitar estas diferenças poderia ser traduzido por considerar-se nossas múltiplas singularidades e nisso voltamos a aproximar Foucault e Huyssen (2000) que, refletindo acerca das memórias vividas, afirma serem elas fundamentais “*para construir futuros locais diferenciados num mundo global*”³⁶. Foucault (1979), por sua vez, preferiu denominar estas relações singulares dos indivíduos com o poder de *processos de criação de si*³⁷, ou seja, os processos de subjetivação que encontram lugar nos interstícios das regras, na deriva, na zona de indeterminação bergsoniana, criando uma dobra sobre o biopoder imperial.

Nestes processos de subjetivação dos espaços em que vivemos e dos objetos com os quais lidamos se apresentam formas de resistência aos assujeitamentos do poder que incluem não somente uma oposição da singularidade à multidão-massa amorfa desterritorializada,

mas também um agarrar-se à potente força desta multidão para promover mudanças, dobras criativas na produção de novos modos de existência.

Aliando multiplicidade à singularidade na criação, no design de artefatos e na construção subjetiva dos espaços, estaremos vivenciando o mar de forças que é a vontade de potência de que nos falou Nietzsche de uma forma positiva, criadora e libertadora. É preciso, porém, compreender que neste jogo do mundo as forças são dinâmicas, múltiplas e estão em constante mudança.³⁸

Assim, a globalização se torna não só uma ferramenta eficaz para compreender o momento em que vivemos, mas também um modo de permitir criações libertadoras e garantir a construção de memórias futuras. Segundo Barrenechea (2000), em Nietzsche a liberdade encontra seu paradigma na arte, pois “*é na atividade artística que o homem exprime suas mais profundas forças, atingindo o que lhe é próprio; a libertação se produz na criação de novas avaliações, no processo lúdico de fazer e desfazer formas*”.³⁹

Por isso, não se trata de propor um retrocesso na utilização de ferramentas tecnológicas, mas de recordar que estas tecnologias não substituem o pensamento vivo, humano. Trata-se de colocar o poder de persuasão da tecnologia a serviço da imaginação humana. Além disso, Lévy (1993) considera que a construção de memórias futuras deve passar pelo esquecimento:

*Ainda é necessária, portanto, uma memória humana singular para esquecer os dados dos bancos, as simulações, os discursos entrelaçados dos hipertextos (...). Para inventar a cultura do amanhã, será preciso que nos apropriemos das interfaces digitais. Depois disso, será preciso esquecê-las.*⁴⁰

Em suma: as dobras do poder no design de artefatos podem igualmente desdobrar espaços imaginários que interpelem os indivíduos a responder afetivamente aos objetos de uso cotidiano, a promover intervenções subjetivas, rememorações criadoras, implantar novos olhares sobre seus objetos e espaços, e fabricar um espaço futuro poético e sensível à multiplicidade humana. Ademais, Guattari (1992) propõe que o futuro das cidades deva caminhar em direção à **re-singularização**:

*(...)trata-se de saber se essa nova disponibilidade poderá ser convertida em **atividades de produção subjetiva individual e coletiva** relativas ao corpo, ao espaço vivido, ao tempo, aos devires existenciais concernentes a **paradigmas ético-estéticos**. E desse ponto de vista, eu o repito, as escolhas da arquitetura e do urbanismo se colocarão com uma cidade particular, em um **cruzamento particularmente sensível**.*⁴¹

Atualmente, o fazer artesanal se abre a uma dupla perspectiva da memória - a que transmite as tradições do passado através de um saber-fazer, e a que se volta para o futuro, através da criação. O

design, por sua vez, pode funcionar como mediador e conector do local com o global e o designer como ator de pesquisa para a inovação entre tecnologia e modelos culturais. A memória do futuro, assim, estará articulada ao esquecimento criativo, podendo auxiliar na reconciliação entre passado, presente e futuro. Uma memória como trilha aberta ao porvir, onde do já gasto se abrem novas possibilidades de realização humana, de transformação e de recriação constante daquilo de que somos feitos, em toda a sua multiplicidade.

NOTAS

¹ CASTRO, Eduardo Viveiros de. **O mármore e a murta**: sobre a inconstância da alma selvagem - e outros ensaios de antropologia. São Paulo, Cosac & Naify, 2002, p.184.

² Idem, p.185.

³ Idem, p.195.

⁴ Idem, p.206.

⁵ Idem, p.209.

⁶ Idem, p.220.

⁷ Citação encontrada em BAUMAN, Zigmunt. **Globalização – As conseqüências Humanas**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1999, p.86.

⁸ Idem, p.85.

⁹ Idem, p.86.

¹⁰ KURZ, Robert. **Parábolas do meio-irmão**. Texto publicado no jornal virtual *Folha de São Paulo*, Caderno Mais, colhido em 01/06/03.

¹¹ HUYSSSEN, Andréas. **Seduzidos pela memória**. Rio de Janeiro, Aeroplano, 2000, p.32.

¹² Idem, p. 35.

¹³ GONDAR, Jô. Lembrar e esquecer: desejo de memória. In: **Memória e Espaço**. Rio de Janeiro, 7 Letras, 2000, p.36.

¹⁴ BARRENECHEA, Miguel Angel. **Nietzsche e a liberdade**. Rio de Janeiro, 7 Letras, 2000, p.53.

¹⁵ Idem, p.68.

¹⁶ NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. In: **Projeto História** n.º.10 Revista do programa de estudos pós-graduados em História e do departamento de História. São Paulo, 1993.

¹⁷ Idem, p. 42.

¹⁸ Idem, p.41.

¹⁹ Idem, p. 41.

²⁰ FOUCAULT, Michel. Nietzsche, a genealogia e a história. In: **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro, Graal, 1979, p.18.

²¹ Idem, Ibidem.

²² KELLEY, Tom. **A arte da inovação**. São Paulo, Futura, 2001, p.42.

²³ MORGAN, Conway Lloyd. **Stark**. Milão, Editora RCS Libri SpA, 1999.

²⁴ KANDINSKY, Wassily. **Lo spirituale nell'arte**. Milão, Editora SE SRL, 1989, p.88.

²⁵ SOUZA, Pedro L. P. de. **Notas para uma história do design**. Rio de Janeiro, 2AB, 2001, 3ª edição. São comumente considerados objetos de design aqueles produzidos após a Revolução Industrial, ou seja, produtos que utilizem processos decorrentes de algum desenvolvimento tecnológico. As origens do artesanato estariam num período anterior a este, então por muitos autores é considerado pré-design pois possui outras características que o termo ganhou ao longo de seu uso.

²⁶ Idem, p.85.

²⁷ Idem, p.55.

²⁸ MORGAN, Conway Lloyd. **Stark**. Milão, Editora RCS Libri SpA, 1999, p. 42.

²⁹ Idem, p. 35.

³⁰ Idem, p. 33.

³¹ Idem, p. 71.

-
- ³² Idem, p. 79.
- ³³ Idem, p. 60.
- ³⁴ Idem, p. 70.
- ³⁵ ESTRADA, Maria Helena. **Uma inversão do olhar**. www.arcdesign.com.br, colhida em 14/03/03.
- ³⁶ HUYSEN, Andréas. **Seduzidos pela memória**. Rio de Janeiro, Aeroplano, 2000, p.37.
- ³⁷ FOUCAULT, Michel. Nietzsche, a genealogia e a história. In: **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro, Graal, 1979, p.18.
- ³⁸ BARRENECHEA, Miguel Angel. **Nietzsche e a liberdade**. Rio de Janeiro, 7 Letras, 2000, p.70.
- ³⁹ Idem, p.77.
- ⁴⁰ LÉVY, Pierre. Os três tempos do espírito: a oralidade primária, a escrita e a informática. In: **As Tecnologias da Inteligência. O futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro, Editora 34, 1993, p.132.
- ⁴¹ GUATTARI, Felix. Espaço e Corporeidade. In: **Caosmose; um novo paradigma estético**. Rio de Janeiro, Editora34, 1992, p.165. Grifos nossos.

BIBLIOGRAFIA

- BARRENECHEA, Miguel Angel. **Nietzsche e a liberdade**. Rio de Janeiro, 7 Letras, 2000.
- BAUMAN, Zigmunt. **Globalização – As conseqüências Humanas**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1999.
- CANCLINI, N. Garcia. O Patrimônio cultural e a construção imaginária do nacional. **Revista do Patrimônio Histórico Artístico Nacional**, n.23, 1994.
- CASTRO, Eduardo Viveiros de. **O mármore e a murta: sobre a inconstância da alma selvagem - e outros ensaios de antropologia**. São Paulo, Cosac & Naify, 2002.
- ESTRADA, Maria Helena. **Uma inversão do olhar**. www.arcdesign.com.br, colhida em 14/03/03.
- FOUCAULT, Michel. Nietzsche, a genealogia e a história. In: **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro, Graal, 1979.
- GONDAR, Jô. Lembrar e esquecer: desejo de memória. In: **Memória e Espaço**. Rio de Janeiro, 7 Letras, 2000.
- GUATTARI, Felix. Espaço e Corporeidade. In: **Caosmose; um novo paradigma estético**. Rio de Janeiro, Editora34, 1992.
- HARDT, Michael. A sociedade mundial de controle. In: Alliez, Eric. **Gilles Deleuze: uma vida filosófica**. São Paulo: Editora 34, 2000.
- HARDT, Michael e NEGRI, Antonio. **Império**. Rio de Janeiro, Record, 2001.
- HUYSEN, Andréas. **Seduzidos pela memória**. Rio de Janeiro, Aeroplano, 2000.
- KANDINSKY, Wassily. **Lo spirituale nell'arte**. Milão, Editora SE SRL, 1989.
- KELLEY, Tom. **A arte da inovação**. São Paulo, Futura, 2001.
- KURZ, Robert. Parábolas do meio-irmão. Texto publicado no jornal virtual **Folha de São Paulo**, Caderno Mais, colhido em 01/06/03.
- LÉVY, Pierre. Os três tempos do espírito: a oralidade primária, a escrita e a informática. In: **As Tecnologias da Inteligência. O futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro, Editora 34, 1993.
- MORGAN, Conway Lloyd. **Stark**. Milão, Editora RCS Libri SpA, 1999.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. In: **Projeto História** n°.10 Revista do programa de estudos pós-graduados em História e do departamento de História. São Paulo, 1993.

SOUZA, Pedro L. P. de. **Notas para uma história do design**. Rio de Janeiro, 2AB, 2001, 3ª edição.

Artigo remetido em 02/10/2011. Aprovado em XX/XX/2011.

Mariane Garcia Unanue

Mestre em Memória Social(UniRio-2005), Arquiteta e Urbanista(UFJF-1998), Pós-graduanda em Marketing e Negócios(UFJF). Estudou Design de Interiores em Florença, Itália(Art-E School -2001), onde também trabalhou no escritório de arquitetura CSPE. Lecionou no curso de Arquitetura e Urbanismo (UFJF, entre 2002 e 2008) disciplinas de Projeto e Teoria da Arquitetura. Foi sócia no Omni Studio Arquitetos (2004-2011), onde desenvolveu diversos projetos de arquitetura e interiores e lecionou cursos de extensão na área de Design de Interiores. Foi consultora em design de lojas para o SEBRAE-MG(2009-2011). Atualmente é coordenadora do curso superior de graduação tecnológica em Design de Interiores do CES-JF e professora no curso de Arquitetura e Urbanismo da mesma instituição, onde leciona disciplinas de Projeto.

marianeunanue@hotmail.com