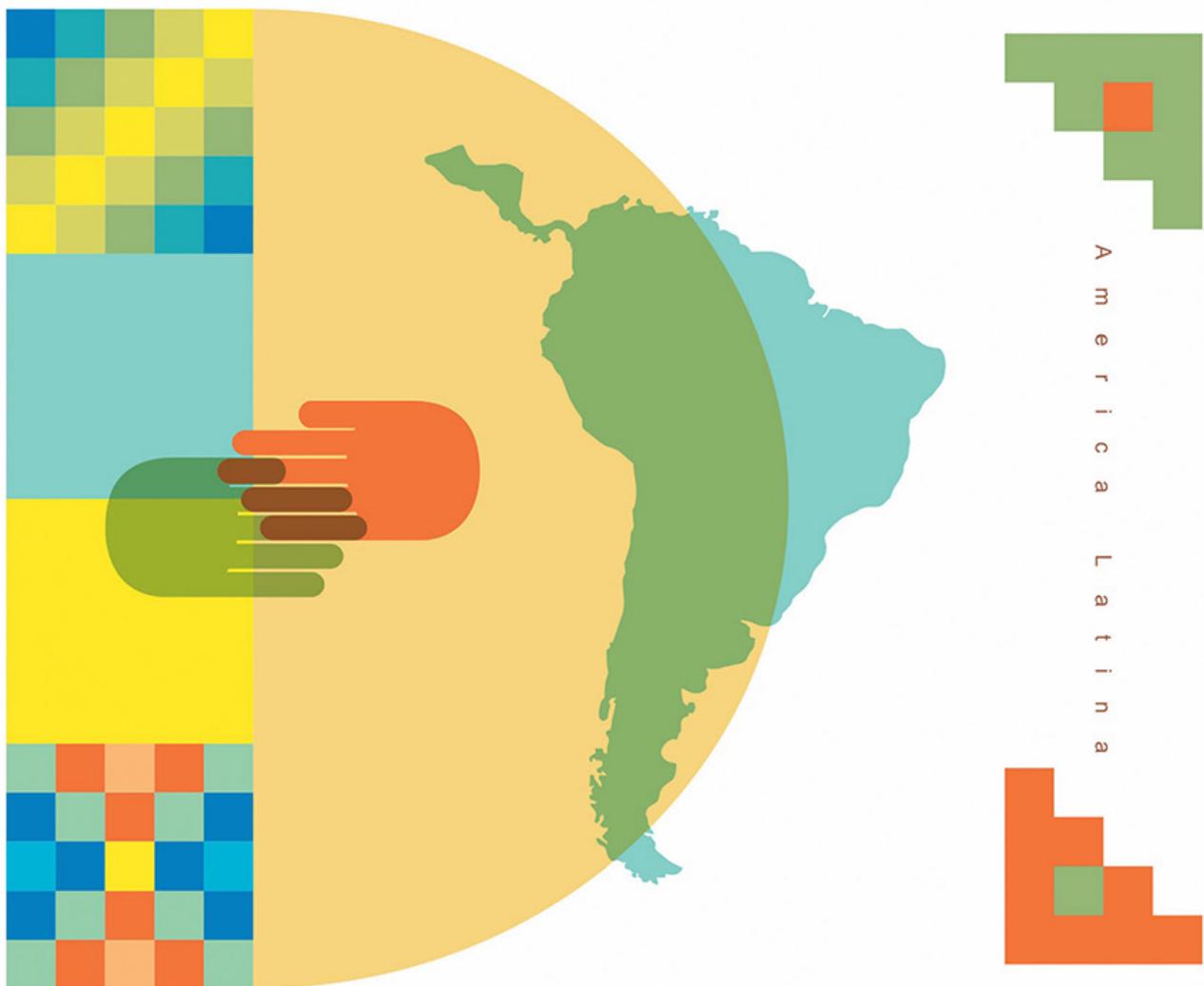


Miwako Suzuki

ATIVIDADES DE DESIGN COMO CAPITAL CULTURAL

novas tendências nos países latino-americanos



Atividades de design como capital cultural: novas tendências nos países latino-americanos

Miwako Suzuki

2020

Conteúdo

Introdução

Capítulo 1 – O pensar da América Latina e o novo arcabouço

1.1 Retornar ao ponto de vista de William Morris

1.2 Para o arcabouço de uma teoria interdisciplinar

1.3 O design como capital cultural

1.4 Por que a América Latina?

Capítulo 2 - Brasil: A união do design com o artesanato

2.1 Um país com potencial e dificuldades

2.2 O florescimento do mundo do design

2.3 O que a ativação do artesanato proporciona

2.4 Políticas de promoção relacionadas à artesanização do artesanato

2.5 As possibilidades do design com a artesanização

2.6 As políticas para o design baseadas na regionalidade e na diversidade

Capítulo 3 - Costa Rica: os designers empreendedores

3.1 O desenvolvimento e a diversificação exigida pela indústria nacional

3.2 A diferença entre a procura e a oferta dos designers

3.3 Os designers que empreendem no mundo da moda

3.4 O significado da atividade do design associada ao empreendimento

3.5 O motivo de ser a área da moda

3.6 O potencial da atividade do design gerada pelo empreendimento

3.7 Pensar a abordagem, do campo de atuação ao planejamento político

Capítulo 4 - Argentina: usufruindo as redes sociais

4.1 Pensar o arcabouço do capital social e do capital cultural

4.2 Da crise financeira para a promoção das indústrias criativas

4.3 A contribuição das áreas do design que se fortalecem

4.4 O progresso do Networking

4.5 As redes mudarão a atividade do design

4.6 A utilização democrática do capital cultural

4.7 Os quatro pontos de vista para pensar a política

4.8 A cidade criativa e a democratização da atividade do design

Capítulo 5 - O modelo de mudança para uma sociedade sustentável

5.1 Criando uma estrutura de circulação sustentável a partir da atividade do design

5.2 Pela individualização e democratização da política de design

Conclusão

Posfácio

Aditamento para publicação da versão em português

Bibliografia

Sobre a autora

Créditos

Introdução

Este livro aborda as práticas do design na América Latina, partindo de exemplos no Brasil, Costa Rica e Argentina. No Brasil, na cidade de São Paulo, a designer Silvia Sasaoka criou a *Straat* onde desenvolve projetos de artesanato juntamente com os artesãos de regiões rurais e periferias urbanas. Na Costa Rica, a designer industrial Lucrecia Loría criou uma marca de sandálias na qual ela mesma desenha e produz em uma pequena fábrica da vila com aproximadamente dez funcionários. Na Argentina, Beatriz Galán, professora de design industrial na Universidade de Buenos Aires criou uma rede chamada *RED* (rede). E Luciano Cassisi, designer gráfico e administrador da FORO ALFA aproveitou-se da web 2.0 e criou uma plataforma de troca de ideias relacionadas ao design.

Por que devemos nos atentar mais às atividades relacionadas com os designers? Qual é a semelhança entre eles? A resposta para essas perguntas é: “O potencial do design para mudar a sociedade”.

No Brasil, assim como a *Straat* de Silvia Sasaoka colabora com diversas ONGs e cooperativas de artesãos, muitos designers criam suas próprias empresas sociais ligadas à produção de artesanato. A América Latina é uma região que apresenta muitos problemas sociais como a desigualdade e a pobreza. Em contrapartida, é cada vez mais crescente a participação dos cidadãos, os setores sem fins lucrativos, os movimentos sociais e a busca por uma nova forma de desenvolvimento. Para os designers a produção artesanal é atrativa não apenas por possuir qualidades que a produção em massa não apresenta, mas principalmente porque enxergam nela um potencial para solucionar os problemas sociais. Ao somar o design e seu potencial à produção artesanal, o resultado seria uma manufatura que geraria renda, permitindo as regiões carentes prosperarem.

No Brasil, o alinhamento da produção artesanal com as políticas sociais e o desenvolvimento regional gerou vários resultados e um exemplo é o mercado artesanal que já atingiu 2,8% do PIB ou aproximadamente 11 bilhões de dólares.

A prática artesanal colaborativa com os designers, não é apenas uma forma de revitalizar a própria prática, mas também é uma forma de incentivar as pequenas e médias empresas, proporcionar a ativação regional, a diminuição da desigualdade regional e social, a geração de empregos e a diversificação da indústria. E ainda, promover a transmissão e evolução das culturas, a recuperação da identidade cultural, a manutenção da diversidade cultural, o fortalecimento do poder civil e a redução dos problemas ambientais. Ao unir o design com o artesanato, se cria um certo impacto na percepção e na execução do designer: a incorporação do artesanato tradicional com uma técnica manual acabou se tornando uma identidade da moda brasileira, abrindo novos horizontes para as indústrias de vestuário do Brasil. Assim, podemos dizer que o design aliado ao artesanato é um elemento essencial para a sociedade brasileira atual.



Silvia Sasaoka da Straat



Sasaoka em oficina na Associação de produtores de rendas em Morro da Mariana (Foto: Zaida Siqueira)

A Costa Rica é conhecida pela sua diversidade biológica e ecoturismo. Neste pequeno país situado na América Central, quando se trata de indústrias manufatureiras são as indústrias ligadas ao capital externo, como as de vestuário e circuitos elétricos. Apesar da estrutura industrial não valorizar o design, designers como Lucrecia Loría escolheram o caminho de criar o seu próprio negócio, participando desde a criação do produto até a venda. Ao combinar o design com os negócios, o próprio designer é também o empreendedor, garantindo deste modo a alta qualidade e a identidade única do design, além de abarcar os aspectos do capital e da técnica, gerando assim uma relação de benefício mútuo. As atividades corporativas orientadas pelo design, possuem como especialidade a fabricação de produtos únicos e a independência do capital estrangeiro. Apesar de sua menor escala, estão ligadas à ativação das pequenas e médias empresas e à diversificação das indústrias. E à mudança no sistema de produção e de gastos, até então controlado pelo capital estrangeiro. Além disso elas podem criar uma estrutura que possibilita a formação da sua própria cultura, resultando em maior autonomia e diversificação cultural.

Em 2005 a cidade de Buenos Aires, capital da Argentina, foi nomeada pela rede global de cidades criativas da UNESCO como a cidade do design. Porém em 2001 este país sofreu uma das maiores crises econômicas do mundo, levando os designers a passarem por um inevitável jogo de sobrevivência. No meio desse declínio econômico e social, a participação ativa dos designers usando as redes sociais foi a força motriz para a recuperação do país. Beatriz Galán, por exemplo, transformou a crise em uma oportunidade para resolver os problemas sociais e desenvolver as práticas de design nas comunidades, criando uma rede de comunicação que possibilita a troca de estudos empíricos além das fronteiras. Através dessas redes foram difundidas práticas de design social na sociedade, difíceis de realizar isoladamente, como melhorias nas favelas, cooperação na produção de produtos de empresas sociais e projetos para os socialmente vulneráveis e as pessoas portadoras de deficiência.

Na Argentina há encontros anuais para troca de estudos e experiências que reúnem aproximadamente 8.000 pessoas e

existe também um networking além das fronteiras. O FORO ALFA criado por Luciano Cassisi, já em 2011 conseguiu atingir mais de 100 mil participantes nacionais e internacionais na comunidade inovadora de jornalismo de design (*design journalism*). As pessoas ligadas ao design estão criando uma ampla cooperação solidária. Mas a mudança mais surpreendente foi o networking do designer independente que se tornou empresário. Um grupo de designers fundou um bairro concentrado de marcas famosas chamado Palermo Soho, que atualmente é conhecido também como um dos pontos turísticos do país. O impacto que os designers geraram nas indústrias e na sociedade é tão grande a ponto de conseguir provar o valor existencial do design sob diversos aspectos. Na Argentina o *network* é um instrumento de amplificação da força do design e um fator de democratização das atividades contribuindo assim para a recuperação da sociedade e das indústrias.

No Japão não chegam muitas informações sobre o assunto, porém a América Latina por não praticar o design convencional é conhecida como “região desenvolvida” em design alternativo. Atualmente as pessoas ligadas ao design na AL estão transformando a sociedade através do design. Neste cenário, existe uma sociedade instável carregada dos problemas típicos latino-americanos, sendo assim os próprios designers também precisam enfrentar as dificuldades e as limitações. As pessoas que trabalham com design possuem um certo estímulo para as reformas sociais, dessa forma elas aproveitam esta situação de dificuldade socioeconômica para a aplicação do design nas atividades de ONG e empresas sociais, nos movimentos sociais, na política e redes sociais, tecnologias de informação e comunicação, possibilitando assim a sua expansão.

Cada prática do designer que traz uma mudança para a sociedade, pode ser vista como uma mudança para uma sociedade sustentável, que está relacionada a um tema bem amplo. Neste livro utilizo a América Latina como exemplo para apontar por fim o que o design pode proporcionar para a construção de uma sociedade sustentável.

O conceito de sociedade sustentável é muito vago e amplo, e no Japão ainda não existe nenhuma pesquisa ou prática de

design relacionado diretamente a este tema. Porém, observando a situação exclusiva do Japão, podemos dizer que este não é apenas um ideal e sim uma situação inevitável a se abordar, e para alcançar uma sociedade sustentável é essencial a mudança social. Podemos dizer que o Japão aspira as mudanças sociais através de práticas de design no modelo latino-americano. É claro que por causa das diferenças econômicas, industriais, sociais e da qualidade de vida, elas não poderão ser aplicadas exatamente da mesma forma. Porém, o exemplo dos designers latino-americanos que enfrentaram graves crises e dificuldades, resulta em muitos aprendizados que servem ao Japão na construção de uma sociedade sustentável através das práticas de design.

No primeiro capítulo examinaremos as atividades de design e faremos um levantamento das novas estruturas e abordagens. Para conceber qual seria idealmente a atividade do design na reformulação de uma sociedade para a sustentabilidade, é necessário adotar abordagens não adotadas até o momento. Essas abordagens permitirão demonstrar o potencial multifacetado do design. Por este motivo incluímos neste livro alguns conhecimentos de economia da cultura, principalmente o conceito de capital cultural segundo David Throsby como base para situar o processo de design como um capital cultural imaterial. A palavra design inicialmente possui dois significados: um vem do verbo “to design” (desenhar, projetar, no idioma inglês) e o outro do substantivo “design” (projeto). Neste livro o foco será no verbo, na ação do design, desta forma vamos captar o design como um capital cultural imaterial. Ao utilizar o capital cultural ou, dependendo da forma de utilização do capital cultural, pode-se mudar um meio social e contribuir para a construção de uma sociedade sustentável. Ao considerar o design como capital cultural é possível descrever a situação.

No capítulo 2, serão abordados o design brasileiro e a ligação com o artesanato, no capítulo 3 os negócios dos designers na Costa Rica, e no capítulo 4 serão levantados alguns exemplos da Argentina de práticas em torno do *networking* por pessoas relacionadas ao design. A partir destes três exemplos gostaria de evidenciar como as ações do design conseguem mudar as

situações ao redor incluindo as ligações com as políticas públicas e o cenário social.

No capítulo 5, tendo como base os resultados das análises obtidas dos três exemplos anteriores, apresento as funções e as possibilidades que o design deve promover para a formação de uma sociedade sustentável. Será investigado o caminho que o design deve tomar tendo como referências algumas teorias alternativas socioeconômicas, a teoria das cidades criativas proposta por Masayuki Sasaki, a teoria do decrescimento defendida por Serge Latouche e a economia solidária, que se expande cada vez mais na América Latina. Além do mais, mostrei sistematicamente modelos de políticas que tiveram importante papel na reformulação através do design, organizando os resultados obtidos nos estudos de caso.

Capítulo 1 – O pensar da América Latina e o novo arcabouço

1.1 Retornar ao ponto de vista de William Morris

O problema da desigualdade divide setores em “ganhadores” e “perdedores”, desemprego e pobreza, e provoca o despovoamento de áreas rurais, esvaziamento das oficinas domésticas, falência das pequenas e médias empresas, decadência dos comércios e indústrias locais, saturação dos produtos, regressão do seguro social e desastres naturais frequentes. O Japão passou a sentir na pele a necessidade de mudanças no cotidiano, nos limites e na produção do sistema socioeconômico atual. O país, que sempre ambicionou o desenvolvimento da tecnologia e o crescimento econômico, foi um dos mais influenciados pelos benefícios da modernização e da globalização. Até em tecnologias ambientais o Japão é um dos líderes mundiais. Porém até mesmo neste país, existem problemas que não conseguem ser controlados com a tecnologia e o sistema socioeconômico atual. Especificamente o sismo e o tsunami na região de Tohoku em março de 2011, expôs de forma bem nítida a impraticabilidade de um sistema sustentável no país. Os danos causados pelo sismo, incluindo os problemas com as usinas nucleares, trouxe aos japoneses uma oportunidade de refletirem sobre a vida e a forma de produção e foi de fato o momento de reconfirmar a necessidade de mudanças para a formação de uma sociedade sustentável.

Apesar de já terem se passado alguns anos desde que o desenvolvimento sustentável¹ se tornou um assunto importante para a humanidade, na realidade não houve muitas melhoras no meio ambiente, estão aumentando os riscos de crise e as obstruções para futuro da humanidade. Assim como ficou claro na Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável de 2002 (Rio+10), também se observa na situação do Japão que o obstáculo do desenvolvimento sustentável se deve à inter-relação

e a complexificação de uma série de questões. Pode-se dizer que há demanda por práticas que visam a mudança para uma sociedade sustentável em diversos aspectos: econômico, social, ambiental e cultural².

Uma série de atividades de design, como design industrial, design gráfico e design de moda estão influenciando diretamente nossas vidas, exigindo um novo caminho a seguir, que tenha como pré-requisito as multifaces da sustentabilidade. Por outro lado, a atividade do design, independentemente de ser em país desenvolvido ou em desenvolvimento, está sendo cada vez mais notada também como uma indústria criativa. No contexto dessa mudança na estrutura industrial, aumentam os países que dão importância à ação do design como sendo um fator de estratégia nacional e uma força para impulsionar a economia. Porém, em meio a modernização e a globalização, há a possibilidade de o próprio design gerar consumo excessivo e poluição ambiental, a regressão da diversidade e da regionalidade do design com a homogeneização dos produtos e de sobrecarregar mais a sociedade, a cultura e o sistema ambiental. Existe o perigo de, dependendo como for a atividade do design, não evitar a manifestação e o agravamento dos problemas e das dificuldades atuais. Ou seja, qual papel deveria caber à atividade do design, que influencia atualmente de uma forma bem ampla a vida das pessoas e a produção, para a formação de uma sociedade sustentável? Que tipo de função do design deve ser promovida? Pode-se afirmar que cada vez mais a maneira de fazer design será questionada.

Contudo, para estudar como o design pode atuar existe uma limitação cuja razão principal é que a atividade do design é estabelecida por um certo padrão ou sistema, que impede a facilidade de mudança da sua função ou seu significado. Um outro limite a considerar nos estudos sobre o design é que a discussão desta atividade não pode ser restrita apenas ao design de uma região. O design moderno que funcionou como promotor da modernização, tem sido subordinado ao sistema econômico, e no Japão isso é mais notável ainda. Para examinar a ação do design do ponto de vista da formação de uma sociedade sustentável, faz-se necessário considerar esta ação em relação

aos vários sistemas, especialmente aos sistemas econômicos. O design, em meio a globalização e a modernização, conseguiu mudar aos poucos as funções da produção em massa, do consumo, da promoção das exportações, na diferenciação e na agregação de valores aos produtos, porém, simultaneamente ele é compreendido basicamente como um elemento do sistema econômico e uma ferramenta para o crescimento econômico. Na comercialização dos produtos são priorizados aqueles mais vendidos o que pode acarretar a homogeneização e conseqüentemente a saturação e assim a própria sustentabilidade poderá ameaçar a ação do design. Como aponta Kashiwagi, um crítico e historiador do design, “após a modernização o design que fazia parte do sistema social foi assumido pelo sistema econômico” (KASHIWAGI, 2002a, p.13-14), e “foi inevitável se firmar com o sistema capitalista” (KASHIWAGI, 2002b, p.60). Poder observar em que sistema e contexto foi formado, ao olhar a história do design moderno, poderá oferecer diversos pontos de vista ao se pensar nas funções futuras e nos significados do design.

William Morris que foi o ponto de partida do design moderno, desenvolveu o seu próprio design a partir da crítica às contradições existentes na sociedade capitalista após a revolução industrial, tendo como objetivo a “humanização do trabalho” e a “arte no cotidiano”. Os ideais e as práticas de Morris criaram o movimento “Artes e Ofícios” (*Arts and Crafts*) que posteriormente influenciou o design das gerações futuras, mas o foco era o design para a produção em massa devido à modernização e à industrialização.

Em 1907 em Munique, empresários, críticos, arquitetos e designers juntaram-se e fundaram a Associação Alemã de Artesãos ou Arte Nova Alemã, com o objetivo de melhorar a oferta e a qualidade dos produtos alemães, e a partir da consolidação da tecnologia, introduzir a normalização e a padronização na produção. Isso ocorreu com a união da arte e da indústria, e pela necessidade da massificação do design, “Isto visto como resultado de parte da política de desenvolvimento da Alemanha” (KASHIWAGI, 1998, p.54). Em 1919 em Weimar, Walter Gropius fundou a escola modelo Bauhaus, e suas ideias e

práticas posteriormente se tornaram determinantes para o ensino de design. Várias atividades de design foram desenvolvidas através dos movimentos de arte e das atividades em ateliê, mas, como o modelo da Bauhaus era baseado no uso do sistema de tecnologia mecânica, foi se direcionando e se expandindo também para o funcionalismo. “Tendo a tecnologia das máquinas como contexto, o trabalho da Arte Nova Alemã até alcançar a formação da Bauhaus foi impulsionar um outro projeto moderno que acreditava que o homem seria liberto com as novas tecnologias.” (KASHIWAGI, 1998, p.52).

Em 1944 foi inaugurado o Conselho de Design Industrial que posicionou a atividade do design em meio à política nacional de promoção de exportação, primeira vez que se criou esse tipo de órgão promotor no mundo, e que mais tarde influenciou as políticas dirigidas ao design de vários países. Paralelamente, nos EUA, durante a industrialização que posteriormente ficou conhecida como fordismo, a partir de meados de 1920 ocorre o aumento da atividade dos designers industriais. Tendo como objetivo vender mais os produtos, cada país colocou em prática o design para acelerar o consumo excessivo. “A propaganda funciona para inserir nossos desejos dentro do sistema da economia de mercado” (KASHIWAGI, 2002b, p.86), a atividade do design contribuiu para o lucro dos produtores e o reforço do sistema da economia de mercado. Com o progresso da economia de mercado, o marketing se tornou um importante princípio de gestão de empresas, e teve como objetivo a agregação de alto valor aos produtos através do design. O design contribuiu para a venda de novos produtos promovendo a mudança nos modelos e a renovação nas aparências.

Em meio a mudanças notáveis na economia de informação e pós-industrialização dos países desenvolvidos, usa-se o design como ferramenta de diferenciação, marca do estilo pós-modernista de 1980. O que chamava atenção era a criação da marca, o design era responsável pela distinção dos produtos, tendo como base o consumo de informação. Mas por outro lado, a diferenciação dos produtos gerou a padronização. Ao analisar a atividade do design, pode-se afirmar que o pós-modernismo não

foi um movimento que superou as contradições do modernismo, mas sim as agravou.

Enquanto o liberalismo e a globalização avançavam, a atividade do design como indústria criativa e cultural estava tendo cada vez mais destaque. A questão dos países desenvolvidos era lidar com a falha das políticas do estado de bem-estar social e a conversão para uma sociedade da informação e do conhecimento. Sendo a Inglaterra a primeira promotora das indústrias criativas, seu esforço é visível não somente nos países desenvolvidos como também nos países emergentes e em desenvolvimento. Além do mais, destaca-se o design por ser considerado como um fator importante para a inovação, e a habilidade do estado nesta área tende a ser notada cada vez mais. No início de 2003, o Instituto de Pesquisa Econômica da Nova Zelândia (NZIER) apresentou “Construindo um case de valor agregado através do design” (*Building a case for added value through design*), GLOBAL DESIGN WATCH A DESIGNIUM (Universidade de Alvar Aalto em Helsinque 2006), apresentou a pesquisa de índice de design feito pela Autoridade Dinamarquesa de Empresas e Construções da Dinamarca (DEACA) em 2007. E o Relatório de Competitividade do Design do Estado 2008 pelo Instituto Coreano de Promoção de Design (KIDP), entre outras publicações, promoveram a indexação e o ranking de habilidades em design em classificação mundial, tendo como base a relação da competitividade do estado com a competitividade em habilidade no design. Observa-se desta maneira que a principal atividade do design ainda está mudando apenas dentro da lógica do sistema econômico (referência à Figura 1-1).

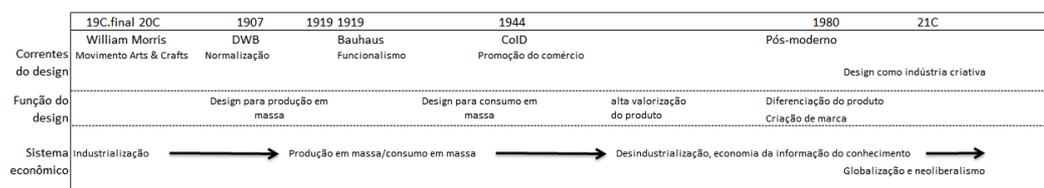


Figura 1-1 As mudanças das correntes do design moderno, função do design e o sistema econômico

O sistema econômico da modernização, principalmente a produção em massa, gerou a massificação do consumo, mas, por outro lado, também possibilitou às pessoas a afluência material.

No entanto, gerou muitos problemas e contradições como a produção excessiva, a uniformização do consumo, pobreza, desemprego, disparidade social, destruição ambiental e exclusão. Em meio ao progresso da globalização, nos últimos anos é notável que até os países desenvolvidos convivam com diversos problemas, apontando para a limitação do sistema econômico atual, e o design aumentará as contradições caso continuar inserido neste contexto. As características que prevalecem desde a época de Morris até os dias de hoje são a priorização de uma economia voltada ao lucro e o conceito de desenvolvimento na orientação de negócios. Por este motivo existe uma distorção no sistema social, cultural e ambiental causando a regressão da sustentabilidade de cada sistema. O papel e o significado das atividades de design são incorporados ao sistema mundial visando o crescimento econômico. Morris confrontou uma grande estrutura econômica (o capitalismo) à qual a atividade do design junta-se para se expandir dentro dela.

Ao superar as limitações do design, os pensamentos e as práticas de Morris nos proporcionam perspectivas importantes até hoje. Morris, como conhecido, não foi apenas um designer e artista, ele participou e expandiu os movimentos socialistas e as associações de restauração, ele reconheceu que a busca pelo lucro dos capitalistas gerava pobreza e dificuldades aos trabalhadores. Ele introduziu nas atividades de design não somente um ponto de vista ético, mas também uma nova perspectiva para a construção da sociedade. Suas críticas contra as distorções do capitalismo, do modernismo e do comercialismo desenfreado se desenvolveram, por um lado, como uma filosofia de design e, por outro, como uma ideologia social. Conforme foi observado “os ideais socialistas de Morris e seus ideais de design são contínuos” (TANITA HIROYUKI, 1997, p.62). Como Fujita Haruhiko (1996) aponta, Morris desejava uma alternativa de design, diferente da modernização da época, ele visava a reforma social a partir do modo de fazer design.

Ao estudar o design, os pensamentos e as práticas de Morris sugerem um ponto de vista que é o de levantar a possibilidade de uma reforma social através da atividade de design. Isso significa que o próprio design ao ter seu papel limitado pelo sistema

circundante pode modificar o sistema ao redor e pode superar as suas limitações. Ou seja, pode se dizer que “a possibilidade de uma reformulação para os fins de uma sociedade sustentável através do design” é uma perspectiva importante para refletir sobre o modo de fazer design que deve ser discutido atualmente. Para que este pensamento faça parte do arcabouço a ser considerado é insuficiente ser discutido apenas na área de design. Assim como Morris posicionou as atividades de design dentro do sistema que queria modificar na sociedade econômica, são necessários estudos das várias perspectivas do sistema, econômico, social, cultural e ambiental que formam as atividades do design.

1.2 Para o arcabouço de uma teoria interdisciplinar

Aqui iremos esboçar a situação atual da área de design, tendo como foco as práticas e as pesquisas avançadas feitas no Japão, como um auxílio para a discussão.

Por ser uma pesquisa sobre o design para a formação de uma sociedade sustentável, aborda-se de início as formas ideais de design alternativo tais como ecodesign e design sustentável. O design sustentável refere-se não apenas a um design do meio ambiente, mas também à sociedade e à economia. *Design for the Real World – Human Ecology and Social Change* (Design para o Mundo Real) de Victor Papanek é uma das referências e a origem das pesquisas sobre design sustentável. Papanek criticava a atividade do design comercial, para ele o design deveria ser uma ferramenta que suprisse as demandas verdadeiras do homem, e para isso seria necessário a interdisciplinaridade. O autor também se refere à responsabilidade social e moral do designer. Em 1995, no *The Green Imperative-Ecology and ethics in Design and Architecture* (Arquitetura e Design. Ecologia e Ética), Papanek critica a situação de priorização econômica que gera o desperdício de recursos e a destruição ambiental e apresenta o design ecológico. Além desses há o *Ecological Design* (1996) de Sim Van der Ryn e Stuart Cowan que reivindicam a necessidade do design sustentável que consegue se unir aos processos naturais diminuindo os impactos destrutivos à natureza. Nos últimos anos Ezio Manzini, da Politécnica de Milão, se destacou com sua pesquisa empírica que considera a importância da inovação social para a sustentabilidade. Manzini, para promover e dar suporte a mudanças que levem à sustentabilidade, criou em 2009 a DESIS (Design de Sistemas para a Inovação Social e Sustentabilidade) uma rede de comunicação que conecta os laboratórios de design (*design labs*) inseridos em escolas

técnicas e faculdades. Em 2003 foi inaugurada a 6ª Conferência de Design da Ásia, em Tsukuba onde foram apresentados temas sobre design sustentável, design universal, design social e design comunitário. Entretanto, as pesquisas de design no Japão têm como foco a metodologia e os estudos de caso de cada área específica do design, por isso são escassas as pesquisas sobre o conceito de design no geral. Diante dessa limitação, estão indicadas abaixo as pesquisas e atividades que representam os estudos do próprio conceito do design.

O Instituto de Design do Japão (Japan Institute of Design³) foi fundado em 1995 em torno de Kenji Ekuan, designer industrial. Ekuan entende o design como denominador, que busca a cooperação e a colaboração interdisciplinares entre as áreas técnicas, as ciências sociais, as humanidades e as ciências naturais. O Instituto é uma organização que planeja não só no Japão mas internacionalmente, destina-se “a contribuir para a formação da cultura da vida no Japão e no mundo, fazendo recomendações criativas para várias questões que exigem colaboração internacional e interdisciplinar que não podem ser trabalhadas individualmente por áreas especializadas, como as questões ambientais, os problemas históricos, culturais, desastres naturais e as questões dos países emergentes”. Em 1996 o Instituto publicou “A visão de futuro do design”, que apresenta de forma sintetizada a discussão de aproximadamente 30 designers nacionais e internacionais de diversas áreas, pesquisadores e empresários, que tem o design como foco principal, sugerindo como deve ser a cultura e a sociedade no próximo século. Ao posicionar o ideal do design incorporado ao ideal de sociedade, podemos compreendê-lo de forma interdisciplinar e assim afirmar que resultou em um novo ponto de vista. No epílogo do livro, Shouji Ekuan – historiador e pesquisador de design – afirma: “o design se uniu à economia, mas questiono se esforça o suficiente para orientá-la”, mostrando a necessidade de redefinição do design. E aponta que “com o processo de modernização, ocorreu a especialização das áreas inseridas no design designando uma conexão recíproca entre elas, de modo que para lidar com os problemas atuais é preciso a colaboração conjunta do design com as diversas áreas da

tecnologia e das ciências ambientais, sociais e humanas”. Em 2009 é publicado o “Redesign de uma sociedade de consumo”. Nesta obra observa-se a mudança de valores ao usar o termo ‘riqueza econômica’ ao invés de ‘riqueza cultural’, apontando a submissão do *redesign* na sociedade de consumo, além de abordar as questões ambientais e pontos de vistas sociológicos difundindo um conteúdo diversificado com várias propostas e argumentos.

Kiyoshi Miyazaki⁴ aborda o design como um dos temas de suas principais pesquisas sobre as práticas e o projeto de desenvolvimento regional endógeno. Fundamental como objeto de pesquisa, foram os estudos empíricos do design que valorizaram os recursos regionais, a análise e estudo dos artesanatos tradicionais e as pesquisas de utilitários ecológicos do cotidiano. Miyazaki realizou várias pesquisas conjuntas do governo municipal com os órgãos públicos e órgãos internacionais como, por exemplo, a “Pesquisa científica sobre as construções de vilas tradicionais de artesanato no Vietnã”, pioneira sobre o tema na Ásia. Seus trabalhos principais são “Diagrama da cultura da palha de arroz” (Hosei University Press, 1995), “A perspectiva e o processo do desenvolvimento regional endógeno” (Japanese Society for the Science of Design, 1993, Journal of the Science of Design), “Artesanatos tradicionais Perguntas e Respostas” (Associação Promotora da Produção de Artesanatos Tradicionais, 1994), “A construção regional baseada no uso dos recursos regionais” (Japanese Society for the Science of Design, 2011, Journal of the Science of Design Vol. 19 N°1). É possível afirmar que é raro ter pesquisas na área de design sobre a importância do design e dos artesanatos tradicionais que valorizam os recursos regionais e tem como premissa o desenvolvimento endógeno.

Fumikazu Masuda⁵ administra desde 2006 a Conferência Internacional de Design Sustentável, o relatório de abertura teve como tema inicial “Difundir de forma sintética os argumentos que compreendem a sustentabilidade não apenas pelo ponto de vista ambiental, mas também inserida no conceito social e no contexto cultural”. Nesta conferência foram apresentados: o envolvimento de empresas com o ecodesign, as pesquisas avançadas e as

práticas sustentáveis de design nos âmbitos nacionais e internacionais, o caso do recolhimento e conversão do lixo pelos moradores de rua do Brasil, o empenho do *Ikejiri Institute of Design*, o esforço do *Sustainable Everyday Project* que visa a inovação social criado pelo professor da Politécnica de Milão Ezio Manzini e relatadas propostas que influenciam o estilo de vida. Em 2008 a 3ª Conferência teve como tema “Empresa social: o empreendedor social e a indústria primária associadas ao design” nos âmbitos “regional e o internacional” para pensar na relação do design com a sociedade a partir do caso de associação do design em âmbito regional, trazendo o debate sobre o consumismo que ampliou as discussões. Através do grupo de estudos da DMN (*Diamond Design Management Network*), uma gestora de empresas de design segmentada, Masuda e Ryouichi Yamamoto, professor do Instituto de Ciência Industrial da Universidade de Tóquio, publicaram em 1999 o “*Eco Design – Best practice 100*”, iniciando e difundindo assim as pesquisas de design sustentável no Japão. Em paralelo, Yamamoto se envolveu ativamente na difusão das práticas de ecodesign e design sustentável nas universidades e nos órgãos relacionados ao design. No seu livro mais recente “*Ecodesign*” (HARUHIKO ASAI e FUMIKAZU MASUDA 2010), aponta as limitações das inovações tecnológicas e afirma que para atingir uma sociedade sustentável é necessário mais do que uma inovação tecnológica, uma inovação social, e neste sentido, apresenta a fronteira do design que funcionará na própria sociedade.

A obra de Yoshiyuki Matsuoka⁶ “O outro Design” (edição de 2008) é o resultado de pesquisas que visam atingir o design alternativo através de novas metodologias. Este livro foi publicado como parte do projeto “*System Design: Paradigm Shift from Intelligence to Life*” e do projeto educacional “*Advanced Design School*”. Nesta obra foi publicado o Programa COE (*The 21st Century Center Of Excellence Program*). Matsuoka observa que a capacidade de suprir várias demandas com o manejo de tecnologias sofisticadas, acarretou, porém, resultados negativos, gerando problemas com a segurança e o meio ambiente. Consequências estas criadas pelo próprio design, e ressalta que a origem do problema está incorporada na metodologia.

Matsuoka investiga a causa destes problemas como sendo a distinção do “design extrínseco” (design industrial) e do “design intrínseco” (engenharia) inerentes à divisão de trabalho e à especialização do design, e afirma a necessidade da síntese de ambos. A engenharia denominada como “design intrínseco” tem a tecnologia como perspectiva, e o “design extrínseco” refere-se ao design industrial que tem a cultura como perspectiva, logo a união e a conciliação desses dois, formaria o “Outro Design”, uma vitalização do design como se entende um sistema vital.

O ponto em comum destes estudos avançados é a reflexão sobre as atividades de design do passado além disso, a postura de encontrar novos papéis para o design a partir de uma perspectiva multifacetada. Por outro lado, pesquisas anteriores apontam para a necessidade de pesquisas empíricas baseadas em um arcabouço teórico interdisciplinar e do estudo de políticas para o design. Na área de design, os debates acadêmicos podem estar mais atrasados comparados às outras áreas, e os estudos relacionados às políticas e pesquisas embasadas no método de abordagem interdisciplinar são poucas na realidade. Sem contar as atividades da Organização de Design do Japão e da Conferência Internacional de Design Sustentável, dentre os vários setores políticos, sociais, econômicos, ambientais e culturais, é pequena a participação na discussão ou no levantamento de como deve ser a atividade do design, e praticamente não existem teses acadêmicas sobre o assunto. Pesquisas relacionadas às novas metodologias como ecodesign e design sustentável são indispensáveis e úteis, mas o que gera os problemas e as limitações no design é o sistema ao redor e a estrutura econômica. Nas pesquisas avançadas da área de design, enquanto se investigam as atividades alternativas de design, tendo temas específicos e metodologias como tema central, não são realizados estudos no ponto de vista interdisciplinar incluindo as relações com o sistema econômico, gerador de contradições na atualidade. Ao mesmo tempo pode-se afirmar que não há debates com diferentes pontos de vista sobre políticas relacionadas ao design.

Para examinar de forma empírica e interdisciplinar como devem ser as políticas e o design e não se prender ao idealismo,

é necessário um alicerce teórico para analisar as práticas e as relações políticas. Ao utilizar um arcabouço teórico interdisciplinar, pode-se pensar que os estudos de design serão mais objetivos.

1.3 O design como capital cultural

Como requisitos para examinar a atividade do design para a formação de uma sociedade sustentável, foram citados anteriormente a necessidade de análises de diversos pontos de vista, para questionar a possibilidade de uma reforma social, e uma abordagem interdisciplinar e empírica. Ao superar as limitações dos estudos será necessária uma nova estrutura teórica para atender aos requisitos.

Como dito anteriormente, o design até os dias atuais foi visto por um viés, apenas como uma ferramenta para o crescimento econômico e para a distinção dos produtos. Porém, o design, que é uma atividade criativa, precisa ser visto também como uma atividade cultural, e sendo um potencial para a formação de uma sociedade sustentável é essencial saber o significado do design como atividade cultural. Até os dias de hoje pode-se dizer que o sucesso do design é medido pelo valor econômico, mas para examinar o design de variados pontos de vista, deve-se questionar a sua função e o seu valor cultural. Para isso, aqui teremos os dois pontos de vista, de um lado o econômico e, do outro, o cultural para uma melhor análise. Com base nos resultados das pesquisas anteriores de economia da cultura, planejo estudar um novo arcabouço teórico.

A economia da cultura (*cultural economics*) junto com a economia ambiental surgem como oposição à economia de facção majoritária. A semelhança entre essas economias é a inclusão de fatores importantes para os seres humanos, que foram truncados na economia tradicional e na teoria econômica tais como vida, cultura e ambiente. Comparando-a com as demais áreas da ciência, pode-se afirmar que é nova, mas sua origem pode ser observada na “Teoria das Artes” de Adam Smith no séc. 18 e John Ruskin na “A economia e política da arte” no séc. 19. Ruskin contrariava a economia utilitarista e tentou sistematizar a economia vital, que dava importância à capacidade

de aproveitar e de criar do homem. William Morris, herdeiro dos ideais de Ruskin como mencionado, desenvolveu o movimento de "Artes & Ofícios" (*Arts & Crafts*) para a "restauração da alienação do trabalho pela arte" e a "ressurreição do trabalho criativo". Em oposição ao atual sistema de produção, cuja busca do lucro expulsou a produção artesanal, e ao desenfreado comercialismo. Morris, responsável pela mudança social, aliou os seus próprios ideais de criação com a reforma social a partir da crítica à sociedade capitalista de (Karl) Marx. Ele visava a humanização no trabalho e a arte no cotidiano. Morris foi tanto o criador do design moderno como também foi o primeiro crítico deste, e é interessante observar também o quanto a sua presença, como a de Ruskin, foi fundamental para a formação da economia da cultura.

O ponto de partida da economia da cultura dos dias de hoje é a publicação de W.J. Baumol junto com W.G. Bowen em 1966 "Artes cênicas: Dilema da arte e da economia". Com base nas análises da indústria das artes cênicas, apontam as externalidades da cultura artística e as contradições geradas pela economia da arte. O resultado da pesquisa confirmou a necessidade do apoio do público à cultura artística. Em 1973 foi lançada a revista da Associação Internacional de Economia da Cultura (ACEI), "*Journal of Cultural Economics*", e em 1979 ocorreu o congresso da ACEI na Inglaterra. No início, os objetivos da pesquisa eram limitados às pesquisas voltadas para o apoio público às artes, porém com o progresso da globalização e o envolvimento na revitalização regional ampliou-se esses objetivos. A partir de 1980, em meio à crise das cidades e regiões devido ao declínio das indústrias manufatureiras na Europa, a relação da economia com a cultura estava recebendo cada vez mais destaque, aumentando as pesquisas relacionadas aos casos de restauração de cidades e regiões com a criação de novas indústrias e mudanças na estrutura industrial. E a partir de 1990, em meio ao paradigma do desenvolvimento com sustentabilidade, foram notórias as abordagens das políticas regionais e urbanas. Com a aceleração e a popularização da Tecnologia de Comunicação e Informação (ICT), foi desenvolvido o mercado cultural em torno da produção de multimídias

acelerando as pesquisas na área da economia da cultura. Nos últimos anos as pesquisas e as práticas sobre as cidades criativas impulsionadas pela economia criativa e cultural estão sendo cada vez mais aplicadas no mundo.

David Throsby, pioneiro na economia de cultura e na política cultural, em 2001 publicou "*Economics and Culture*", onde apresenta o conceito de capital cultural para preencher a lacuna entre economia e cultura. Nesta obra menciona que o capital cultural deveria estar junto com o capital natural, o capital humano e o capital material, estes sempre utilizados pela economia, o ponto de partida do capital cultural. Reconhece a existência de valores culturais que não podem ser substituídos por valores econômicos. O conceito de capital cultural de Throsby é diferente do conceito de capital cultural de Pierre Bourdieu, pois é embasado no valor cultural e por este motivo posicionado dentro da teoria da economia. O conceito de capital cultural de Bourdieu, é explicado em 3 estados: incorporação, objetificação e institucionalização. O que melhor caracteriza o conceito de Bourdieu é o estado de incorporação, que, acumulado, equivale à educação cultural, que posiciona as classes sociais ou que concebe o poder ao proprietário. Aqui discutido do ponto de vista da reprodução cultural. Em relação ao conceito de capital cultural de Bourdieu, Throsby mostra a semelhança deste com o conceito de capital humano da economia. Recentemente surgiram estudos ligando esses dois conceitos de capital cultural como a pesquisa de Shockley⁷. Como o objetivo desta obra é analisar quais as funções e significados que a atividade do design tem para as diversas sustentabilidades do âmbito econômico e cultural, não utilizaremos o conceito de capital cultural de Bourdieu que se refere ao nível subjetivo e ao capital humano; é mais válido utilizar como referência o conceito de capital cultural de Throsby.

O conceito de capital cultural e de valor cultural de Throsby, tem como fundamento os estudos da sintetização entre a cultura e a economia. Nesta obra o autor destaca que os valores culturais e os valores econômicos provêm do capital cultural, e deste modo afirma que, diferente do capital comum, os valores culturais geram os valores econômicos. Também aponta que dentro do capital cultural existe o capital cultural material,

representado por arquitetura e artesanato, e o capital cultural imaterial abrangendo o capital intelectual na forma como as ideias, os costumes e os valores são compartilhados em grupo, e a diferença entre o fluxo e o estoque.

Ao se tentar aplicar ao design o conceito de capital cultural, compreende-se a grande diferença entre o objeto projetado que é o capital cultural material e atividade do design (o ato de projetar, a ação do design) que é o capital cultural imaterial, ambos integram o capital cultural. A atividade do design, ou seja, o fazer design é aplicável ao que Throsby define como o imaterial do capital cultural que corresponde aos “costumes que são compartilhados em grupo (practice)”. Ao considerar que o design, que é um capital cultural imaterial, pode criar produtos que são capital cultural material, por analogia é como a linguagem, capital cultural imaterial, cria obras literárias, capital cultural material. A atividade do design como capital cultural imaterial, ao ser acumulada, poderá formar sistemas e culturas próprias do design, como ocorreu na Itália. Além disso cada produto projetado (design de produto) é um capital cultural material de fluxo que, se acumulado, se tornará um capital cultural material de estoque, como o design e a arquitetura atualmente. Pode-se pensar também, ao mesmo tempo em que a atividade do design (capital cultural imaterial) pode gerar o produto (capital cultural material), os produtos e o design existentes nos dias de hoje (capital cultural material) podem gerar um fluxo de atividade de design. Ou seja, o capital cultural material pode induzir à atividade do design (capital cultural imaterial), e pode gerar também um novo produto de design. Como ocorreu quando foi lançado um novo design de lenços com referência de estampas tradicionais da África, o estoque de capital cultural material conduziu ao uso do capital cultural imaterial, resultando na formação do fluxo do capital cultural material. (Figuras 1-2).

Throsby discute a relação entre o conceito de capital cultural e de sustentabilidade, e aponta os 6 princípios do capital cultural em relação à sustentabilidade. Os 6 princípios podem oferecer uma estrutura mais válida para considerar como deve ser a atividade do design para a formação de uma sociedade sustentável.

O primeiro princípio é o *bem-estar físico e não físico*, o capital cultural gera o lucro físico e o lucro não físico, que ao servirem às pessoas, trazem o aumento da sustentabilidade.

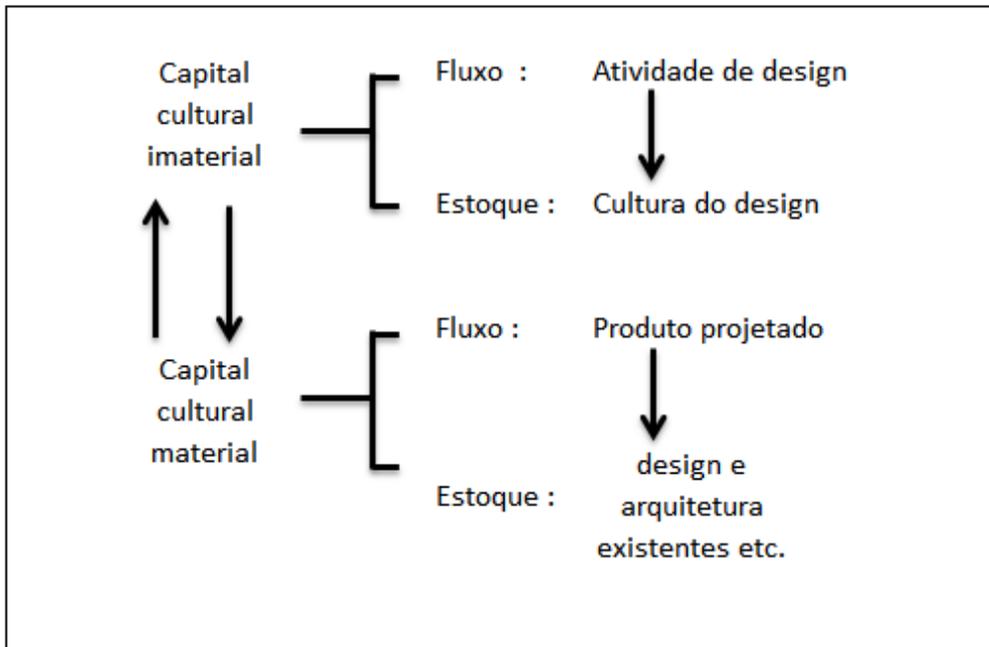


Figura 1-2 Design como Capital Cultural- fluxograma criado pela autora baseado no conceito de capital cultural de "Economia e cultura" de David Throsby (2001)

O segundo é o *princípio da equidade intergeracional e eficiência dinâmica*, este princípio funciona como estoque de capital cultural transmitido de geração em geração. A equidade de acesso ao capital cultural pode ser analisada da mesma forma que a equidade na distribuição intergeracional dos benefícios de qualquer outro tipo de capital. “A questão intergeracional, como um assunto de equidade ao invés de eficiência, tem as mesmas ressonâncias quando aplicada ao capital cultural, como ocorre no contexto dos recursos naturais. Está atrelada à obrigação moral ou ética que deve ser assumida pela geração atual em favor do futuro. Em termos culturais, isso significa assegurar que não seja negado às futuras gerações o acesso aos recursos culturais e que estas não sejam privadas dos alicerces culturais de sua vida econômica, social e cultural, como resultado das ações

imediatistas ou egoístas daqueles que estão vivendo hoje (THROSBY, 2005, pp.96-97)”.

O terceiro princípio, *equidade intrageracional*, afirma “o direito da geração atual à equanimidade no acesso aos recursos culturais e aos benefícios que fluem do capital cultural, vistos através das classes sociais, renda, grupos, categorias de localização e assim por diante” (THROSBY, 2005, p.97).

O quarto princípio é a *manutenção da diversidade*, sendo que a diversidade é uma propriedade importante do capital cultural. O autor equipara a importância da diversidade cultural com a diversidade biológica, para manutenção do sistema cultural. Isto é, a diversidade possui a capacidade de gerar um novo capital, e quanto maior for a variedade dos recursos significa que mais variadas serão as obras de arte geradas, e mais preciosas culturalmente.

O quinto é o *princípio da prevenção*, semelhante ao risco da extinção de espécies na natureza, são decisões que conduzem a modificações irreversíveis, e devem ser evitadas ao extremo, afirma.

E o sexto e último princípio é a *manutenção dos sistemas culturais e reconhecimento da interdependência* que são os princípios básicos da sustentabilidade. Ou seja, significa que qualquer parte do sistema não pode ser independente da outra, assim como o capital natural, o capital cultural irá contribuir para a sustentabilidade a longo prazo. Da mesma forma que a destruição do ecossistema e o esgotamento dos recursos tem como consequência prejuízos na economia e no bem-estar, deixar de apoiar os valores culturais que integram a identidade das pessoas ou negligenciar os investimentos no capital cultural quando o sistema cultural está em perigo, pode ocasionar perdas no bem-estar e na economia, aponta Throsby.

Sendo os 6 princípios a base fundamental da criação das indústrias culturais para a formação de uma sociedade sustentável, assim como ocorre com o capital natural, é necessário atentar para a intensificação do capital cultural. Isso indica que ele pode influenciar em sistemas além da cultura e que a atividade do design necessita de uma análise desse mesmo ponto de vista. Com este propósito, nesta obra a análise foca

principalmente a relação do capital cultural com a sustentabilidade, portanto, citando os conceitos de capital cultural e valor cultural de Throsby como referência teórica.

1.4 Por que a América Latina?

Até então a maioria das pesquisas empíricas da área de design e os estudos de caso eram centrados em países industrialmente avançados e, principalmente para analisar como o design deve ser, o foco era nas regiões desenvolvidas da Europa. Porém o objetivo desta publicação é mirar o modelo da atividade do design que possui uma perspectiva que supera todas as contradições da modernização e da globalização, movimentos voltados para a Europa e a América do Norte. Encontrar o modo ideal da atividade do design que traga novos progressos, diferente de todos outros vistos até hoje. Para isso é necessário novos estudos de caso levantados por novos pontos de vista.

Além dos pontos citados e das análises feitas anteriormente, para estudar como deve ser o design decidi escolher a América Latina no levantamento de casos. Os motivos pelos quais a América Latina atraiu minha atenção estão citados abaixo.

O primeiro motivo é ser a América Latina uma região de dinamização do design alternativo (“Outro Design”). Visa o lucro da sociedade por inteiro e a solução dos problemas sociais: o design social, o design artesanal, o design sustentável, empreendedorismo por designers e atividades de design por empresários sociais e a dinamização do design alternativo, ou seja, existe abundância de casos para serem estudados na perspectiva de como o design pode ser abordado. A maioria das atividades alternativas de design estão sendo criadas conscientemente pelas pessoas nelas envolvidas, visando seu próprio desenvolvimento social. Adélia Borges, jornalista especializada em design e diretora do Museu da Casa Brasileira, no Fórum da Indústria Criativa de 2007 relatou casos de cooperação do design com o artesanato, e mencionou:

“O pensamento principal que nos orienta é a convicção de que o design em países periféricos como o Brasil, com baixa inserção tecnológica e limitado desenvolvimento industrial, não pode nem

deve procurar imitar o (design) dos países desenvolvidos, e sim buscar seus próprios caminhos, baseando-se especialmente na extrema criatividade de seu povo.”⁸

O segundo motivo, está relacionado com o primeiro, na região da América Latina há a dinamização de pesquisas acadêmicas sobre o design alternativo, desta maneira encontra-se um considerável material de pesquisa. Na Argentina, por exemplo, acontece todos os anos um encontro acadêmico com participação de cerca de 8.000 pessoas de vários países e órgãos. E no Brasil, os congressos de pesquisa estão sendo realizados em uma escala de cerca de 1.000 participantes. Como tema para pesquisa há muitos materiais relacionados ao design alternativo, encontros acadêmicos além das fronteiras e há também bastante pesquisa conjunta.

Como terceiro motivo está o fato de políticas para o design organizadas por governos centrais e locais serem notadas, há muitos países que já implementaram essas políticas, e outras ainda sendo estudadas. Há uma quantidade relativamente alta de material sobre as políticas, o que poderá servir para os estudos sobre design.

O quarto motivo é a América Latina ser uma região ativa em práticas socioeconômicas alternativas. Além de carregar resquícios da colonização, como uma estrutura de subordinação estrangeira e desigualdade econômica, social e regional, enfrenta falhas na industrialização de substituição de importações, urbanização acelerada, falha na reforma econômica neoliberal e crises econômicas. É uma região onde os defeitos da modernização e da globalização ficam proeminentes, como a destruição ambiental, pobreza, desemprego e a exclusão social. Devido a isso, há um grande incentivo às demandas de uma sociedade alternativa, como a economia solidária, os movimentos sociais, as redes sociais, movimento contra a globalização e importantes políticas sociais são as variadas formas de dinamização alternativa da região. A série escrita por Kastuto Uchihashi em conjunto com outros pesquisadores estudando a região da América Latina, “Superando os 10 anos perdidos – e os aprendizados da América Latina” estuda o efeito cumulativo das falhas das medidas econômicas neoliberais e a partir dos

aprendizados adquiridos com os problemas econômicos e sociais analisa como deve ser a economia do Japão. Conforme a publicação: “O governo, a sociedade e as empresas da América Latina criaram estratégias e pensaram em medidas políticas para escapar da armadilha dos “10 anos perdidos”, e a partir das limitações e dos resultados obtidos tiveram que pensar ‘no que se deve fazer’ e conseguiram captar aprendizados de forma proativa”. E desta forma serão levantados os casos das práticas alternativas da América Latina que, do ponto de vista interdisciplinar, possui um contexto favorável para os estudos do potencial para uma reforma social através do design.

O quinto motivo é que há a ativação em cada setor, do governo, privado e da sociedade civil, para a promoção do design como uma indústria criativa. Principalmente com o desenvolvimento do TCI (Tecnologia da informação e Comunicação) e conseqüentemente o desenvolvimento acelerado das indústrias criativas, há o aumento de pessoas participando nas indústrias criativas que utilizam a web 2.0 da América Latina. Com o apoio de organizações internacionais como a UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) e UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) na América Latina, a promoção das indústrias criativas ocorre em torno do Mercosul (Mercado Comum do Sul). De acordo com o relatório da UNCTAD (2008) a indústria criativa é o setor que está progredindo de forma mais dinâmica e entre o ano de 2000 a 2005 a taxa de crescimento médio anual mundial foi 8,7%. E a cota de exportação das indústrias criativas nos países desenvolvidos diminuiu de 70% em 1996 para 58% em 2005, e nos países emergentes a cota de exportação aumentou de 30% em 1996 para 41% em 2005. E dentro dessa porcentagem de exportação das indústrias criativas, a maior parte é de design, cerca de 65%. Nos países em desenvolvimento, com a maior proporção, cerca de 60% de toda a exportação das indústrias criativas estão relacionados ao artesanato, a segunda é o design com 47%. Assim como o painel de alto nível das indústrias criativas da UNCTAD aponta, as indústrias criativas são novas oportunidades para os países em desenvolvimento. Com o estímulo das indústrias criativas podem

conseguir alcançar o crescimento econômico, a criação de empregos, a criação de lucros por exportação, inclusão social, promoção da diversidade cultural, aumento do IDH *etc.* Para os países desenvolvidos as indústrias criativas são apenas uma transição da pós industrialização para a sociedade de informação e conhecimento, em contrapartida para os países emergentes e em desenvolvimento é como um outro modelo de desenvolvimento⁹. Além disso, a economia criativa que tem como estímulo a indústria criativa possui afinidade com o desenvolvimento sustentável, sendo assim pode-se concluir que ela é essencial para a união e a reforma social¹⁰. E mais, a América Latina é a região¹¹ mais dinâmica para se fazer estudos sobre a indústria criativa.

Yuji Tanaka autor do livro “A economia regional irá regenerar? Aprendizados com o aglomerado industrial da América Latina”, segunda edição da série Aprendizados na América Latina citada anteriormente, no artigo “Natureza pública da indústria da aeronaves do Brasil” afirma que “Devemos lembrar que o desenvolvimento econômico do Brasil, como dos outros países da América Latina, não é uma competição com os países desenvolvidos na tentativa de alcançá-los, como escrito na obra “Etapas do Desenvolvimento Econômico” de W. Rostow. Como foi observado, até agora eles desenvolveram estratégias empresariais adaptadas à sua sociedade, e a própria empresa se tornou um membro da sociedade que sempre vem inovando e realizando o seu crescimento e desenvolvimento. Ou seja, ao efetuarem a inovação social e econômica que nós não conseguimos até agora de forma convicta, devemos reconhecer que eles têm posse do desenvolvimento econômico” (TANAKA e KOIKE, 2010, p.205).

Vendo historicamente, a reforma social e econômica provém na maioria das vezes de regiões periféricas ou regiões próximas que apresentam diversas contradições. E a América Latina é a região que mais reflete a força da reforma na atividade do design. Em meio à busca de um modelo de desenvolvimento, pode se pensar que a América Latina, por apresentar a dinamização do design alternativo, é a região mais válida para estudar as

possibilidades futuras e as diversas funções que o design pode apresentar.

Capítulo 2 - Brasil: A união do design com o artesanato

Neste capítulo abordaremos a ativação da atividade artesanal e as políticas a ela relacionadas no Brasil. O artesanato neste capítulo engloba as atividades centradas no trabalho manual, abrangendo o artesanato tradicional e o moderno. A ativação da atividade artesanal se deu pela combinação das políticas sociais com a política de exportação, influenciando fortemente o design. As mudanças apresentaram potencial para a formação de uma sociedade sustentável e ao mesmo tempo uma sugestão de como deve ser uma política para o design.

2.1 Um país com potencial e dificuldades

O Brasil é um país que possui potencial em vários sentidos, porém apresenta dificuldades relacionadas ao desenvolvimento. É um país que tem um território equivalente a 22,5 vezes a área do Japão, rico em petróleo, minério de ferro e outros recursos naturais, mas, por outro lado, apresenta vários problemas como a desigualdade social e regional, pobreza, problemas urbanos e problemas ambientais. O país se caracteriza pela diversidade da sua composição racial, cultura, clima, natureza *etc.* Ou seja, mesmo tendo como objetivo a formação de uma sociedade sustentável é um país que carrega diversos problemas e um grande potencial. Como o BRICS¹² mostrou recentemente, o Brasil é um país “emergente” que chama a atenção por apresentar potencial para um grande crescimento econômico. As exportações também apresentam um bom desempenho e o PIB per capita atingiu cerca de 12,789 dólares (2011, FMI).

Após a colonização, o Brasil se especializou nos produtos primários e adotou medidas de industrialização e substituição de importações, o que levou ao desenvolvimento acelerado e a degradação do ambiente produzida pelos processos industriais e pela urbanização. Na política predomina a instabilidade e na economia as incertezas, conhecidas como “risco Brasil”. No final de 1990, o governo Fernando Henrique Cardoso conseguiu trazer a estabilidade à macroeconomia através da mudança para o liberalismo econômico. Ele se empenhou na inclusão social pois tinha como objetivo um estado social liberal, mas apesar disso o desemprego aumentou, assim como também os empregos informais foram crescendo e não houve uma melhora na distribuição de riquezas. Porém já nessa época observava-se que havia movimentos por parte dos cidadãos para superar estes problemas, principalmente pela ativação da economia solidária. Esta tem como princípios a autonomia, a cooperação e a democracia e, teoricamente, as pessoas que estão na base da

pirâmide social cooperam entre si e tem como objetivo a criação de empregos e a melhoria do padrão de vida. No Brasil, devido à falta de capital e investimento por parte da administração pública, as ONGs, cooperativas, empresas autogestionárias e fundações do terceiro setor geraram empregos e empreendimentos em diversas áreas. Diferente do Japão, onde o terceiro setor é uma organização empreendedora composta pela união do 1º setor (esferas do estado) com o 2º setor (empresas privadas), no Brasil o terceiro setor não é um setor público do estado ou de um município, e também não é um setor privado que visa o lucro, mas sim um setor de formação privada que tem responsabilidade social. No governo Luís Inácio Lula da Silva (2003-2011) observase a promoção do liberalismo econômico junto à preocupação com a política social. Em 2003 Lula criou o Plano Plurianual (PPA) que visava o fortalecimento da democracia e consistia no fim dos descontentamentos: na união, no aumento de emprego e renda, na redução da desigualdade, no crescimento econômico sustentável preocupado com as questões ambientais e no aumento dos direitos sociais. As políticas de ajuda financeira às camadas de baixa renda trouxeram bons resultados e observou-se uma melhora no coeficiente de Gini¹³. O governo de Dilma Rousseff (2011-2016), deu continuidade às medidas políticas tomadas no governo de Lula, com prioridade nas questões de bem-estar social, seguridade, educação e segurança pública. O governo se posicionou para promover a economia solidária de forma ativa, apoiando financeiramente e legalmente esta ação.



Foto 2-1 Edifícios no centro de São Paulo



Foto 2-2 Favela que simboliza o problema da desigualdade social

Para a formação de uma sociedade sustentável no Brasil, em primeiro lugar é necessário atender os problemas sociais como a pobreza e o desemprego e diminuir a desigualdade social. No Brasil é bem notável a disparidade regional e econômica e para a sua amenização, é indispensável o desenvolvimento de recursos humanos locais (pessoas capacitadas), de indústrias regionais e a promoção das pequenas e médias empresas. Enquanto o Brasil não solucionar a questão da desigualdade e da pobreza, não conseguirá evitar futuros riscos impeditivos à formação de uma sociedade sustentável. Outro elemento indispensável para solucionar estes problemas é o terceiro setor, do qual se espera um desempenho amplo. Segundo, é necessário o aumento da competitividade das exportações e a diversificação das indústrias para atender o livre comércio e a globalização. Buscou-se a mudança da estrutura econômica, que dependia dos produtos primários, além da diversificação das exportações e uma maior capacidade de desenvolvimento dos produtos. E o mais indispensável de tudo: a ativação das pequenas e médias empresas, que representam a maioria das empresas nacionais e têm um papel importante não só economicamente como também socialmente. De modo que a sua ativação significa o desenvolvimento dos recursos humanos, a retificação da desigualdade regional e a diminuição da pobreza. Em terceiro, acabar com a poluição ambiental. Considerando o quanto isto pode afetar os outros países, pode-se dizer que é a questão mais importante. A conservação da Amazônia, por exemplo, é uma questão global. No Brasil há grandes danos às florestas e

ecossistemas, além do agravamento da poluição atmosférica por emissão de gases de veículos e indústrias, e da poluição da água devido aos esgotos domésticos e de fábricas. É necessário achar um equilíbrio entre o desenvolvimento e o ambiente. Há ainda as questões de deterioração do ambiente vivo e o atraso nas medidas de gerenciamento dos resíduos sólidos. Todas essas questões levantadas estão ligadas diretamente uma à outra, e podem influenciar na formação de uma sociedade sustentável.

2.2 O florescimento do mundo do design

No Brasil a promoção do design foi tratada como uma política nacional a partir da fundação do Programa Brasileiro do Design (PBD) pelo Ministério do Comércio e da Indústria em 1995. Até então, a atividade do design apresentava progressos, por causa das medidas de substituição de importação. Até então, o design original brasileiro ficou estagnado até os anos 90. O liberalismo econômico gerou uma necessidade de dar importância às medidas políticas de design para aumentar a concorrência internacional e a capacidade de desenvolvimento de produtos nacionais. E os resultados logo chamaram a atenção. Um deles é a notabilidade mundial do design de moda e uma maior expansão das exportações dos produtos de designers. A moda brasileira conseguiu maior visibilidade no mundo com o apoio da APEX (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), eventos como Fashion Week e a fundação da ABEST (Associação Brasileira de Estilistas). Em 2005, na FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado) foi criada a Pós-graduação em moda e arte brasileiras. Observa-se uma tentativa de desenvolvimento da moda brasileira com a administração conjunta da FAAP, da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e do Museu de Arte de São Paulo.

Esse progresso não se limita apenas à área da moda, mas também ao design de produtos, onde o Brasil tem sido cada vez mais destacado. Como mostra o grande aumento de prêmios recebidos: em apenas 3 anos ganhou mais de 60 prêmios do *iF Design Award*, premiação anual muito renomada da Alemanha, demonstrando que o programa *Excellence Brazil* foi bem sucedido. Este programa consiste em promover a participação das empresas e dos designers nos concursos internacionais com as taxas de inscrição e fretes custeados pelo governo. Há também muitos concursos nacionais, como o maior concurso de

móveis da América do Sul, o Movelsul, e o de Criação do Paraná em Curitiba, que influenciaram muito o aperfeiçoamento do design. Além disso, a figura dos grandes designers irmãos Campana influenciou muito na ativação do design. A maioria das obras dos Campana foram pensadas a partir da sociedade brasileira, como por exemplo, a cadeira feita de sarrafos de madeira, um material encontrado nas ruas; a cadeira de bichos de pelúcia, que é uma colagem deste brinquedo encontrado em qualquer lugar. A produção singular dos irmãos foi reconhecida mundialmente e foi divulgada inclusive nas revistas do Japão. No Brasil também houve um crescimento das faculdades de Design por todo o país, atingindo mais de 100 unidades. No ano de 2006 em Curitiba aconteceu o 7º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design com cerca de 900 pessoas no evento, 1.098 publicações enviadas, das quais 408 avaliadas e apresentando diversos temas. Nota-se um grande aumento das pesquisas e práticas relacionadas ao ecodesign e a importância do design social, de artigos sobre as práticas da atividade artesanal e sobre a busca da produção de um design ideal do ponto de vista cultural. Um exemplo do aumento mencionado foi o número de artigos publicados no congresso: entre 26 categorias, o design sustentável era o 3º de maior participação, seguido por design e cultura em 6º, design social em 7º e design de moda em 9º.

2.3 O que a ativação do artesanato proporciona

2.3.1 Notabilidade do artesanato e do seu desenvolvimento único

Desde as políticas de promoção dos anos 90, em pouco tempo o design brasileiro apresentou vários resultados, dentre eles a notabilidade do artesanato, que está mostrando o seu próprio desenvolvimento. O mercado artesanal no Brasil vem crescendo a cada ano, produzindo cerca de 2,8% do PIB, 28 bilhões de reais (11 bilhões de dólares) de acordo com o Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. E há cerca de 8 milhões e 500 mil pessoas envolvidas na produção artesanal¹⁴. A ativação da atividade artesanal contribui para a solução dos problemas sociais e ambientais, além de causar uma grande influência na área de design de moda, apresentando características e cenários listados abaixo.

A atividade artesanal dentro da economia solidária

A Economia Solidária, também conhecida como Economia Social, tem no mundo 3 bilhões de pessoas envolvidas, 800 milhões de associados e 100 milhões de empregados (*Kyodokikaku* - Comitê Executivo de Tokyo, Osaka e Kumamoto, 2006, p.29). Esta forma de economia foi criada inicialmente como uma assistência mútua para responder aos problemas sociais que surgiram com a revolução industrial na Europa. Atualmente, o desenvolvimento regional resultante não é visto apenas na Europa, mas também no Canadá. E a partir de 1990 a América Latina apresentou um progresso espetacular, de modo que, em 2006 no Fórum Social Mundial (Venezuela), um terço dos temas estavam relacionados à economia solidária. Em 1998 foi realizado em Porto Alegre,

Brasil, o 1º Encontro Latino de Cultura e Socioeconomia Solidárias, onde foi formada a rede de economia solidária da América Latina. A economia solidária do Brasil gera acima de 6 bilhões de reais (cerca de 2 bilhões e 400 milhões de dólares) por ano e 18.878 empresas geraram 1.570.000 empregos¹⁵. No início de 1980 empresas autogestionárias formadas por trabalhadores das empresas que faliram devido à crise econômica, e associações de produtores e associações de consumidores organizadas por agricultores, pescadores e pessoas de baixa renda, vitimadas pelo programa de ajustes estruturais imposto pelo FMI, foram surgindo uma após a outra. Além disso, também surgiram muitas organizações diversificadas que apoiam a economia solidária, como a organização cristã Caritas. Em 2003, no governo Lula, foi fundada a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) pelo Ministério do Trabalho, para a promoção da economia solidária, inclusive em nível municipal, como nas cidades de Porto Alegre e São Paulo e em nível estadual como no Rio Grande do Sul foram criados programas de apoio. Além disso, foi criada uma estrutura de apoio para a sociedade científica, a Fundação Unitrabalho (Fundação Interuniversitária de Estudos e Pesquisas sobre o Trabalho).

A Economia Solidária tem como metas a criação de emprego e renda e a melhoria do padrão de vida, e para atingir as metas, muitas vezes utilizam o artesanato. As regiões e as comunidades que necessitam da economia solidária estão geralmente em regiões rurais, nas periferias das cidades ou são pessoas que não tiveram boas condições de vida. Como as formas para conseguir renda são limitadas, a produção e o comércio de artesanato utilizando os recursos naturais e culturais da região é a prática mais viável como atividade econômica. Recentemente no Brasil houve uma dinamização das atividades das ONGs. Destaca-se principalmente as atividades artesanais promovidas por ONGs que têm como base a ideologia da economia solidária. De acordo com as pesquisas da Universidade Johns Hopkins, em 1998 as ONGs do Brasil passaram a ter mais de 250 mil pessoas envolvidas, seu orçamento total atingiu 1,5% do PIB e ofereceu empregos para 1.200.000 pessoas (Câmara de Comércio e Indústria Japonesa do Brasil, 2005, pg.59). Dentro das ONGs que

praticam a economia social e ações sociais há também várias atividades relacionadas ao artesanato, artes e design e há uma ampliação das atividades comerciais realizadas através da internet.

Como por exemplo o Artesanato Solidário (ARTESOL), que é uma organização da sociedade civil que tem como objetivo o reerguimento do artesanato tradicional e a geração de emprego e renda. A ARTESOL realiza suas atividades cooperando tecnicamente e culturalmente com diversos indivíduos e grupos, além de parceiros financiadores tais como bancos, Ministério do Turismo, Ministério da Integração Nacional, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e outros. É uma organização que já desenvolveu cerca de 98 projetos em regiões pobres de 17 estados e envolveu mais de 5.000 artesãos nas suas atividades. Esta organização também realiza a atividade comercial do artesanato tradicional através do seu *website* ou no *showroom* de São Paulo, abrangendo mais de 500 produtos. Silvia Sasaoka, que trabalhou de 2002 a 2011 como consultora técnica desta ONG, aponta o significado da ativação do artesanato afirmando que “o objetivo não é só a geração de emprego e renda, mas também a recuperação da identidade cultural e conhecimento cultural, a educação ambiental e o fortalecimento do poder do cidadão”.



Foto 2-3 Showroom da Artesanato Solidário em São Paulo (2006)

A ONG Criola¹⁶ implementou o projeto Arte Criola, um projeto artesanal que visa o aumento da renda nas regiões pobres e o combate às injustiças raciais. Este projeto é formado por mulheres afrodescendentes que divulgam a cultura afro-brasileira através da atividade artesanal. A Criola foi criada inicialmente para propiciar o bem estar das mulheres com a ajuda financeira do Ministério da Saúde e grupos de empresas sociais. Porém, passou a visar a comoditização dos produtos, fundou a organização dos artesãos, ampliou as atividades para a melhoria das habilidades dos artesãos e se dedicou a divulgar os produtos em feiras e eventos. A organização conta com 26 pessoas que produzem cerca de 45 tipos de produtos¹⁷. A ONG Orientavida¹⁸ foi fundada em São Paulo em 1999 por quatro mulheres que visavam a geração de emprego. Ampliaram suas atividades reunindo 150 artesãos produzindo almofadas e bolsas e produtos bordados para a São Paulo Fashion Week, arrecadando por mês 1.100 reais (cerca de 440 dólares) de renda. E o Mundaréu¹⁹, criado em 2001, é um grupo formado por 7 mulheres com o objetivo de inclusão social e cultural do artesanato. Atualmente está desenvolvendo atividades com 70 grupos de produção artesanal em busca da ecologia. Dentro das atividades, há casos em que houve um aumento de 300% da renda.

Observa-se frequentemente a presença das atividades artesanais mesmo nas cooperativas que tem como atividade principal a economia solidária tradicional. O número de cooperativas observadas no ano de 2006 foi de 7.363 grupos em todo o estado (em 1990 houve um aumento de 3.340 grupos), 6 milhões e 500 mil associados e gerou 195.000 empregos diretos. A OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras), fundada em 1971, representa todas as cooperativas do país e atualmente está dividida em 13 áreas como agricultura e pecuária, consumo, crédito, produção, saúde, emprego e outras. Na área de produção há 11 grupos de cooperativas de artesanato e nas outras áreas também estão presentes atividades relacionadas ao artesanato²⁰.

A atividade artesanal para ativação regional e das pequenas e médias empresas

A ativação regional e das pequenas e médias empresas é um elemento essencial para o desenvolvimento sustentável, se tornando cada vez mais relevante, independente se o país é desenvolvido ou em desenvolvimento. No Brasil também, com a diminuição da fragilidade da economia, dar importância ao papel das pequenas e médias empresas é um ponto relevante das políticas e vem crescendo. Principalmente os apoios à ativação das pequenas e médias empresas pelo SEBRAE são notáveis e esforços similares estão se fortalecendo por todas as regiões. A ativação regional e das pequenas e médias empresas é importante para solucionar as disparidades regionais e vários problemas sociais, e para o Brasil é um movimento importante em um duplo sentido. Por esta razão estão sendo implementados vários projetos que envolvem atividades relacionadas ao design e ao artesanato.

Como exemplo de projeto que visa solucionar os problemas via ativação regional, temos no Vale do Ribeira, estado de São Paulo, um projeto de produção de artesanato que utiliza os resíduos da agroindústria da banana. Tudo começou como uma alternativa econômica com assistência financeira da Secretaria do Desenvolvimento e Economia, Ciência e Tecnologia de São Paulo em 1991 no curso de Ciências Agrárias da Universidade de São Paulo, posteriormente se tornando um projeto cooperativo com ONG, agência administrativa, órgãos públicos nas escalas municipal, estadual e federal e fundo privado. A área produtora possui vários problemas socioeconômicos, ela gera cerca de 180-200 toneladas/hectares de resíduos de banana por ano, porém, pelo fato de ser uma área prioritária de conservação da biodiversidade, seu desenvolvimento econômico nesta região é limitado. O projeto já recebeu vários prêmios devido à sua produção de artesanato que contribui para a conservação das técnicas artesanais e do aumento da renda dos agricultores. Em 1998 este projeto foi exposto no Salone Del Mobile Milano (GARAVELLO, G MOLINA [2006]). Devido ao seu sucesso, foram implementados projetos semelhantes em outras regiões. O projeto do Cabo de Santo Agostinho no estado de Pernambuco produz uma cerâmica típica da região, propondo assim um produto diferenciado no mercado global. Esse projeto se

caracteriza não apenas como uma forma de ativação regional, mas também como fortalecimento da identidade regional, conservação do conhecimento tradicional, contratação de jovens, desenvolvimento e ensino para os artesãos e também pela preocupação ambiental por usar o gás natural no forno na hora da queima das peças (CAVALCANTI, *et al.* [2006]). Além disso em todo o país se observam também atividades desenvolvidas pelo programa do SEBRAE, como projetos nas comunidades indígenas e em uma região turística do Maranhão que utiliza fibras naturais para fazer artesanato²¹.

O intercâmbio do artesanato tradicional e do design moderno

Pode-se afirmar que a atividade artesanal surgiu antes da atividade do design, porém recentemente o interesse e a compreensão da cultura tradicional e do artesanato tradicional vem crescendo no Brasil e na área de design, desencadeando assim a união e o intercâmbio entre o artesanato tradicional e o design moderno, vistos em projetos de designers e organizações relacionadas ao design. Um exemplo é o designer têxtil Renato Imbroisi, conhecido por suas atividades na produção de um artesanato moderno junto com comunidades de regiões pobres do Brasil, que já produziam artesanato e chamaram a sua atenção (AXIS [2006] p.31). Nos 140 projetos implementados até agora, estão sendo criadas rotas para introduzir os produtos artesanais no mercado e para a venda, aumentando assim a oportunidade de exercer as atividades junto com os designers que aprovam seus projetos. A *Straat*, fundada em 2004 por Silvia Sasaoka e o administrador holandês Anton van Dort é uma empresa que realizou diversos projetos de residência reunindo estudantes de design de escolas europeias, americanas e artesãos brasileiros. Além de desenvolver produtos sustentáveis pela cooperação entre o designer e o artesão. Os produtos que provém da união do design de ponta e da manufatura da comunidade de baixa renda, são gerados pela atividade cooperativa em diversos lugares de fora e dentro do país, como por exemplo a empresa *droog design* da Holanda e a marcenaria

da Associação Cultural Monte Azul em São Paulo, artistas brasileiros, universidades *etc.* Sasaoka afirma que se interessou pelo artesanato tradicional e pelo movimento *Mingei* no Japão e por isso iniciou sua pesquisa sobre o tema. Existe um evento de negócios que pode se tornar moda futuramente no meio do artesanato que é o Craft Design, uma organização que apresenta novas coleções de designers selecionados semestralmente e tem como público pequenos comerciantes, arquitetos e decoradores. O evento apresenta edições especiais com empresas que trabalham com fibras naturais – chamando atenção para o design sustentável e empresas com responsabilidade social²².



Foto 2-4 Silvia Sasaoka, designer canadense e artesão de marcenaria no projeto de Straat

O uso do artesanato no design de moda

A São Paulo Fashion Week foi sendo notada mundialmente pelo seu alto nível. A coleção de outono-inverno apresentada em janeiro de 2006 comemorava os 10 anos do evento (20^a edição) e recebeu investimento de cerca de 270 milhões de dólares tornando se assim o quinto maior evento seguido de Londres, Milão, Nova Iorque e Paris (EDITORA BUMBA, 2006, N°27, p.33-35). E com isso a moda se tornou a área com maior destaque nacionalmente também devido à presença das modelos e colaboração das telenovelas. Em 2003 com apenas cinco

membros foi fundada a Associação Brasileira de Estilistas (ABEST) e já em 2012 o número de membros aumentou para 56 designers²³. A ABEST, através da cooperação com a Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos (APEX), a partir de 2003 lançou o negócio para o exterior, oriente médio e Japão, conseguindo assim atingir o faturamento em 2005, no valor total de exportações, de 15 milhões de dólares (em 38 países) e em 2008 atingiu 20 milhões de dólares (em 48 países). A vice-presidente da ABEST, Angela Hirata, famosa por transformar a Havaianas (marca de sandálias de borracha) em um produto internacional, afirma: “A ‘brasilidade’ da moda brasileira é impossível de ser reproduzida por nenhum outro país, pois o Brasil é um país formado pela mistura de várias raças e culturas, é um país que consegue existir pela cooperação entre as pessoas e isso faz ele ser único e ter a sua identidade própria”. Ainda afirma que “Com a formação da ABEST e a ajuda financeira da APEX na promoção para o exterior, se conseguiu dar continuidade à difusão da moda brasileira pelo mundo”.

O governo anunciou medidas para a promoção das exportações na área de confecção e têxtil, e assim a APEX e a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) cooperaram formando assim a TEXBrasil que implementou os projetos de promoção das exportações. Até 2004 se dedicaram a melhorar a imagem da moda brasileira e à sua popularização internacional, convidando 302 jornalistas estrangeiros para a feira comercial. Já em 2005 o total de produção da indústria têxtil e de vestuário correspondia a 5% do PIB, e o setor de processamentos a 17,1% com 1.600.000 empregados (é o segundo em processamentos sendo 80% mulheres, mais de 30 mil empresas no ramo e um faturamento de 22 bilhões de dólares). E 2 bilhões e 200 milhões de dólares em exportações, ocupando 3% de toda a exportação brasileira com 2.000 empresas participantes, sendo o oitavo na produção têxtil mundial e o 7º na confecção mundial (Instituto de Estudos e Marketing Industrial, 2006).

Apesar do mundo da moda ser o mais crescente no mercado, ele exige muito da criatividade e é um setor com alto valor agregado. Como característica da moda brasileira usa-se o

artesanato tradicional manual para fazer o design de luxo, e este tipo de artesanato utiliza materiais naturais e por isso a maioria é considerada como ecodesign. Um exemplo é que a união de fabricantes de roupas da região do Pantanal utiliza corantes providos de plantas ou de animais locais e acessórios artesanais dos índios (ossos de animais, chifre de boi, pele de peixe etc.) e parte do lucro adquirido é usado nos programas de conservação ambiental (Câmara de Comércio e Indústria Japonesa do Brasil, 2006, p.169).



Foto 2-5 Acessórios baseados em materiais naturais e técnicas tradicionais

A Dois Pontos é uma coleção que pertence ao projeto “Talentos do Brasil” organizado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário, exibida em uma exposição em janeiro de 2007 na feira de moda do Rio de Janeiro. No estado da Paraíba envolve 5 comunidades que produzem camisas, bolsas e roupas com rendas e bordados, cerca de 150 tipos de produtos. Atividades semelhantes existem no Amazonas e Minas Gerais, envolvendo mais de 2 mil artesãos e acontecem em mais de 40 cidades. Este projeto uniu o artesanato (como segunda fonte de renda dos agricultores) com a moda brasileira, desenvolvendo produtos que utilizam materiais tradicionais como a pedra opala e fibras naturais. De acordo com a consultora de mercado do projeto, a renda mensal dos artesãos aumentou de 50 reais para 300 a 500 reais e em 2006 participou

de 4 feiras de negócios onde conseguiu atingir 260 mil reais (cerca de 100 mil dólares) em vendas²⁴.

No mundo da moda não existe apenas o vestuário, há uma grande demanda também por acessórios, bolsas e sapatos, e o Brasil possui um grande potencial neste segmento. Observam-se vários movimentos para a formação de uma identidade nacional e como negócio está conseguindo manter o sucesso. O Professor e coordenador da área de moda da FAAP, Ivan Marcos Caminada conta, enquanto mostra fotos de brincos feitos de renda, que a visibilidade do artesanato está criando um design brasileiro. Ele explica: “Essas maravilhas têm a aplicação do artesanato tradicional e apresentam o novo design brasileiro”. No design de bolsas, está aumentando o número de designers que trabalham no seu próprio ateliê para desenvolver os produtos em vez de trabalharem para empresas grandes e famosas. Como representantes disso, temos as marcas Doll e Serpui Marie que são muito apreciadas por terem produtos feitos à mão, já exportados também. Alguns produtos artesanais dessas marcas já se tornaram atividade social ao cooperarem com ONG (ASSOCIAÇÃO OBJETO BRASIL, 2005, p.85). O setor de joalheria e acessórios do Brasil também tem um nível elevado, isso se deve ao fato de que na década de 90 o Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade (PBQP) e o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM) promoveram atividades em cooperação com Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), SENAI e SEBRAE, iniciando assim cursos especializados nas universidades, criando prêmios de design e fortalecendo a infraestrutura. Com a cooperação da APEX houve uma assistência para a exportação de acessórios e os vários prêmios internacionais recebidos promoveram um grande apreço por parte do mercado (ASSOCIAÇÃO OBJETO BRASIL, 2005, p.93-97).

Atividades que visam o ecodesign e o design social

Recentemente entre os alunos formados em design, vem se dinamizando as atividades comerciais e/ou os negócios

vinculados à produção artesanal que tem como objetivo promover o design social e o ecodesign. Por exemplo, o Design Possível é um negócio conjunto de produção e venda baseado nos valores de ecodesign e design social formado em 2004 em cooperação com a ONG Monte Azul, a Universidade Presbiteriana Mackenzie e os alunos de design industrial da Universidade de Florença (Itália). O projeto considera o design como uma ferramenta de mudança social e atua ativamente visando o aumento da renda das comunidades de regiões pobres²⁵. Ayra Kitahara, formada em design na FAAP afirma: “Já faz alguns anos que ações como o Design Possível vem chamando a atenção entre os estudantes de design”. A empresa da Paula Dib, formada em design industrial na FAAP recebeu o International Young Design Entrepreneurs of the Year, promovido pelo British Council em 2006. Empresas como a dela simbolizam bem as ações realizadas através do artesanato por estudantes e formados. A empresa de Paula, a Trans.Forma²⁶ é consultora de design sustentável, especificamente em projetos artesanais nas comunidades pobres do Brasil. Ela trabalhou com uma grande indústria de papel e assim participou no desenvolvimento do artesanato em comunidade que trabalha na plantação de eucalipto no sul da Bahia. Utiliza os resíduos do eucalipto para desenvolver produtos e o sucesso desse projeto foi reproduzido em outras comunidades da Bahia e de São Paulo²⁷.

Eventos e feira de artesanato

Todo ano acontece em Belo Horizonte a Feira Nacional de Artesanato (Expominas) que é a maior da América Latina. O evento iniciou em 1989, com 60 estandes e 200 vendedores. Já em 2006 tinha cerca de 8.000 vendedores (952 estandes), estrangeiros e nativos, e recebeu 170 mil visitantes (15 mil turistas) movimentando mais de 14 milhões e 300 mil dólares durante 6 dias. A feira oferecia a oportunidade do comprador do exterior e o artesão negociarem diretamente, aumentando a cada ano a quantidade de exportações, que em 2006 atingiu 1 milhão e 250 mil dólares. Além disso, nesta feira há uma área chamada

handcraft design que é dedicada ao design contemporâneo com grande potencial para o mercado exterior. Também estão na programação palestras, seminários e workshops. Sem mencionar a dinamização dos negócios, um ambiente empreendedor com empresas de embalagens, tradutores de línguas estrangeiras, tecnologias digitais de comunicação na exposição além de muitas outras inovações como assistência médica, creche, concertos, restaurante e vários serviços de transporte, resultado da sua repercussão. Esta feira faz parte do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) mas ao mesmo tempo é um evento patrocinado pelo mecanismo de renúncia fiscal da Lei de Incentivo à Cultura do Ministério da Cultura²⁸. Há ainda a participação, em alguma associação, de 63% dos artesãos que exportam seus produtos, pois a administração envolve muito a atividade conjunta de associações (CENTRO CAPE, 2006, <http://www.centrocape.org.br/>). No Brasil existem outros eventos e feiras artesanais vinculados ao turismo e outras iniciativas.

2.3.2 O significado da ativação do artesanato e a “artesanização” do design

Analisaremos a situação de ativação do artesanato do ponto de vista da formação de uma sociedade sustentável, e por isso, primeiro iremos esclarecer esta característica e depois pensar na sua relação com a sustentabilidade.

Se analisamos cada atividade da área do artesanato no Brasil, podemos perceber pontos semelhantes entre cada uma delas, citadas a seguir. Em primeiro, a maioria delas tem a ideologia da economia solidária como fundamento e por isso são atividades que visam solucionar os problemas sociais. No Brasil essa ideologia se propagou rapidamente onde as pessoas têm muita consciência em relação às questões de pobreza e desigualdade, e por isso a atividade artesanal é considerada em regiões que não possuem uma base, uma forma estruturada de geração de emprego e renda, além de ser uma atividade que envolve profundamente a inclusão social. Em segundo, principalmente o

terceiro setor como as ONGs, cooperativas, organizações e associações, está promovendo as atividades artesanais. E entre elas estão os grupos relacionados ao design. Em terceiro, seja artesão, designer, ONG ou afins, estão se unindo com empreendimentos ou atividades comerciais, e pelo fato de o principal objetivo da atividade artesanal ser a geração de renda e emprego, esta ação é mais do que necessária. Além do aperfeiçoamento das técnicas artesanais, as atividades comerciais tornam-se ainda mais importantes como a criação de um canal de vendas e marketing. E observa-se bastante a participação do comércio justo, o uso de novas tecnologias de informação e comunicação, e a aceleração do empreendedorismo por parte dos eventos e das feiras na economia solidária. O Brasil é um país conhecido pela alta porcentagem de empreendimentos, de acordo com as pesquisas da *Global Entrepreneurship Monitor* da Inglaterra em 2001, a porcentagem de indivíduos que começaram um novo negócio no Brasil é maior do que nos EUA (NINOMIYA, YASUSHI, 2005, p.101). É fato que as atividades relacionadas ao design e ao artesanato, adequadas para o empreendimento de pequena escala, de ONG e empresas sociais não podem ser ignoradas. Em quarto, a ativação do artesanato está criando uma onda de design. Por exemplo o design de moda, que se baseia e usufrui de técnicas e formas de expressão do artesanato para criar produtos diferenciados e novos valores, resultando um novo design único e brasileiro. Além da área de moda, se observa a união do design moderno com o artesanato e o crescimento da atividade de design que não produz em massa. Percebe-se que ao mesmo tempo em que ocorre a dinamização das atividades do design industrial, que inclui a utilização de materiais regionais, de técnicas, formas de expressão e conhecimento do artesanato, independentes da escala de produção, ocorre também o aumento da valorização do trabalho manual através do design industrial. Nas atividades industriais é necessário produzir em pequenos lotes na maioria das vezes, e isso não quer dizer que a atividade do design está retrocedendo para a atividade artesanal como ocorria antes do design moderno. Essa produção que aplica a essência do artesanato pode ser denominada como “artesanização do design” e está

criando uma onda de design. A artesanização do design, que está muito atrelada ao ecodesign e ao design social, propõe uma finalidade social para a atividade, ou seja, podemos denominá-la de “socialização do design”. Em quinto, a maioria das atividades trabalha com os recursos naturais e técnicas locais, e por ser artesanal não causa tantos danos ao meio ambiente, podendo assim ser considerada uma atividade que promove a ecologia. As características citadas estão sintetizadas na Figura (2-1) abaixo.

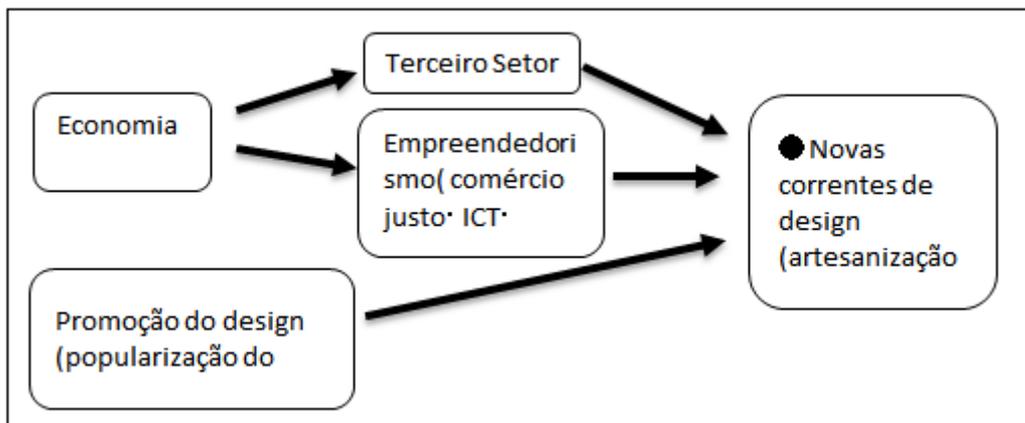


Figura 2-1 As características e as relações da ativação do artesanato

Aqui examinaremos o que essas características citadas significam para a formação de uma sociedade sustentável no Brasil.

A primeira característica, a prática da economia solidária, surgiu inicialmente para diminuir os problemas sociais como o desemprego, a pobreza e a desigualdade. A ativação da atividade artesanal atuou para amenizar os problemas e para realizar a inclusão social. Essas práticas, conseqüentemente, ocasionaram a ativação das pequenas e médias empresas e a diversificação das indústrias. A segunda característica é a ativação do artesanato pelo terceiro setor, que também apoia as práticas da economia solidária e se empenha para a solução dos problemas sociais e da inclusão social, difícil de serem abordados no setor do mercado. E a produção flexível do terceiro setor permite a ativação das pequenas e médias empresas, a diversificação da indústria e a ativação da produção, o que em uma empresa grande não seria possível. A terceira característica é a união

entre o comércio e as empresas significando a geração de empregos e renda, ligada à amenização do desemprego, da pobreza e dos problemas sociais. As atividades comerciais e empresas que utilizam TCI e o comércio justo tornam-se responsáveis por facilitar as vendas e a produção dos produtos artesanais acarretando assim a geração de valores próprios, algo que não era possível na produção em massa. Esse valor próprio que os produtos artesanais têm na sua produção e venda, aceleram a ativação das pequenas e médias empresas e influenciam na diversificação da indústria. A quarta característica, a nova onda de design, consegue conservar as culturas tradicionais e ao mesmo tempo originar novos valores. Pode se pensar que a nova onda do design, que gerou bons resultados na economia como, por exemplo, a comoditização da moda, fomentou a criação de produtos de alto valor cultural e o posicionamento do produto, influenciando também na ativação das pequenas e médias empresas, na exportação e na diversificação da indústria e da economia. Esta nova corrente do design tem uma forte ligação com a economia solidária, ou seja, também está associada às práticas de amenização dos problemas sociais e à inclusão social. Além disso, como essa nova onda do design não é uma produção em massa e não se vincula ao consumo excessivo, ela se caracteriza por causar menos impacto ao meio ambiente. A quinta característica é a ecologização, a amenização dos problemas ambientais, uma das questões importantes do Brasil.

Portanto, as cinco características descritas anteriormente são catalisadores da amenização dos problemas sociais via inclusão social; da criação de valores, que inclui também a conservação da cultura tradicional; da diversificação da indústria e da economia em torno da ativação das pequenas e médias indústrias e da diminuição dos problemas ambientais e conseqüentemente a preservação do ambiente. Contribuem para as questões do Brasil e pode se afirmar sob diversos pontos de vista que são elementos que aumentam a possibilidade da formação de uma sociedade sustentável. Ou seja, pode se pensar que a ativação do artesanato no Brasil, contribuirá para a formação de uma sociedade sustentável (Figura 2-2). Mas, é

claro que o Brasil carrega vários problemas e comparado a outros países não tem tanto potencial para ser um país sustentável. Nem todos os projetos de artesanato tiveram sucesso e a própria prática da economia solidária apresenta limites e problemas (KOIKE, YOICHI, 2006). Na economia de mercado a sua área de desempenho é limitada e a sua escala é algo insignificante em comparação com a escala de produção gerada por uma empresa de grande porte. Porém, o fato de o quadro conceitual da economia solidária dar mais importância à sociedade do que à própria economia, faz com que ela recupere a sociabilidade nas atividades de design, o que gera uma produção de design com viés sustentável, importante para considerar as atividades futuras de design. O fato de a artesanização do design estar ligada à nova onda do design e à criação de produtos é significativa de uma alternativa de produção em massa de design pelos países desenvolvidos. Além disso, a artesanização do design possui grande possibilidade de fortalecer a própria forma da economia solidária.

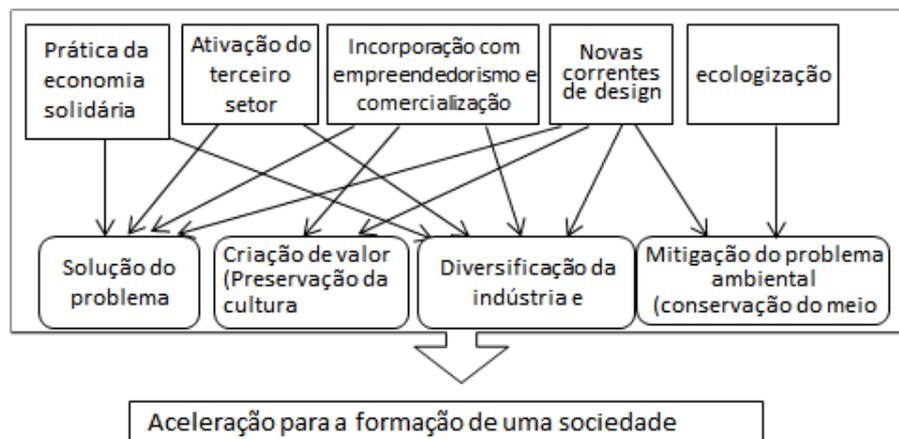


Figura 2-2 O significado das características da ativação do artesanato do ponto de vista da formação de uma sociedade sustentável

2.4 Políticas de promoção relacionadas à artesanização do artesanato

2.4.1 principal política de promoção

Atualmente, o design que se uniu com a atividade artesanal no Brasil, como visto anteriormente, é produzido por várias instituições e diversos projetos públicos em escala nacional. Abaixo, estão listadas as organizações e ações que influenciaram na artesanização e a nova onda do design no Brasil.

Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC

No MDIC há programas para promover o design e também para promover o artesanato.

Programa Brasileiro de Design – PBD

Em 1995 no contexto da modernização das indústrias foi fundado o PBD no MDIC como um projeto conjunto do governo federal com cerca de 100 organizações privadas. O Programa se empenhou principalmente na promoção do design através de projetos para produção de produtos de marcenaria e móveis, produtos de couro e calçados, têxteis e confecções, joias e acessórios. E na realização de concursos nacionais de móveis, no suporte a inscrições para as premiações do exterior, em fóruns e publicações relacionadas aos direitos de propriedade intelectual²⁹. A partir de 2005 como parte do PBD, em cooperação com o SENAI e o SEBRAE, foi lançado o Brasil Design que é um website onde pode ser pesquisado qualquer dado sobre design e ainda promovida a união e a cooperação de

diversas áreas e atividades de design do país todo³⁰. Para fortalecer a identidade do produto brasileiro e a qualidade do design, o Movimento Brasil Competitivo (MBC) teve a iniciativa de em 2006 realizar a 1ª Bienal Brasileira de Design. Com esta exposição, foi possível compreender as raízes da cultura, as influências que os produtos receberam e o planejamento do ponto de vista ambiental, simultaneamente ao fórum.



Foto 2-6 Exposição de trabalhos artesanais na 1ª Exposição da Bienal de Design

Programa de artesanato Brasileiro – PAB

O programa foi criado com o intuito de promover a comercialização dos produtos artesanais e fortalecer a associação dos artesãos, que é a base da produção. Em 1977 havia um programa de desenvolvimento do artesanato no Ministério do Trabalho, no entanto, em 1991 esse programa foi sucedido pelo Ministério da Atividade Social. Em 1995, ele foi reorganizado em um programa colaborativo entre Ministério da Indústria, Ministério do Comércio e Ministério do Turismo. Depois disso, tornou-se o programa do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Possui como base os princípios das pequenas e médias empresas, a geração de emprego e renda, o aproveitamento dos recursos regionais, o fortalecimento da produção conjunta e o incentivo à internacionalização. Entre 2000-2001 foram instalados Núcleos Produtivos de Artesanato

em 108 localidades de cada estado, incentivando a cooperação com grupos privados de cada estado e cada cidade e ONG. Para realizar a comercialização dos produtos artesanais, incentivam eventos e feiras, prêmios para o artesanato, projetos de produção artesanal vinculada com o turismo e o incentivo ao marketing. E em torno do Fórum Brasileiro do Artesanato, criado em 2005, onde são discutidas as medidas políticas, observa-se o fortalecimento das atividades do PAB³¹.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE

A organização de apoio às micro e pequenas empresas, SEBRAE, tem filiais em todos os estados e é uma organização da sociedade civil de Interesse público que possui uma rede com mais de 600 agências de serviços. No Brasil 99% das empresas são pequenas, com menos de 500 funcionários, e de acordo com os dados de 2003 o número de empregados é de 20.556.590 pessoas, sem contar os empregos informais (NINOMIYA, YASUSHI, 2006, p.99). Daí a importância dada às medidas políticas para a indústria e o comércio visando o fortalecimento das micro e pequenas empresas, e às atividades que cooperam com o desenvolvimento social. Os programas vinculados ao design são: Programa de Apoio Tecnológico às Micro e Pequenas Empresas (PATME) e o Via Design. O PATME, em cooperação com os centros tecnológicos de universidades ou instituições de pesquisa, oferece serviços de consultoria, além de financiar 70% dos custos do Projeto Design de cerca de 15 diferentes formas, dando suporte principalmente a assuntos como ergonomia, aprimoramento dos produtos, aperfeiçoamento das técnicas artesanais e ajuda técnica. Já o Via Design é um programa que facilita o acesso ao design através de 15 centros em cada região, 85 bases de produção para a inovação, escritórios de design do artesanato e se empenha no fortalecimento da rede. Além disso, há também programas de artesanato com promoção da comercialização e ações para a manutenção das técnicas e da tradição. Por exemplo, o SEBRAE de São Paulo em cooperação com uma ONG de design criou em 2003 o Núcleo de Inovação e Design para o Artesanato (NIDA - SP), que gera dados e

informações do mundo todo sobre projetos com produtos artesanais, feiras nacionais, distribuidoras, pequenos comerciantes, organizações não governamentais, técnicas e materiais.

Em 2002 inicia o programa CARA Brasileira³² para incentivar o fortalecimento da identidade brasileira de forma estratégica e elaborar uma pesquisa base para mapeamento das regiões e da “brasilidade” que condiz com os negócios turísticos, a moda *etc.* Essa pesquisa base tem como objetivos a ativação das pequenas empresas na área cultural, a inovação do patrimônio e promoção das atividades econômicas baseadas em patrimônio cultural (BRAGA, Christiano, 2003). No SEBRAE também existem programas que incentivam os empreendimentos e o comércio justo como o Projeto Empreendedor.

Outros programas e organizações que incentivam o design

Em cooperação com o PBD há também programas de promoção do design em vários estados, o Programa Bahia Design (fundado em 1996) é um deles. A região da Bahia é conhecida por ter uma grande população afrodescendente em regiões pobres. O programa consiste em introduzir o design nas empresas dessas regiões, melhorar a qualidade do artesanato baiano e revitalizar o artesanato regional. Foi formalizado um comitê formado por representantes do SEBRAE, Universidade do Estado da Bahia e Universidade Federal da Bahia, Federação do Comércio, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado da Bahia, Secretaria do Planejamento, Ciência e Tecnologia; Federação das Indústrias e Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração, entre outros. Em 2000 foi criado neste programa um projeto chamado “Design e Artesanato” para aumentar a renda na região da Costa do Descobrimento, e por ser uma alternativa de desenvolvimento independente, cooperou com o projeto de desenvolvimento turístico do Nordeste, tornando-se um projeto de promoção regional³³. Também existem programas de inovação e gestão do design no SENAI. Há

recursos para a implementação dos projetos relacionados ao design do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior por parte do sistema de financiamento da Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq. Na promoção do design, incluindo o website Design Brasil, muitas organizações apoiaram o PBD de várias maneiras, entre as quais o Centro de Design do Paraná³⁴ (Curitiba), Centro Carioca de Design (anteriormente uma divisão de design industrial dentro do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia), o Centro de Design de São Paulo fundado em cooperação com o Ministério da Ciência e Tecnologia de São Paulo, FIESP e SEBRAE São Paulo *etc.* Depois, reorganizado no SENAI-SP Design. Além disso, existem organizações de designers, de produtores de embalagens e várias associações profissionais que expandem a promoção do design.

Outros Ministérios e Agências

No Ministério do Trabalho e do Emprego, a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) possui o Conselho Nacional de Economia Solidária (CNES) constituído por 3 setores e 56 grupos. E dentro do Programa de Desenvolvimento da Economia Solidária há vários vínculos com o artesanato. Como organização principal em parceria com a SENAES, há o fórum da economia solidária do Brasil. Em 2006 foi coorganizada com o Ministério de Desenvolvimento Agrário, a 1ª Conferência Nacional de Economia Solidária em Brasília. Compareceram 1.073 pessoas relacionadas ao governo, a organizações cooperativas e grupos civis que reafirmaram a função desta para a construção e o desenvolvimento sustentável, a justiça social e a democracia³⁵.

No Ministério de Desenvolvimento Agrário, foi implementado o projeto Talentos do Brasil pela Secretaria de Agricultura Familiar, que consiste no incentivo à produção do artesanato pelas famílias de agricultores e na comercialização dos produtos na área de design de moda.

A Secretaria de Ciência e Tecnologia para Inclusão Social do Ministério da Ciência e Tecnologia realiza a inclusão social através de programas que incentivam a melhoria do padrão de vida e a geração de emprego e renda, implementados no governo de Luis Inácio Lula da Silva. Visando colaborações articuladas, o fortalecimento das redes e o incentivo a técnicas sociais, foram implantados programas de inclusão e de ciência, tecnologias e inovação para o desenvolvimento social³⁶.

O Ministério da Cultura deu importância principalmente às práticas que envolvem a conservação e a promoção da diversidade das culturas.

A seguir uma tabela ilustrativa do que foi dito anteriormente:

Ministérios e Organizações	Programas	Objetivos e Função
Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços	• Programa Brasileiro de Design	Promoção do design Cooperação com a região
	• Programa de Artesanato Brasileiro	Promoção do artesanato Rede
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas	• Via Design	Promoção das atividades de design Centro do Design Rede
	• Programa de Apoio à Tecnologia das Micro e Pequenas Empresas	Apoio tecnológico
	• Programa Artesanato	Promoção do artesanato Núcleos de artesanato
	• Programa CARA Brasileira	Fortalecimento da identidade Pesquisas da cultura brasileira
	• entre outros	Promoção do empreendedorismo Promoção da economia solidária Promoção do comércio justo
Ministério do Trabalho e Emprego	• Secretaria Nacional de Economia Solidária	Promoção da economia solidária
Ministério do Desenvolvimento Agrário	• Projeto Talentos do Brasil	Promoção da produção artesanal por famílias de agricultores
Ministério da Ciência e Tecnologia	• Secretaria da Ciência e Tecnologia para a Inclusão Social	Promoção da inclusão social através da tecnologia
Ministério da Cultura		Conservação e promoção da diversidade cultural

Tabela 2-1 As principais políticas relacionadas à artesanização do design

2.4.2 As duas correntes que originam a artesanização do design

Ao pensar em políticas relacionadas com a artesanização do design e a ativação do artesanato no Brasil, vem em mente algumas características. A primeira característica é que não são apenas as políticas para as indústrias relacionadas diretamente ao design e o artesanato que realizam programas de incentivo e a ativação do artesanato, mas também o Ministério do Trabalho e Emprego, o Ministério do Desenvolvimento Agrário e vários outros ministérios, órgãos e grupos em escala governamental e nacional realizam políticas sociais. A geração de renda e emprego, o fortalecimento da cultura e da identidade, a conservação da cultura e das técnicas, a conservação ambiental, a ativação das micro e pequenas empresas, promoção dos empreendimentos, a ativação das indústrias turísticas, inclusão social, erradicação da desigualdade regional, solução dos problemas raciais, igualdade de gênero, respeito aos direitos dos deficientes, erradicação do trabalho infantil e muitas outras metas são expectativas associadas com as atividades artesanais. Observa-se uma estrutura que tem como principal método a associação de políticas sociais e políticas industriais, que funcionam mutuamente, envolvendo o campo cultural e o ambiental. A segunda, caracteriza-se pelo envolvimento do terceiro setor (ONGs, cooperativas, empresas sociais e grupos de empreendedorismo social) no Brasil como líder nas atividades do artesanato, devido à diversas políticas. A economia solidária originalmente se fundamenta na superação das questões que não podem ser resolvidas pelo setor de mercado nem tampouco pelo setor governamental, mas por meio do poder da sociedade civil. Portanto, os programas da Secretaria da Economia Solidária são organizados principalmente pelo terceiro setor. A presença do terceiro setor é fundamental para solucionar os problemas sociais no Brasil e do ponto de vista do artesanato o envolvimento do terceiro setor é indispensável. Além disso, há muitas ONGs, como Centros de Design e organizações relacionadas ao design. A terceira característica é que a promoção do design e a promoção do artesanato acontecem simultaneamente, e o

intercâmbio e a cooperação entre eles influencia positivamente e favorece a ambos. Intercâmbio e cooperação são características do design brasileiro e do artesanato.

Ao observar estas características, percebemos a existência de duas correntes: a primeira é a corrente estruturada nas políticas industriais centradas no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e SEBRAE, e das políticas sociais centradas no Ministério do Trabalho e Emprego, que influenciam o fenômeno de artesanização do design por meio de atividades do terceiro setor. E a segunda corrente é aquela onde as políticas de design e de artesanato atuam por meio do terceiro setor, incluindo ONGs e Universidades. A sobreposição dessas correntes ao contexto de artesanização do design, pode ser vista na Figura 2-3.

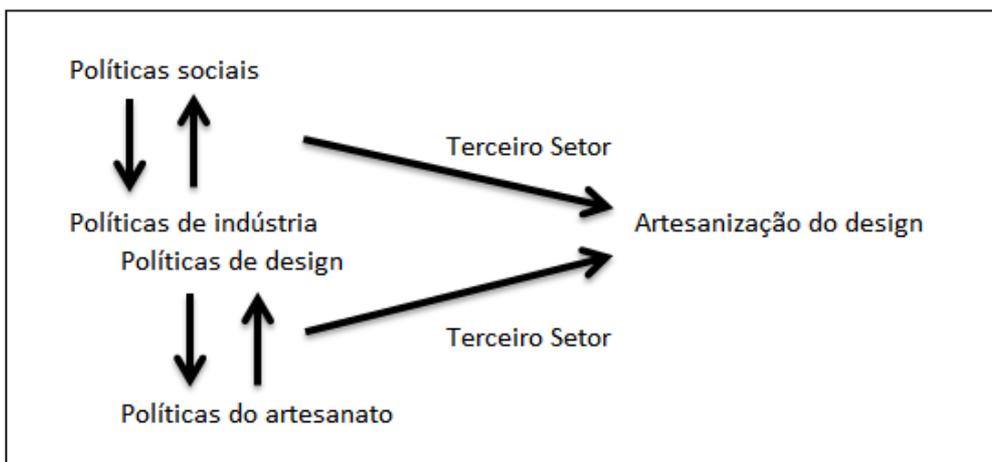


Figura 2-3 A relação da artesanização do design com as medidas políticas

A relação mútua entre a política industrial e a política social, e a relação mútua entre a política de design e a política de artesanato imprimem características e significados à situação atual por meio das atividades do terceiro setor.

E principalmente, as políticas sociais e as políticas de indústria se influenciam mutuamente, e isso promove a artesanização do design que pode contribuir para a formação de uma sociedade sustentável, como mencionado anteriormente.

Devido aos graves problemas sociais do Brasil, a cooperação entre a política social e a política industrial cresceu. No entanto,

no sentido real os problemas econômicos não podem ser separados dos problemas sociais.

Para garantir a sustentabilidade, a cooperação entre as políticas industriais e as políticas sociais foram efetivas em outros países, e os intercâmbios e cooperações por meio do terceiro setor mostraram a possibilidade das políticas de design daqui em diante.

2.5 As possibilidades do design com a artesanização

A ativação do artesanato no Brasil gerou uma nova corrente e a aceleração da artesanização do design, contribuindo de forma positiva para resolver os problemas do Brasil e apontando para a possibilidade de formação de uma sociedade sustentável. Qual o significado da artesanização para a própria atividade do design? E em relação aos valores culturais, ao sistema cultural e ao capital cultural, em outras palavras, qual o seu significado dentro do contexto cultural? Para analisar o significado e o papel da atividade do design do ponto de vista de uma sociedade sustentável, são indispensáveis as considerações a seguir.

A principal característica da atividade do artesanato que gerou a artesanização do design é a produção que garante a diversificação da expressão, que do ponto de vista da criatividade seria o mais próximo das “belas artes”, ou algo eminentemente artístico. Antes da concepção do design moderno não havia nenhuma forma específica de diferenciar a arte do design, a criatividade do artesão era uma soma da arte com a técnica, o que gerava produtos diversificados e artísticos, ou seja, uma produção com valores artísticos, qualidades que não são possíveis de se observar na produção em massa. A outra característica é que a maioria das atividades voltadas ao artesanato tradicional apresentam certa regionalidade, pois o artesanato está enraizado na região onde foi criado, logo, foi se desenvolvendo junto com os recursos culturais e naturais e por isso gerando menos impacto ambiental, dessa forma o artesanato é uma atividade que incorpora a sustentabilidade ambiental com menos danos ao ecossistema. A regionalidade também é uma qualidade muito própria, sendo assim aumenta a diversidade cultural, ou seja, a atividade artesanal possui diversidade de expressão. David Throsby afirma que para aplicar o conceito de

sustentabilidade ao conceito de capital cultural é fundamental a manutenção da diversidade e a conservação do sistema cultural. De acordo com Throsby “A diversidade é uma propriedade importante do capital cultural [...] e esta tem a capacidade de originar novos capitais”, afirmando ainda que “Assim como sabemos que a diversidade biológica é preciosa para a natureza, a diversidade cultural também é essencial para a manutenção do sistema cultural”. Ao mesmo tempo, aponta a importância da manutenção do sistema cultural para a sustentabilidade (THROSBY, 2001, p.44-60). Ou seja, pode se pensar que a ativação da atividade artesanal e a artesanização do design conseguem, através da diversidade, fomentar o aumento da sustentabilidade.

A artesanização do design, do ponto de vista da atividade do design é uma forma de recuperação da diversidade de expressão e da regionalidade. E a recuperação desses dois fatores significam o aumento da sustentabilidade. Até agora, a produção pautada na busca do lucro pelas grandes empresas abandonou as atividades de design no sistema cultural com diversificação de produtos e regionalidade, segregando as atividades inerentes ao design. Tendências de propósito exclusivamente econômico reduziram a sociabilidade e a culturalidade do design, prejudicando assim a sustentabilidade. Mas a artesanização do design no Brasil visa a recuperação da regionalidade e da diversidade do design, fortalecendo o capital cultural. De modo que podemos concluir que é uma forma de inserir o design no sistema cultural. Além disso, a artesanização do design promove atividades que visam a inclusão social e a solução dos problemas sociais e conseqüentemente contribui para a recuperação da sociabilidade e a mudança para um sistema social sustentável. Isto é, o papel do design na formação de uma sociedade sustentável é o de fortalecer o sistema cultural e o capital cultural através da recuperação da diversidade e fortalecer o sistema social através da recuperação da sociabilidade.

2.6 As políticas para o design baseadas na regionalidade e na diversidade

As políticas para o design e o artesanato no Brasil, comprovaram que o design baseado na regionalidade e na diversidade impulsiona a maior aprovação do design brasileiro pelo mundo e cria um valor econômico. E a artesanização passou a apontar as várias funções do design. Mas isso não significa que todas as atividades e políticas relacionadas ao design tiveram sucesso. Por ser o Brasil um país que carrega muitos problemas, em algumas questões as atividades do design não funcionaram. Por exemplo, em 2006 na 1ª Bienal onde foi realizado também o Fórum de Design, não houve quase nenhuma participação do meio industrial e comercial, o que gerou uma grande insatisfação por parte dos designers. Houve inclusive o discurso da representante do PBD, Fernanda Bocorny Messias, e da representante do MBS, Liliane Rank, em que deram ênfase ao rápido avanço do design brasileiro no setor administrativo, porém isso só expôs a falta de confiança entre o meio comercial e industrial e o meio do design. A infiltração do design no meio comercial e industrial ou a cooperação entre eles e um membro ou órgão de design é difícil até mesmo em países desenvolvidos. Pois, para que compreendam o potencial e o significado da atividade do design é necessário um certo tempo e adequações. Além do mais, os próprios envolvidos na produção do design apontam que existem muitas questões ainda a melhorar em relação às políticas, como a melhoria do ensino especializado e a formação de redes de design, entre outras. O designer Naotake Fukushima do conselho editorial do website Design Brasil, que trabalha ativamente na Universidade Federal do Paraná e também no Centro Brasil Design, do Paraná, aponta que “Pelo Brasil ser um país muito grande, existem várias ações e atividades, porém o que acontece é que essas informações não

chegam até as pessoas e essa é a verdade. E para o desenvolvimento da atividade do design é importante uma estrutura de *network* e de intercâmbio em vários níveis” e completa “O ensino da pós-graduação também é uma questão a ser melhorada”. O website Design Brasil tem mais de 15 mil usuários, e 1,3 mil visitantes por dia, e por isso se espera um novo avanço da plataforma. Fabio Souza, que promove o design sustentável no Centro Design de São Paulo diz que “A originalidade do Centro Design de São Paulo vem da junção de vários especialistas, os quais contribuem para a ativação do artesanato e para a promoção do design sustentável através da produção de livretos que apresentam exemplos de aplicação de cada material”. Reafirmando o papel exercido pela organização promotora de design, e sobre a promoção da atividade do design ele dá ênfase à importância do apoio e da compreensão do país como um todo.

Portanto, ao pensar em como devem ser as políticas para incorporar a diversidade, a regionalidade e a sociabilidade na atividade do design, a experiência do Brasil será importante para o Japão também. No Brasil, não é garantida a sustentabilidade quando não há um desenvolvimento no terceiro setor, na economia solidária e nas micro e pequenas empresas. E por isso o que impulsiona a formação de uma sociedade alternativa é a atividade do design baseado na diversidade e na regionalidade. A diversidade consegue elevar o valor cultural e o valor cultural gera o valor econômico, e essa estrutura contribui para as práticas do terceiro setor e para a economia solidária. E para manter a diversidade e a identidade da cultura, a cooperação com a economia solidária ou com o terceiro setor é a chave. A tendência da artesanização do design não é só influenciada pelas políticas industriais e comerciais, mas, também pelas políticas sociais. Assim como os casos do Brasil mostram, fica explícita a interdependência entre as atividades culturais, as atividades sociais e as atividades econômicas. Throsby aponta que a base do princípio da sustentabilidade é a interdependência do sistema (THROSBY, 2001, p.44-60).

O que se espera de políticas para o design que ressaltam a regionalidade e a diversidade é primeiro, compreender os vários

papéis da atividade e assim estabelecer políticas sintetizadas que correspondam a este sistema interdependente. Neste momento, assim como o caso do Brasil mostra, é importante conectar as funções do terceiro setor e da sociedade civil, e a cooperação e intercâmbio das políticas sociais para o artesanato. Adélia Borges, escreveu no seu livro “Design + Artesanato: o caminho Brasileiro” (2012) que desde meados de 1990 quando surgiu o fenômeno da criação, a união entre design e artesanato, envolveu intensamente as inovações sociais que visam a sustentabilidade regional e o empreendedorismo com a economia social e a formação de capital social. E para promover o design que ressalte a regionalidade e a diversidade, a cooperação com as inovações regionais ou com políticas que promovam as empresas, mais efetivas, é indispensável uma abordagem integrada com políticas regionais gerais.

Renato Imbroisi afirma que “O SEBRAE liderou a implementação dos programas que permitiram o intercâmbio entre artesanato e design no Brasil”. A presença do SEBRAE desempenhou um papel importante no intercâmbio entre o artesanato e o design e é altamente sugestivo também como uma organização de auxílio, que tem como premissas as necessidades regionais e a interdependência do sistema. O SEBRAE não objetiva apenas a ativação das micro e pequenas empresas, mas promove atividades que incluem economia solidária e inclusão social, comércio justo e atividades cooperativas, como também empenhou esforços na política cultural e na política social até com pesquisas de base sobre brasilidade, incluindo mapeamentos. Além disso começou a cooperar com outras organizações dando suporte, por exemplo, para a indústria cultural, que abrange micro e pequenas empresas e para o TCI fornecendo suporte tecnológico. Ter a presença do SEBRAE, como um fator promotor das políticas regionais e possuidor de uma estrutura ampla e maleável, tem um grande significado.

Em segundo, a abordagem via política cultural. Atualmente o Ministério da Cultura do Brasil desenvolve várias atividades em torno da diversidade cultural, do direito cultural e da promoção da indústria criativa. Em 2011 lançou o Plano Nacional de Cultura

(PNC)³⁷. O PNC é planejado em três aspectos: 1) a cultura como uma expressão simbólica; 2) a cultura como um direito do cidadão; e 3) a cultura como potencial para o desenvolvimento econômico sustentável social e ambiental. O plano estabelece uma série de objetivos concretos, incluindo a difusão de informações e diretrizes culturais em todos os estados, a promoção do emprego formal no setor da cultura, a introdução da educação sobre a cultura brasileira e as propriedades culturais no currículo da educação básica. Ainda em 2007 inaugurou o programa Mais Cultura³⁸, que é uma política para garantir o acesso do cidadão à cultura e o direito cultural do cidadão é uma medida com base na análise da exclusão social do país todo, para responder às questões sociais como pobreza e desigualdade, e também às necessidades básicas. Em atividades específicas o terceiro setor também está envolvido.

Uma das sugestões do Ministério da Cultura, através dos programas e do direcionamento das atividades, é a cultura como direito do cidadão, ou seja, é a aplicação do direito cultural na área de design. É necessário haver medidas políticas que estabeleçam no cotidiano do cidadão o direito cultural que inclua o conceito de inclusão social. O professor de design industrial da Faculdade Oswaldo Cruz, Luis Emiliano Costa, na 1ª Bienal Brasileira de Design diante dos vários produtos artesanais expostos disse: “Até agora, nunca foi notada tanta riqueza no artesanato brasileiro” louvando a ascensão do artesanato. Ele apontou que a ascensão se deve às várias ajudas por parte de diversas organizações e grupos. E afirmou: “O artesanato brasileiro é conhecido por ser muito popular e híbrido”. As pessoas e o artesanato que foram abandonados pela atividade econômica, agora estão gerando novos valores culturais e isso para a formação de uma sociedade sustentável é muito significativo. Porém, se o capital cultural criado pelos artesãos não conceder benefícios a todos, o direito de acesso à cultura para todos os cidadãos (incluindo os próprios artesãos) ou seja, o direito cultural, será difícil manter um sistema que gere valores culturais próprios. O sistema cultural se tornará mais sustentável se todos os cidadãos se tornarem receptores e tiverem igualdade de acesso à cultura e se melhorar a qualidade de vida de todos.

Silvia Sasaoka mostra a estrutura hierárquica da atividade do design em forma de pirâmide e demonstra que “A cooperação entre o designer e o artesão local trouxe melhoras no quadro de pobreza que a região apresentava. No entanto, a maioria dos designers vem de famílias ricas, além disso, os benefícios do design dos produtos de boa qualidade são basicamente limitados aos ricos, que se encontram no topo da pirâmide. Já as pessoas que fazem artesanato nas regiões precárias, estão na base da pirâmide. Essa realidade da desigualdade precisa ser mudada! Alguns jovens de famílias pobres, por meio do Artesanato Solidário conseguiram estudar em faculdades especializadas, no entanto esse número ainda é muito pequeno”. O Japão não apresenta questões como uma desigualdade social tão gritante como o Brasil, no entanto, a dificuldade de estabelecer direitos culturais é a mesma no Japão. Por exemplo, muitas pessoas acabam desistindo dos seus cursos e de estudar design por causa de problemas financeiros. Por esse motivo é necessário ter uma estrutura que ofereça ensino especializado e treinamento para qualquer pessoa que queira estudar, que tenha motivação e habilidade, e isso talvez seja algo que o Japão precise fazer futuramente.

O pré-requisito necessário para estabelecer os direitos culturais é a compreensão da cultura pelos cidadãos, no caso, a compreensão da atividade do design é indispensável, o significado e suas diversas funções. E para promover o design que possui como características a regionalidade e a diversidade, é necessário considerar a atividade do design como uma atividade cultural e compreendê-la como um bem público. Para que todos os cidadãos compreendam a atividade de design é preciso considerar o planejamento da educação geral primeiramente. No Japão, a educação artística tem estabelecido o ensino de design, o que pode estar funcionando como um ensino da sensibilidade e de técnicas. Porém é difícil pensar que seja algo que facilite a compreensão das próprias atividades do design. Pois, no ensino escolar é raro ensinar-se como a atividade do design do mundo real pode influenciar o sistema cultural, social, econômico e ambiental e qual o significado disso. Pode-se afirmar o mesmo sobre o ensino especializado do

design. No Brasil as universidades e as organizações de ensino especializado detêm a chave para a promoção do design social e do ecodesign através do artesanato. A Professora Associada da Universidade de São Paulo, Maria Cecilia Loschiavo, incluiu no curso de design um projeto que desenvolve atividades sustentáveis com a população sem teto. Ela critica a situação real do ensino especializado de design: “A atividade do design tem uma reciprocidade com outras áreas e desde o início é algo acadêmico, sintético, intersetorial. Apesar disso, não é um conteúdo educacional que pode ser aprendido com pesquisa e prática em outros campos”. Para entender os diversos papéis do design e dos direitos culturais implícitos é necessária uma estrutura de ensino que permita aprender com outras áreas. Para compreender o lado social e o lado cultural da atividade do design é necessário, no mínimo, ter conhecimentos em ciências sociais e por isso é necessária uma revisão do ensino especializado de design que tenha como pré-requisito o direito cultural.

Além do mais, a forma como devem ser as políticas das indústrias criativas, os esforços e a orientação básica no Brasil e na América Latina, sugerem um ponto de vista importante para nós. Primeiro, estes países entendem a área do artesanato como uma importante indústria criativa para se garantir a sustentabilidade. Com essa consciência, vários esforços foram feitos. Um deles é o projeto "CREATE" implementado por iniciativa da UNESCO como um esforço no nível do Mercosul (Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai, e sub membros Chile e Bolívia). Desde 2006 o Fórum e a Feira da Indústria Criativa entre outros, têm sido realizados em várias partes da região. Nesta ação o artesanato foi classificado como um elemento importante para o desenvolvimento sustentável junto com a indústria têxtil e de vestuário³⁹. Também mostra a afinidade com a economia solidária. Segundo, incorporar o conceito de inclusão social dentro da promoção das indústrias criativas. No Plano da Secretaria da Economia Criativa, publicado em 2011, a inclusão social é um dos princípios da economia criativa juntamente com a diversidade cultural, inovação e sustentabilidade. Por exemplo, na promoção da economia criativa na área do artesanato estão sendo fomentadas ações como o empreendedorismo de

microempresas, financiamento em crédito para as cooperativas, programas de ensino de artesanato, participação em eventos gratuitos e garantia de acesso a pontos comerciais em feiras e eventos. A ação da indústria criativa que inclui o conceito de inclusão social, irá fortalecer os sistemas sociais e culturais sustentáveis, indispensáveis para as políticas de design que ressaltam a diversidade e a regionalidade.

Capítulo 3 - Costa Rica: os designers empreendedores

Recentemente, tendo como contexto o bom desempenho dos países emergentes e a promoção das indústrias culturais, os países desenvolvidos adotaram estratégias para aumentar a competitividade dos produtos de vestuário, artigos de moda *etc.* que fazem parte da indústria da moda, e desde então atuam na promoção do design. Por outro lado, nos países emergentes os eventos e a participação ativa dos designers de moda começaram a chamar a atenção, até então o campo de atuação nesses países era muito limitado. Apesar de não chegarem a ser como nos países desenvolvidos, houve uma mudança rápida para uma atividade centrada na moda envolvendo o design.

Costa Rica, escolhida como exemplo de estudo é um destes países e neste capítulo a atenção será posta nos empreendimentos dos designers. Esses empreendimentos que serão abordados, não se restringem à atividade do design, mas abrangem desde a construção da marca até a produção e venda dos produtos. Até então na Costa Rica a atividade do design não significava muito na indústria de moda. As indústrias têxtil e de confecção foram sempre o centro, a costura de roupas íntimas entre outras da zona franca integram a parcela de baixo valor agregado do Global Value Chains. Recentemente, isso foi mudando em razão da mão de obra mais barata dos países da América Central. E as indústrias nacionais de têxtil, confecção e calçados vêm se retraindo (Arce Pérez RONALDO, 2007, p.30). O que chama atenção no empreendimento dos designers da Costa Rica é que mesmo dentro dessas circunstâncias, criam um design igual a de países desenvolvidos. Os empreendimentos que serão apresentados aqui são tão pequenos que não podem ser comparados com as grandes empresas, porém, o motivo de

dar ênfase a eles é a possibilidade de produzirem um design de alta qualidade e autonomia a partir de sugestões de valores culturais. Mesmo não sendo um país, ou uma região, desenvolvido, o design poderá amenizar a estrutura hierárquica da indústria de moda, além de causar um desenvolvimento endógeno.

Devido à globalização, na indústria da moda a concorrência internacional se intensifica e há a reestruturação das bases de produção, a globalização da gestão e a upsizing (aumento de tamanho). Porém é uma área também onde se notam muitas contradições do sistema econômico atual, como a estrutura de produção e o consumo excessivo, problemas de remuneração baixa *etc.* Isabela Berz, chefe do departamento de moda do Instituto Europeo di Design da Espanha, aponta: "O sistema atual não está atendendo a demanda do consumidor, mas também sim gerando artificialmente uma demanda". "Na maioria dos casos foram extintos os produtos de valor mediano e de produção regional" (BERZ, 2007). Em relação a este tipo de contradição começa a surgir uma nova corrente, uma nova mudança com o comércio justo, empresas sociais e atividades conjuntas, moda ecológica e moda ética que tem maior preocupação com os direitos humanos dos trabalhadores, com o ambiente e a sociedade desde a seleção dos materiais até a distribuição. Porém a estrutura de produção do global value chains (Cadeias Globais de Valor ou GVC) se mantém, tendo convencionalmente um sistema hierárquico de criação de tendências de moda, com os países europeus no topo. Assim, como citado anteriormente, há um lado da atividade do design que pode ser uma ferramenta estimuladora do consumo excessivo, intensificando a contradição do sistema econômico, a piora do ambiente *etc.* Com tantos problemas sendo apontados atualmente, é indispensável a mudança do sistema econômico, que apresenta tantas contradições, e pode se perguntar como o design pode contribuir para essa mudança. E o caso da Costa Rica é um exemplo de como se pode mudar as contradições do sistema econômico através do design.

Neste capítulo após apresentar uma visão geral da situação atual, dos problemas da Costa Rica e da situação atual do

design, será mostrada a atividade do design na área da moda. Seguida de uma análise sobre o significado do design, principalmente do ponto de vista sustentável, em relação aos problemas da Costa Rica dentro da estrutura de produção e consumo e do sistema cultural. Para esclarecer o potencial do design, somam-se algumas considerações sobre a característica do design de moda. Com base nessas considerações, serão apresentadas as possibilidades de políticas de promoção para efetivar o potencial do design como capital cultural.

3.1 O desenvolvimento e a diversificação exigida pela indústria nacional

A Costa Rica é um país que se encontra no sul do istmo da América Central, limitado ao norte pela Nicarágua e ao sul pelo Panamá, a oeste pelo oceano Atlântico e a leste pelo Mar do Caribe. Possui um território de 51.000 km², com cerca de 4 milhões e 720 mil habitantes (Banco Mundial, 2011). Sua população é composta por 95% de mestiços de europeus (espanhóis) e não europeus (3% de africanos e 2% nativos) e é reconhecido como o país com a democracia mais estável na América Central. Apresenta também alto nível de educação, com apenas 5% de analfabetismo e possui um amplo sistema de segurança social. O PIB per capita é cerca de 8.874 dólares (FMI, 2011) e tem como atividades principais: a agricultura de produção de banana, abacaxi, melão e café; indústria manufatureira para a produção de circuito integrado, peças de computador, dispositivos médicos, alimentos processados e indústria do turismo. E em 2007 o valor total de exportações foi de 9 bilhões e 400 milhões de dólares e 13 bilhões e 600 milhões de dólares em importações (Banco Central de Costa Rica, 2011).

A Costa Rica é famosa como uma meca de ecoturismo e por não possuir um exército é conhecida como sendo um país neutro. Do ponto de vista industrial, com a atração das empresas de tecnologia da Intel (empresa americana), teve um aumento nas exportações e passou a ser vista como um caso de sucesso do crescimento macroeconômico. Além do mais, destaca-se dentre os países da América Central pelo esforço na preservação da biodiversidade e pelo IDH elevado. No entanto, apesar de se destacar e apresentar uma singular proeminência nesta área, não podemos ignorar que o país continua carregando problemas estruturais, assim como os outros países da América Central, apresentando vulnerabilidade externa da estrutura industrial que

não foi resolvida ainda. O caso da Intel é um exemplo: atraída para a Costa Rica, passou a ser responsável por grande parte das exportações do país, ou seja, uma única empresa controlava a taxa de crescimento do PIB (Research Institute for Development and Finance, Japan Bank for International Cooperation : JBIC Institute, 2003, p.137). Ou melhor, em meio à liberalização econômica e à globalização, as vulnerabilidades externas continuaram a ser preservadas e os problemas ambientais e sociais se agravaram. Pode se dizer que é uma situação que implica na construção de novas estratégias sustentáveis. E para isso, é necessária a mudança para uma estrutura industrial que crie valores de forma endógena e não um desenvolvimento econômico voltado a trabalhos de baixo valor. A Costa Rica pós-colonial se tornou uma estrutura industrial de monocultura de banana e café a partir do capital externo. Com o incentivo da industrialização para substituição de importações e expansão do mercado em 1963, a Costa Rica passou a participar do Mercado Comum Centro Americano (MCCA), o que trouxe resultados em um certo período. Porém, logo depois ocorreu a crise do petróleo gerando desigualdade entre os países participantes e impasse na política de industrialização por substituição de importações. E ao mesmo tempo em que diminuía as funções, eclodiu a crise da América Central o que fez o MCCA parar de funcionar completamente.

A crise instalada na América Central ao final da década de 70 foi resultante de disparidades econômicas e sociais, aguçada por regimes repressivos dos países centro-americanos, e se expandiu com a intervenção norte-americana na região decorrente do conflito americano-soviético.

A Costa Rica apresentou estabilidade por ser pró EUA e não tinha risco de ser afetada pela crise, no entanto, a estagnação econômica conhecida também como “os 10 anos perdidos” ampliou a sua dívida acumulada. Após a falência da industrialização por substituição de importações, concentrou as suas forças na atração de capital externo com as empresas maquiladoras e na promoção do turismo. As maquiladoras integram a Admissão Temporária, que inicialmente refere-se à zona franca criada para a promoção da exportação das indústrias

de processamento da indústria têxtil. Sua função é isentar as taxas alfandegárias dos bens de produção e de bens intermediários para as indústrias que realizam a etapa final de processamento. Após o Acordo de Paz de 1987, foram feitos ajustes estruturais e paralelamente passou a corresponder ao liberalismo econômico e à globalização. E nos anos 90, por toda América Central buscou-se não apenas a integração econômica, mas também política, e a partir de 1993 a Costa Rica passou a fazer parte da SICA (Sistema de Integração Centro-Americana) que visa a integração regional tal como a União Europeia (UE). Desde 1993 a indústria turística conseguiu ultrapassar os produtos primários em relação à aquisição de moeda estrangeira e se tornou a indústria principal. Na agricultura houve um aumento da produção e da exportação de produtos agrícolas não tradicionais. Após a entrada da Intel como maquiladora, houve uma transição da indústria de confecção para a produção em montadora de circuito integrado e peças eletrônicas, que possuem alto valor agregado.

Recentemente, o avanço da central de atendimento das empresas multinacionais vem chamando atenção. Como ações da América Central tem-se o Acordo de Livre Comércio e o plano de desenvolvimento e integração do México com os países da América Central (PPP), que significam muito para a política econômica da Costa Rica. A Costa Rica demorou para ratificar o Acordo de Livre Comércio com os EUA (acordo feito entre EUA, América Central e República Dominicana: CAFTA-RD), porém, com promoção do presidente Oscar Arias em 2007 foi realizado um referendo, o qual por uma pequena diferença conseguiu ser aprovado e entrou em vigor em janeiro de 2009. Em 2007 cortou relações diplomáticas com Taiwan e com a liderança de outros países da América Central e passou a fazer com a China o Acordo de Livre Comércio, que entrou em vigor em agosto de 2011.

O Plano Nacional⁴⁰ de Desenvolvimento (2006-2010) do governo de Arias, dava bastante importância às políticas sociais e se importava em tomar medidas para combater a pobreza. Em 1988 a renda média per capita dos 10% das pessoas com renda mais alta foi equivalente a 12,4 vezes a renda dos 10% com

renda mais baixa. Esta percentagem aumentou 28,4 vezes em 2004, o que indica o aumento da desigualdade econômica. As políticas sociais têm como prioridade o fortalecimento da educação média e o aumento do orçamento para a educação. Além disso, incluem: o projeto de criação de uma plataforma tecnológica e cultural para formação de uma rede nacional entre os 85 centros culturais; um programa de assistência às micro e pequenas empresas culturais e artísticas; a criação de uma base de dados das empresas culturais (digitalização do PIB); um programa de promoção das indústrias criativas; o programa “A nossa cultura no nosso mundo e na América Central” e estratégias que envolvem a cultura e a indústria cultural. Na política econômica há o incentivo às micro e pequenas empresas visando a formação do direito empresarial nas mesmas e a instalação da secretaria de auxílio às micro e pequenas empresas no Ministério do Comércio, Indústria e Economia. Além dessas, outras iniciativas tais como a formação de uma rede de auxílio às micro e pequenas empresas através de associações formadas por faculdades, bancos, Câmara da Indústria e Comércio e até ONGs; um fundo especial para as micro e pequenas empresas; um programa de auxílio às micro e pequenas empresas para promover o desenvolvimento tecnológico e a inovação; um programa de compra pelo Estado e um programa para a melhoria do design de produtos.

Nas pesquisas de 2004, as micro e pequenas empresas (indústrias manufatureiras com menos de 30 funcionários) representavam 86,9%, mas apenas 4% exportavam os seus produtos. Isso indica que é necessário introduzir um programa de desenvolvimento de exportações das micro e pequenas empresas na política econômica. Junto com incentivos ainda maiores à indústria do turismo, que gera já cerca de 100 mil empregos, e investimentos na tecnologia e na ciência. Na política de energia e ambiente combateu os problemas ambientais e teve uma preocupação maior na questão da poluição atmosférica causada pela população da capital San José (60%), por automóveis (70%) e por indústrias (85%). Após o regime de Arias, sucedido pela presidente Laura Chinchilla em 2010, o país

apresentou diversos problemas, supersaturado de produtos importados e exigindo soluções para o déficit público.

Ao pensar no futuro da Costa Rica, a primeira questão a se levantar seria a promoção da diversificação das indústrias e o desenvolvimento da indústria nacional para não depender do capital externo, ou seja, a mudança da estrutura industrial. Pode-se apontar pontos negativos das empresas multinacionais como, por exemplo, a Intel da Costa Rica que em 2000 atingiu 900 milhões de dólares de lucro operacional mas somente 200 milhões de dólares foram o lucro do país, não correspondendo à economia civil, tampouco ao salário dos trabalhadores, e reduzindo a oportunidade de compra pelos produtores nacionais (PALMER and MOLINA, 2007 p.180). O desenvolvimento econômico pelo capital externo, que visa apenas o crescimento econômico, além de gerar vários problemas ambientais e sociais, agrava a dependência externa. Apesar da globalização e do liberalismo econômico terem permitido o crescimento da macroeconomia, impediram a autonomia estrutural da economia e das indústrias. Essa estrutura de dependência externa desencadeou uma situação grave em que suas próprias políticas e habilidades não conseguem solucionar os problemas ambientais do país. Ou seja, a vulnerabilidade externa e a dependência da economia também são acompanhadas da vulnerabilidade externa no ambiente. Pode se pensar que a criação e a ativação de indústrias regionais centradas nas micro e pequenas empresas e a incubação de indústria de alto valor agregado conseguem promover a diversificação das indústrias, se o país se tornar mais independente economicamente e amenizar os problemas sociais e as vulnerabilidades externas.

A segunda questão é solucionar os problemas ambientais, mesmo a Costa Rica sendo conhecida pelo ecoturismo, pela biodiversidade e um quarto da sua área ser composta por parques nacionais e áreas de proteção ambiental, o país apresenta ainda muitos problemas ambientais. Como a pecuária, o desmatamento pelas agroindústrias, poluição das áreas de cultivo por meio de fertilizantes e pesticidas aplicados nos produtos agrícolas e processados para a exportação, poluição atmosférica causada pelo gás dos escapamentos na zona

urbana, aumento do lixo, descarte de resíduos sólidos e degradação ambiental pelo aumento de turistas *etc.* A perda da floresta por causa do cultivo de bananas pelas multinacionais e fornecimento de carne bovina para produção de hambúrguer para os EUA por fazendeiros, atingiu uma média de 100 mil hectares entre os anos de 1995 e 1998. Nos anos 90, devido ao maior controle e auxílio financeiro conseguiu recuperar parte da zona florestal, no entanto, em comparação com outros países da América Central a porcentagem de desmatamento ainda é grande e consegue competir por igual com a região da Amazônia (PALMER and MOLINA, 2007, p.181). O problema do gás de combustão se deve ao aumento repentino de automóveis, de 1985 a 2004 o número de carros aumentou 4 vezes: antes deste período, de 11 pessoas 1 tinha um carro e depois passou a ser 1 entre 4,5 o que gerou problemas de congestionamento na cidade (PALMER and MOLINA, 2002, p.182). Tudo o que foi mencionado está relacionado diretamente com as questões citadas primeiramente e é, portanto, preciso uma abordagem a partir de diversos pontos de vista.

A terceira questão é a solução dos problemas sociais. A Costa Rica destaca-se pela igualdade e pelo alto padrão de vida comparado aos outros países da América Central, no entanto, com a globalização e o liberalismo econômico foram surgindo diversos problemas tais como a desigualdade econômica, desigualdade regional (entre zona rural e urbana), pobreza, desemprego, piora nas condições de trabalho, questões relacionadas à proteção dos nativos, corrupção, contrabando de armas e drogas e piora da segurança pública.

Essas três questões estão intimamente relacionadas entre si e a superação destes problemas irão condicionar o desenvolvimento sustentável da Costa Rica daqui em diante.

3.2 A diferença entre a procura e a oferta dos designers

A atividade do design com significado, mais recente na Costa Rica, iniciou-se nos anos 70. Em 1972, como organização de educação especializada em design, a Universidade de Costa Rica (UCR www.ucr.ac.cr) deu início ao ensino de design gráfico na Faculdade de Artes e em 1973 na Universidad Nacional (Universidad Nacional:UNA www.una.ac.cr) foram implantados os cursos especiais de design têxtil, artesanato em madeira e ourivesaria no departamento de artes (atualmente no departamento de comunicação e artes visuais). Em 1980, como parte da promoção das micro e pequenas empresas, o governo italiano deu assistência para a instalação do departamento de design industrial no Instituto Tecnológico da Costa Rica (ITCR www.tec.ac.cr) atualmente rebatizado de Engenharia em Design Industrial e Comunicação Visual, e ademais estão se empenhando para a melhoria do curso de design interativo. O reitor da Universidade, Franklin Hernandez, que leciona anualmente Design Interativo em universidade da Alemanha afirma: “Ainda são poucos formandos em design interativo, mas acredito que ao aumentar o número de pessoas formadas, isso agregará à indústria”. Atualmente na Costa Rica, ao mesmo tempo que há um aumento na implantação de cursos relacionados ao design nas universidades particulares, o sucesso das universidades particulares chama atenção na área de design. Como é o caso da universidade especializada em arte, design e arquitetura, Universidad Veritas (www.uveritas.ac.cr) com a abertura dos cursos de design de produtos, design de interiores, animação digital e design publicitário.



*Foto 3-1 Martín Rodríguez ensinando alunos na Universidade Veritas
(foto: autora)*

Por estar sempre atenta às tendências, a Universidade recebe muitos intercambistas estrangeiros. O chefe de design, Oscar Pamio explica: “No design de produto, para fortalecer a área da moda convidamos vários professores da Colômbia especializados na área, pois acreditamos que a moda é uma área de grande potencial de desenvolvimento na Costa Rica”. Um dos professores convidados, Martín Rodríguez, disse: “A indústria de moda da Colômbia é bem famosa também na América Latina pelo seu alto nível. Como na Colômbia participei da promoção da área da moda, acredito que esperam de mim essa promoção aqui também”. A Universidad Creativa (www.ucreativa.com) oferece cursos de design de interiores até cinema, arquitetura, conteúdo digital, acessórios, moda e diversos cursos que estão relacionados com criação”. A diretora do curso de acessórios Amira Jalet disse: “A nossa faculdade é conhecida principalmente pelo sucesso dos formandos de moda.



Foto 3-2 Amira Jalet dirigindo o estúdio na Universidade Creativa (foto: autora)

É importante valorizar a comunicação com cada um dos alunos, pois isso está ligado diretamente com o desenvolvimento da criatividade do aluno”, realçando a notoriedade da Universidade Criativa através da moda. Além disso, como organização relacionada ao design, o Museu de Arte e Design Contemporâneo da Costa Rica (Museo de Arte y Diseño Contemporáneo: MADC www.madc.ac.cr) criado pelo Ministério de Cultura e Juventude (MCJ) é relevante, pois desde que foi fundado em 1994, além das exposições de obras e produtos de design, realiza também feiras, seminários, fóruns e pesquisas, promovendo o design, o que demonstra seu papel fundamental.



Foto 3-3 Exposição "Costa Rica Diseña" realizada no MADC em 2008 (foto: autora)

Se por um lado o número de formandos vem aumentando, em contrapartida até os dias de hoje há uma grande diferença entre a procura e a oferta de designers. Nos anos 80, devido à ativação da indústria turística, houve uma grande procura por design gráfico e recentemente por webdesign, enquanto os trabalhos na área de produção em design continuavam limitados. Juan Córdoba que leciona no curso de ID no Instituto Tecnológico da Costa Rica aponta que “Os esforços acadêmicos dificilmente estão ligados às indústrias costarriquenhas. A atividade do design deve ser aplicada na atividade industrial, se não, não há sentido.

Porém as universidades também não têm essa consciência”. Podemos dizer que o design não se tornou uma questão importante para o desenvolvimento e que o elevado nível acadêmico também quase não estava conectado com as indústrias, mas recentemente pode-se perceber aos poucos uma mudança das políticas de promoção do design. Por exemplo, o Ministério da Economia Indústria e Comércio (MEIC) com base no relatório da pesquisa Projeto Centro de Design Costa Rica (CÓRDOBA, SANCHEZ, VALVERDE, 2009) feita pelo curso de design industrial do Instituto Tecnológico de Costa Rica, está se preparando para construir o centro de design. O relatório aponta que é indispensável um centro de design para a criação de negócios, produtos e novas marcas para as empresas da área de design têxtil. Além disso, o Ministério da Juventude, Cultura e Esporte do governo de Arias colocou em prática o projeto de criação da diretoria de designers que visa solucionar a diferença de oferta e procura de designers com a criação de uma rede (*network*) para fortalecer o mercado, o fortalecimento da indústria cultural e a publicação de dados de designers no website. Atualmente, o MADC e MCJ através da cooperação com a Direção Geral de Apoio à Pequena e Média Empresas (Dirección General de Apoyo a Pequeña y Mediana Empresa - DIGEPYME) pela qual a MEIC é responsável, e com a Promotora de Comércio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) visam a promoção da área de design. O MADC em conjunto com MEIC e DIGEPYME, em 2011 fez uma análise dos questionários enviados para os escritórios de design e designers resumida no relatório Pesquisa da relação entre a oferta e procura das micro e pequenas empresas e o setor audiovisual e design urbano da Costa Rica”.

Em 2008, a exposição “Costa Rica Diseña” refletiu de forma clara a participação ativa dos designers nacionais.

3.3 Os designers que empreendem no mundo da moda

A participação ativa dos designers da Costa Rica vem chamando a atenção, principalmente o design de moda vem recebendo destaque. Também há um aumento de designers que trabalham no exterior, como por exemplo a designer de moda têxtil Dominique Rattón Pérez que trabalha em Nova York. Ela mesma fotografa lugares como favelas e mercados que são impressos em lenços de seda utilizando nas estampas tintas de origem vegetal e sem impurezas. Suas peças têxteis são como arte contemporânea e têm como característica predominante a expressão artística. Já Laura Scott, enquanto era estudante da Universidad Veritas ganhou o concurso de uma marca de couro e atualmente, utiliza retalhos de tecidos e produtos inutilizados para produzir artigos de moda nos EUA. María Elena Alfaro Molina atua como designer de moda nos EUA com coleções em Nova Iorque, Miami, México e Hollywood, onde muitos de seus clientes são celebridades.

Mas o foco será nas atividades de quatro designers que atuam na área da moda dentro da Costa Rica.

Lucrecia Loria - Designer industrial e empreendedora de uma empresa de sandálias

Em 1985 entrou no curso de design industrial do Instituto Tecnológico e se formou em 1990. Ela relembra: “No ensino médio estudei design gráfico, mas dentro de mim tinha muita vontade de produzir algo e por isso escolhi cursar design industrial. Na época a profissão de design industrial ainda não era muito conhecida e achavam que o profissional da área apenas desenhava impressos. Após me formar tive que trabalhar com design de catálogo de vendas contra a minha vontade, ou seja,

trabalho de gráfico, porém não pensava em ser uma funcionária que recebe apenas ordens, eu queria fabricar algo eu mesma”. E continua: “Enquanto experimentava vários materiais, o couro foi o que mais combinava comigo. Pegava retalhos de couro em lojas de sapatos e experimentava fazer pochetes, caixa de óculos e chaveiros, depois produzi cintos e carteiras. Soube na época pela pesquisa de mercado que os produtos de couro estavam em falta”. Loria percebeu que os produtores de couro produziam de forma bem artesanal, o que fazia com que a produtividade fosse baixa, dessa forma ela continuou os estudos para decidir o local da produção e como fazer para manter um certo volume de produção. Soube que iria abrir um curso de produção de calçados no Instituto Nacional de Aprendizagem (INA), mas logo descobriu que ensinavam o nível básico e que era longe demais. Na mesma época, quando participou do seminário organizado pelo Centro de Pesquisa e Tecnologia de couro da Universidade da Costa Rica, descobriu a Escola Ars Sutoria na Itália onde decidiu fazer um intercâmbio de estudos. Essa escola é muito conhecida pela modelagem dos calçados, mas não oferece bolsa de estudos então ela mandou uma carta explicando que não conseguiria pagar toda mensalidade e as despesas, e logo teve uma resposta de que poderia pagar a metade da mensalidade. Para poder pagar, Loria trabalhou no refeitório da faculdade e sobre a experiência na Itália diz: “O que aprendi foram principalmente métodos de design, apesar de ter aprendido sobre os materiais e molde de papal, não chegamos a produzir nenhum calçado. Porém pude aprender ergonomia, anatomia do pé, e coisas técnicas como os tipos de costura e peças decorativas. Durante a minha estadia visitei feiras e desfiles de moda de vários lugares e pude ver quanto o calçado é uma peça importante para a moda”. Ela também foi elogiada pelo seu design de calçados e até convidada para trabalhar como designer especializada na área, no entanto, ela não queria fazer apenas design, mas também participar da fabricação de calçados. Embora tenha conseguido bastante conhecimento sobre calçados durante esses dois anos de intercâmbio, ainda não tinha produzido sequer um par, de forma que, logo que voltou para a Costa Rica procurou a Adoc (empresa de calçados) e teve a oportunidade de trabalhar como

operária na fábrica de sapatos. Enquanto estudava métodos de fabricação em uma fábrica de calçados, ela acumulou vários estudos e teve seu próprio local de trabalho em 1995. Iniciou a negociação comercial pela internet e percebeu que havia menos risco e era mais rápido. Tinha que comprar acessórios da Espanha mas conseguia vender para a Espanha, México, EUA e Brasil. Loria compartilhou o seu pensamento “Comecei a fazer sem saber nada, mas me esforcei para criar produtos de alta qualidade através do design, porque acredito que o sucesso de um produto se deve à qualidade e ao design original. O mercado do meu país é pequeno e o mercado de sandálias femininas é ainda menor e por isso, se lançar um design novo ele rapidamente irá se espalhar pela Costa Rica toda, porém é necessário mostrar às pessoas que o mercado está aberto”. Explica, “Aqui é supersaturado de calçados baratos da China e por isso, para conseguir competir, os pontos fortes da minha empresa são a quantidade de informação, a vanguarda e a pronta entrega. E o motivo de ter escolhido apenas a sandália é para poder manter a criatividade e para não gerar outros problemas”. De acordo com Loria, fazer design é igual a pesquisar, ver filmes, novelas e TV pois tornam-se dicas na hora da criação. “Para cada coleção de cada estação, desenhamos os modelos e criamos os protótipos, pensando na sustentabilidade, tentamos os pigmentos de origem vegetal. E por calçado ser produto que tem contato com a pele, evitamos usar materiais sintéticos que não permitem a pele respirar o máximo possível”.

Atualmente vende apenas no mercado nacional, produz com 10 funcionárias e no alto da estação produzem cerca de 2.000 calçados (em média ao preço de 17-20 dólares por calçado) por semana. A fábrica onde produz fica na vila onde Loria mora e todas as funcionárias são pessoas da própria vila. Além disso, ela administra uma boutique que vende calçados, roupas e bolsas de outras marcas. (A entrevista com Lucrecia Loria faz parte de matéria escrita por Luis Fernando Quirós⁴¹ publicada no site da Sandalias Lucre e no Facebook).



Foto 3-4 Sandálias desenhadas por Lucrecia Loria (foto: Loria)



Foto 3-5 Loria dando instruções aos funcionários de sua fábrica (foto: autora)

Sonia Chang - Designer e empreendedora de uma empresa de moda

A sua produção é baseada em um design elegante que dá ênfase à silhueta feminina, além de usar características regionais, como padrões do artesanato tradicional e da cerâmica indígena, produzindo assim um design vernacular. Também faz design de uniformes com padrões tradicionais. Desde 1980, quando começou a confeccionar roupas para aqueles que gostavam do seu design, Chang explica como foi sua trajetória para empreender: “Um dia, por coincidência a primeira dama da Costa Rica viu meu design e pediu que eu fizesse um traje pra ela, e assim ela passou a vestir o que eu fazia para ir à viagens e eventos do governo. Então, aos poucos o meu negócio começou a crescer e cada vez mais consegui atuar como especialista da alta costura”. Enquanto seus negócios cresciam, começou a

estudar artes aplicadas na Universidade Nacional e design de moda na Univesidad Creativa. Em 1999 ganhou o concurso de design de moda realizado pelo Centro de Cultura e Ciências e em 2003 participou como representante da Costa Rica no desfile Nacional de Moda em El Salvador. Em 2004 participou no Fashion Week em Miami e em Nova Iorque. Ela recorda “Na minha estréia nos EUA a preparação foi bem trabalhosa, eu estava tão nervosa que nem conseguia dormir de noite”. Em setembro de 2008 inaugurou a sua primeira boutique onde começou a vender as roupas com o seu design e novas coleções de bolsas de couro. Atualmente, no lugar dessa boutique criou uma marca mais casual pela qual cria e vende o próprio jeans.

“No meu caso, pelo meu nome ser mais conhecido no exterior, há clientes da Espanha e dos EUA que vem comprar as minhas peças. Por exemplo, sou convidada todo ano para o desfile de moda do Santander na Espanha”. E revela seus objetivos para o futuro: “Quero que o design costa-riquenho seja bem avaliado no mundo e com isso quero que os costa-riquenhos compreendam que com os designers atingindo o nível internacional seria possível salvar a economia do país. Eu mesma tive a sorte de poder participar em vários desfiles de moda em Nova Iorque, Espanha, Miami e na América Central, e por este motivo gostaria de poder contribuir com minha posição atual para o sucesso da futura geração”. Além disso, ela afirma que visa por meio da moda a promoção da cultura costarriquenha e a conservação do meio ambiente. Ela é uma das líderes do fashion week da América Central, que é como uma plataforma de promoção da moda centro americana e atua ativamente como uma representante da criação de moda na América Central. (Entrevista com Sonia Chang em matéria escrita por Luis Fernando Quirós, de acordo com o website www.soniachang.com, Jeans by Sonia Chang, Sonia Chang Alta Costura e facebook).



Foto 3-6 O trabalho de Chang no desfile de moda (foto: Chang)

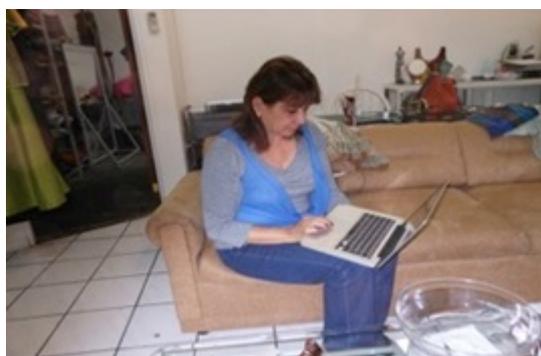


Foto 3-7 Chang trabalhando em seu ateliê (foto: autora)

Montserrat Ramirez - Designer Têxtil e empresária de fábrica de bolsas

Ramirez faz design de bolsas femininas em tecido com temas de natureza (biodiversidade), paisagem, pedras e vegetais.

Estudou artes visuais na Universidade Nacional, fez intercâmbio de estudos em Milão na Itália e estudou design têxtil no Instituto Europeo di Design. Para aproveitar seus estudos, voltou para a Costa Rica onde em 2003 fundou sua empresa de bolsas a Malvano Pitelu, e criou a marca Malvano. Ramirez afirma que no início executava todas as etapas sozinha. “As oito bolsas que já tinham o estilo definido foram vendidas rapidamente por 20 dólares e usei esse ganho para comprar tecidos para a próxima produção. Apesar do aumento das vendas, por ser voltada para o público jovem, a produção mantinha no nível caseiro. Portanto, foi necessário contratar uma pessoa para a

montagem. Depois contratei outras pessoas para ficarem responsáveis por cada etapa como a alfaiataria, tricô, bordado *etc.* No primeiro ano tive inúmeras idéias, fiz design de duas séries que não foram produzidas em grandes quantidades. Em 2004 comecei a vender em uma loja comum, no primeiro ano tive o lucro máximo de 200 dólares, mas quando fiz a série das “franjas” tivemos o lucro de 500 dólares. Aos poucos as vendas aumentaram e havia vezes que atingia 4.500 dólares por mês. Em seguida foram criadas as bolsas das séries “Esporos” e “Minerais”. Como a confecção dos produtos de tricô e o design da série “Semente” precisavam de mão de obra especializada, foi necessário contratar mais funcionários” explica Ramirez sobre a trajetória de crescimento da produção.

A média da produção atual é de 140 bolsas por mês, vendidas pela internet e até em lojas de aeroporto. Ademais, essas peças foram expostas até na Bienal da América Latina em Amsterdam e no museu têxtil em Washington D.C. Em 2008, na 1ª Bienal Ibero Americana, em Madri, Ramirez foi escolhida como designer expositor. “Ainda não pode se dizer que a área da moda na Costa Rica é uma indústria, porém, há vários designers empreendedores que estão caminhando para atingir níveis internacionais. E por isso muitos jovens estão se empenhando em criar tendências”. (De acordo com o site da Malvano www.malvanocr.com, o facebook de Monserrath Ramirez e a entrevista de Ramirez na matéria escrita por Luis Fernando Quirós).



Foto 3-8 Bolsas sobre o tema da biodiversidade (foto: Carlos Quesada)



Foto 3-9 Ramirez na frente de casa /oficina (foto: autora)

Natalia Cordero - Designer e empreendedora de empresa de bolsas e vestuário

Formou-se no curso de design de produto na Universidade Veritas, fundou a Pez, marca voltada para os universitários, e a Senhero, marca de bolsas femininas. Até 2010 empreendia junto com seu colega de universidade, Rodolfo Rodríguez, mas após a sua morte administrou sozinha a empresa.

“Desde 2006, criamos por nossa conta bolsas diversas para jovens entre 15 e 30 anos, que vendíamos de modo informal em festivais da Universidade. Como a reação foi boa, usamos as máquinas industriais para melhorar a qualidade dos produtos”, explica ela, sobre o início do empreendimento. Ela objetivou a produção em pequena escala (5 a 10 peças do mesmo modelo) de produtos com design característico inédito até então, e jaquetas, blusas e estampas de camisetas. Com o investimento de 200 mil dólares em equipamentos de silk screen e máquinas de costura, passou a produzir 1.000 bolsas por semana. Já em 2009, pagava 2.000 dólares por mês para os quatro funcionários, além da previdência social e da aposentadoria. Por ano, conseguia lucrar 65.500 dólares, sendo 32.700 dólares de lucro líquido, e isso equivale na Costa Rica à renda de dois artesãos especializados. Vendia suas peças na sua própria loja chamada Imaculada, nas lojas de outros, nos principais resorts, em várias lojas virtuais de bancos e em várias feiras e eventos. O material usado nos produtos eram sobras de uma grande fábrica asiática

e por isso não tinha muitos custos, além de permitir o uso de diversos tipos de tecidos. O propósito da criação da marca foi o de se diferenciar dos produtos convencionais, industriais ou artesanais, que existiam no mercado da Costa Rica e produzir artigos inovadores de alta qualidade. “Com a mecanização, consigo produzir jaquetas, roupas e artigos de moda de alta qualidade e me empenhar para entrar no mercado internacional da Espanha, EUA, Argentina e México. Não tenho como objetivo a produção em massa, mas busco avançar do ponto de vista sociocultural e econômico no próprio mercado e junto aos meus próprios consumidores, que compreendem o valor do design” conta Ramirez, revelando a sua ambição. E como designer de produtos, realiza diversos trabalhos de design para empresas da área médica, de embalagem e Identidade corporativa.

“A Costa Rica dos anos 60 até os anos 90, era um país das maquiladoras, mas atualmente sua economia está voltada para os serviços de atendimento e para a indústria turística. Como as grandes empresas se mudaram para outros países com mão de obra mais barata, sobraram no país vários equipamentos e trabalhadores habilidosos, o que permitiu a eles atuarem novamente em mini fábricas. E ainda, há alguns anos surgiram executivos da área de design em algumas faculdades particulares. As indústrias nacionais da Costa Rica foram convergindo em quatro segmentos, que são: café, marcenaria, têxtil - onde existe tanto a produção formal de uma fábrica de grande porte quanto a produção informal por antigos trabalhadores -, e a indústria de serviços do turismo. Em meio a esse agrupamento, acredito que apenas a marcenaria e a têxtil são áreas que possibilitam a realização da atividade de produção pelo executivo de design. Pelo menos nas regiões urbanas, há jovens especialistas em design para planejar a criação de novas micro e pequenas empresas e isso nunca foi visto até então”, explica ela. (Entrevista com Nathalia Cordero em matéria de Luis Fernando Quirós, de acordo com o website www.imaculadacr.com, pezdiseno.hi5.com, www.pezcr.com e no Facebook da Pez Diseno Urbano, Tienda inmaculada).



Foto 3-10 Bolsa para estudantes da marca Pez (foto: Cordero)



Foto 3-11 Cordero vendendo produtos em sua loja Inmaculada (foto: autora)

3.4 O significado da atividade do design associada ao empreendimento

Nesta parte serão abordados os exemplos da atividade do design levantados anteriormente, suas características em comum para, a partir dos significados dos exemplos, pensar a relação com as questões do país do ponto de vista do sistema de produção e consumo e do sistema cultural.

(1) A criação do efeito sinérgico

O ponto de partida para se pensar nas características em comum é que todas as atividades de design citadas foram realizadas por designers que tiveram formação especializada e a outra é que todos eles estão criando o seu próprio campo de atuação como designers. Ou seja, os empreendimentos têm em comum o fato de a atividade do design acompanhar a atividade empresarial. Começaram informalmente em pequena escala, mas conseguiram se inserir no mercado interno e no mercado externo como microempresas. É visível como a atividade empresarial, tanto a produção quanto as vendas, conduzida pelos designers, o que inclui um bom conhecimento da situação atual da moda, do significado do design e de marketing, faz elas serem diferentes das microempresas comuns. Quando um empreendimento se inicia, já unido ao design, quase não precisa de capital e de técnicas especiais. Tem como característica ser uma atividade de produção e venda que não depende de propaganda, uma relação direta com o consumidor, além de a produção e a venda estarem ligadas com a região. Outro ponto em comum é que consegue extrair ao máximo a criatividade e o conceito do próprio designer. A atividade independente de design propõe diretamente suas próprias sensibilidades e conceitos mantendo uma postura de

não obedecer aos consumidores, mas atendendo suas preferências, ou seja, geralmente são difíceis para designers que trabalham em empresas. Assim como no exemplo do design artístico, pode se afirmar que isso não só permite a criação dos próprios valores como também está ligado com a solução dos problemas econômicos e técnicos da atividade empresarial. Além do mais, nos exemplos apresentados, o design é produzido de uma forma que considera a conservação do meio ambiente. Os designers que tiveram ensino especializado compreendem o significado do ecodesign e por isso pode-se pensar que a atividade empresarial destes levam mais em consideração o meio ambiente do que as empresas comuns.

Ao analisar melhor todas essas características, percebe se que a atividade do design influencia a atividade empresarial e vice-versa, formando uma estrutura característica onde os dois, que influenciam positivamente um ao outro. Por um lado, o design consegue diminuir as limitações capitais e tecnológicas permitindo a criação de produtos artísticos, valorizando mais a empresa e possibilitando a inserção no mercado. Por outro lado, quando a produção é conduzida pelo design a atividade empresarial garante a atuação do design independente e de alta qualidade. Ou seja, tanto a atividade do design quanto a atividade empresarial estão se ajudando mutuamente para se sustentarem (Figura 3-1). É de se pensar que essa estrutura consegue dinamizar ambas as atividades e ainda gerar um efeito sinérgico. Conseguir dinamizar ao mesmo tempo a atividade do design e a atividade empresarial, significa que a maneira de ser da promoção industrial é eficiente e que pode virar um fator importante para o desenvolvimento endógeno.

Na Costa Rica, se por um lado a falta de empregos e oportunidades para os designers demonstrarem toda a sua criatividade propiciou a formação de empresas pelos próprios designers, por outro lado alguns fatores motivaram o cenário atual: a atenção no design de moda na América Latina, as tendências mundiais, a presença de um órgão focado no design no país, designers que não gostam de depender de outros, motivação para criar uma nova indústria, presença de consumidores conscientes e um descontentamento com o

sistema econômico atual. Ou ainda, pode ser que devido à falta de tecnologia e capital, não sobrou outra opção a não ser dar mais importância ao conceito, produzir em menor escala e se tornar uma produção artística, proporcionando a formação de uma atividade de design empresarial única. Nas outras áreas isso não acontece muito, mas no mundo da moda é comum se ver a atividade empresarial por designers conhecidos. As atividades microempresariais por designers também não é algo raro de se ver, há muito nos países desenvolvidos, e como dito no capítulo anterior é um fenômeno notável também no Brasil e outros países da América Latina. Esse tipo de microempresa muitas vezes se torna empresa social, uma alternativa em relação ao sistema econômico e ao sistema cultural atual.

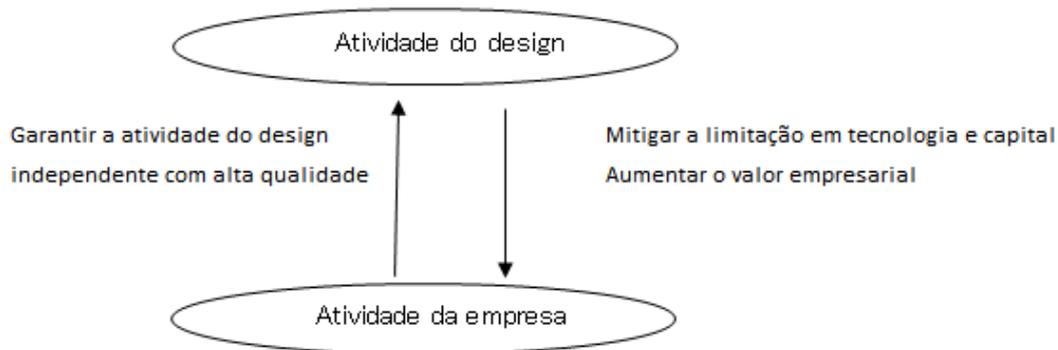


Figura. 3-1 Relação mútua entre as atividades de design e as atividades corporativas (elaborado pela autora)

(2) A contribuição para as questões internas do país

Ao ver pelo ponto de vista da situação atual da Costa Rica e dos problemas que ela carrega, quais são os significados das características do design associado ao empreendimento?

Em primeiro lugar, é algo pequeno em comparação com o todo, porém pode se pensar que está ligado ao desenvolvimento e fortalecimento das micro e pequenas empresas que são um dos fatores para a promoção do país, gerando um sistema industrial que não depende do capital estrangeiro. Para a Costa Rica, que objetivou o desenvolvimento econômico sempre através do capital estrangeiro com a produção de produtos primários (café,

banana), indústria turística, indústrias maquiladoras de peças eletrônicas, têxtil e confecção, é muito valioso um sistema industrial que gere valores endogenamente. Nos exemplos da atividade industrial, o que mais gera valores é a atividade do design que é um capital cultural imaterial. O valor cultural único gerado pela utilização do capital cultural, gera o valor econômico e assim pode-se dizer que a utilização do capital cultural cria um sistema que consegue gerar valores endogenamente.

Em segundo está a diversificação das indústrias e a mudança da estrutura industrial, na qual a seção de planejamento e design é a seção com a maior taxa de lucro. Isso é diferente da indústria de confecção incorporada no *Global Value Chains* como indústria de montagem, uma indicação de que está sendo realizada aos poucos uma mudança estrutural para uma atividade econômica que possui maior taxa de lucro, difícil de executar até agora.

Em terceiro, é uma atividade relacionada à diminuição do impacto ambiental uma vez que o design é a seção de menor impacto. A criação de atividades corporativas em condições de controlar as cargas ambientais leva à mitigação de problemas, algo valioso para a Costa Rica que possui uma estrutura industrial que dificulta controlar o ambiente, devido à dependência do capital externo.

Todas essas atividades do design citadas contribuem para o enfrentamento das questões da Costa Rica, aumentando a sustentabilidade da sociedade costarriquenha.

(3) Mudar o sistema de produção e consumo

O sistema de produção e consumo em massa que os tempos atuais incentivam, é a causa da massificação do consumo, e o fator que gerou muitos problemas em várias regiões. O consumo está sempre sendo induzido por meio da publicidade e pelo poder de propagação da informação. Neste sentido é indispensável analisar a forma como o design contribuirá no sistema de produção e consumo para a formação de uma sociedade sustentável.

Então, em relação ao sistema de produção e consumo, qual será o significado do design associado ao empreendimento?

Primeiro, pode se pensar que o design estimula a diversificação da produção e do consumo. A criatividade e o conceito do designer e também a produção em pequena escala, correspondem à diversificação do mercado de consumo, que além de inibir a produção e o consumo padronizado, estimula o design a utilizar recursos culturais da própria região e o capital cultural material e imaterial, e a criar um ambiente que facilitará a criação de valores culturais. E a aplicação do capital cultural e criação de valores culturais certamente irão fortalecer o sistema cultural como um todo.

Segundo, tudo indica que o design está ligado à autonomia do consumo. O sistema de produção e consumo que consegue extrair ao máximo o conceito e a criatividade do designer, inevitavelmente irá aprimorar a habilidade de aproveitamento pelo consumidor. Para compreender o valor de um produto são necessárias criatividade e autonomia do consumidor, favorecendo um consumo criativo e autônomo. As atividades corporativas que não dependem de publicidade não se estabelecem, a menos que o conteúdo do produto seja significativo, caso contrário será difícil controlar o consumismo. A autonomia do consumo irá diminuir os problemas de demanda que foram criados artificialmente e irá conseguir conter o consumo excessivo.

Terceiro, podemos dizer que o design está estimulando a regionalização da produção e do consumo pois o principal da atividade empresarial, desde o planejamento, design até a produção e as vendas ocorre dentro da Costa Rica, ou seja, é um sistema de produção e de consumo em que as pessoas da própria região produzem, vendem e compram o produto. Por causa da padronização mundial do sistema de vendas há um aumento da deslocalização, não só da produção, mas do consumo também. Os artigos de moda das empresas dos designers foram feitos pelos designers da própria região, e ao ser vendido pode-se dizer que está estimulando a regionalização do consumo. A regionalização da produção e do consumo além de diminuir os problemas causados pela deslocalização regional,

consegue também diminuir os impactos ambientais reduzindo o desperdício causado pela distribuição.

Quarto, relacionado com o terceiro fator, a amenização do sistema hierárquico de produção e consumo que tem como topo os países desenvolvidos. O sistema de hierarquia das grandes empresas e da *Global Value Chains* incentivou a deslocalização para diminuir os custos, gerou problemas devido à remuneração do trabalho com salários mínimos, a piora do meio ambiente nos países emergentes e influenciou o sistema cultural destes países devido à criação de um sistema que inibe a utilização do capital cultural local e a criação de valores culturais. Não apenas na Costa Rica, mas em vários países emergentes, shoppings estão sendo construídos nos subúrbios onde vendem produtos de empresas multinacionais, totalmente diferentes em valor cultural e com valor econômico comparado aos produtos nacionais. Nos países emergentes, não só a produção, mas também o consumo está sendo controlado pelos países desenvolvidos, e com o controle do consumo constrói-se uma hierarquia cultural que poderá controlar o sistema cultural. A atividade do design autônoma e de alta qualidade do designer e empreendedor costarriquenho, possibilita a produção de produtos de alto valor agregado que até então eram vistos somente nos países desenvolvidos, e ameniza o sistema hierárquico de produção e consumo, o que fortalece a singularidade do sistema cultural.

A mudança do sistema de produção e de consumo significam, como citado no item anterior, a criação, o fortalecimento das micro e pequenas empresas, a diversificação das indústrias e o aumento da sustentabilidade ambiental. E a produção e o consumo excessivo significam a padronização do consumo, a deslocalização da produção, a hierarquia do sistema de produção e consumo, questões que precisam de mudanças em escala mundial. Estas podem ser consideradas contradições do sistema econômico atual, que caso não sejam solucionadas não será possível a formação de uma sociedade sustentável. A atividade do design apresentada no exemplo é um modelo que estimula a amenização dos problemas do sistema de produção e consumo não só na Costa Rica, mas ligado à uma mudança para um sistema econômico sustentável em escala mundial.

(4) Mudar o sistema cultural

Do ponto de vista do sistema cultural, qual o significado da atividade do design?

Para começar, está ligada à manutenção da diversidade cultural. Com a globalização e o liberalismo e à exceção da produção do artesanato tradicional nos países emergentes, está cada vez mais difícil a aplicação do capital cultural material e imaterial e a criação de valores culturais únicos da região. Por exemplo, na Costa Rica foi bem sucedida a criação de valor econômico com a produção e exportação dos circuitos integrados, porém, isso não significa que construiu uma estrutura industrial capaz de criar valores culturais únicos. Já a atividade do design, baseada na criatividade e no conceito do designer consegue criar produtos que possuem valores culturais únicos. Olhando o todo do sistema cultural, a criação de valores culturais únicos é a criação de valores culturais diversos, ou seja, é a criação da diversidade cultural. De acordo com David Throsby, a diversidade cultural por possuir a habilidade de criar capitais, é fundamental para a manutenção do sistema cultural e deve ser mantida (THROSBY, 2001, p.57). Ou seja, a diversidade cultural possui a habilidade de criar um capital cultural com um novo valor cultural, e ao fortalecer esta habilidade se consegue a manutenção do sistema cultural.

Em segundo, está estimulando a regionalização do sistema cultural. Pode-se dizer que a cultura é chamada de cultura pela sua regionalidade, mas isso não quer dizer que na realidade há necessariamente uma estrutura que aplique o capital cultural único da região. Por exemplo, até na indústria turística, onde a regionalidade é indispensável, a utilização do capital cultural de países desenvolvidos e a estrangeirização do sistema cultural estão prosseguindo. Antes, em cada região havia um sistema cultural próprio que se utilizava do capital cultural da própria região, mas atualmente, a deslocalização do sistema cultural está progredindo através do sistema de produção e consumo. No exemplo da Costa Rica, ao aplicar o capital cultural material e imaterial da região, estará originando uma estrutura que cria valores culturais próprios. A regionalização do sistema cultural é o

fortalecimento do próprio capital cultural da região e do sistema cultural como um todo.

Em terceiro, diminui a hierarquia cultural. A hierarquia da estrutura produtiva induz à padronização e à deslocalização, além de inibir a diversificação e a regionalização do sistema econômico e, ao mesmo tempo, a hierarquia cultural inibe a diversidade cultural. Através do poder da propagação de informação e da propaganda, os países desenvolvidos conseguem estimular a categorização mundial da cultura e dos valores culturais. Em escala mundial, com a categorização dos valores culturais, será restrita a utilização e a valorização do capital cultural e a criação de valores culturais, exceto da principal, perdendo-se assim a diversidade. Atualmente, o sistema de produção e consumo por meio da globalização e do liberalismo estão controlando cada vez mais o sistema cultural. Em um país emergente como a Costa Rica, mesmo que tenha a hierarquia cultural controlada pelo sistema econômico, a diversidade e a autonomia cultural estão se retraindo. No exemplo da Costa Rica, com a atividade do design que consegue criar os seus próprios valores culturais é possível que a produção amenize a hierarquia cultural.

Assim, a atividade do design que associada ao empreendimento consegue manter a diversidade cultural e fortalecer o capital cultural, além de formar a estrutura para criar os seus próprios valores culturais, contribui para a formação de um sistema cultural sustentável.

Sistema de produção e consumo	Sistema cultural
<ul style="list-style-type: none"> • Diversificação da produção e consumo • Autonomização de consumo • Regionalização de produção e consumo • Mitigação da hierarquia no sistema de produção e consumo 	<ul style="list-style-type: none"> • Manutenção da diversidade cultural • Regionalização do sistema cultural • Mitigação da hierarquia cultural
↓	↓
Sistema sustentável de produção e consumo	Sistema cultural sustentável

Tabela 3-1 Significados dos casos nos dois sistemas(elaborado pela autora)

(5) A relação mútua que traz a diversidade e a regionalidade

Analisado o significado sob três pontos de vista no exemplo da Costa Rica, será analisada a relação entre o sistema de produção/consumo e o sistema cultural e as mudanças ocorridas com o design.

No exemplo, o design que consegue criar os seus próprios valores culturais, poderá trazer a diversidade e a regionalidade ao sistema cultural e ao sistema de produção e consumo. A diversidade e a regionalidade ao diminuírem os problemas de seus respectivos sistemas, tornam o sistema mais sustentável. As atividades de produção e consumo que podem criar e usufruir valores culturais únicos, trazem diversidade e regionalidade e fortalecem o sistema cultural e o capital cultural. Por outro lado, a singularidade cultural, ou seja, a diversidade e a regionalidade culturais são condições necessárias para criar uma atividade de produção que sustenta a estrutura que produz os valores culturais singulares. A diversidade e a regionalidade possibilitam uma atividade de produção regional e diversificada, as quais as grandes empresas não conseguem, dessa forma estão mudando o sistema de produção e de consumo. Isto é, a atividade do design irá trazer a diversidade e a regionalidade para ambos os sistemas, o que indica que há a possibilidade de mudar o sistema mutuamente.

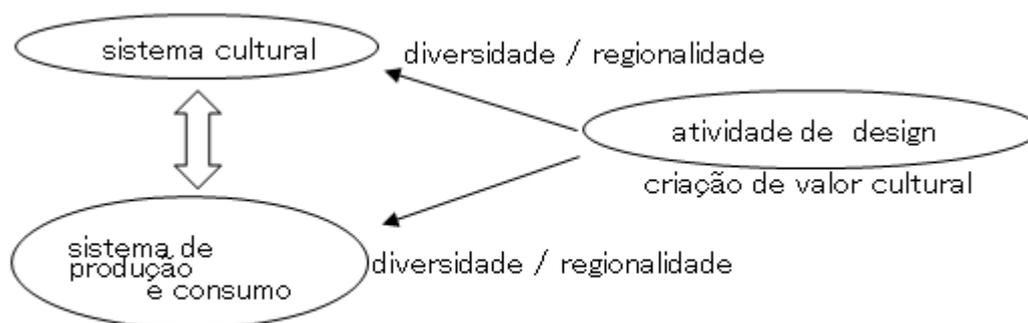


Figura 3-2 Relação mútua entre sistema de produção / consumo e sistema cultural através de atividades de design (elaborado pela autora)

Na verdade, esse relacionamento mútuo é o mesmo que se observa na estrutura de interdependência de atividades de design e atividades corporativas que constituem as características deste

caso. A atividade empresarial como atividade de produção garante a atividade do design como uma atividade cultural, por outro lado, as atividades de design como atividades culturais dão valor às atividades corporativas que são atividades de produção. Atualmente, pode se afirmar que o sistema econômico está controlando o sistema cultural, mas na verdade o sistema de produção e de consumo e o sistema cultural deveriam estar se influenciando mutuamente. No exemplo da Costa Rica está demonstrado que ao criar valores culturais próprios através do design é possível mudar o sistema de produção e ao mesmo tempo mudar o sistema cultural.

3.5 O motivo de ser a área da moda

Aqui será analisado o exemplo da Costa Rica do ponto do design, deixando claras as características especiais do design de moda e considerando as possibilidades do design daqui pra frente. À medida que ficarem claras as características do design de moda, ficarão mais precisas as possibilidades futuras das atividades do design.

No design de moda atual, como uma forma de reação à globalização e padronização observa-se uma tendência de reconhecimento do valor do artesanato e da arte, e um crescimento de propostas como meio de expressão que dão mais importância ao ponto de vista ambiental e social. Não apenas o design de eletrodomésticos e de carros mas também o design de moda está chamando atenção, parecendo até que representa as outras atividades de design. Como mostram pesquisas de sociologia, a moda é, mais do que qualquer coisa, uma representação da cultura.

A primeira característica a se pensar a atividade do design dentro da área da moda é ser um composto de propostas de valores culturais, característica mais notável principalmente agora. Assim como o artista faz suas obras e nelas está inclusa a sua ideologia, isso facilita a criação de valores próprios e possibilita uma atividade vanguardista culturalmente. Semelhante à uma obra de arte, executada somente como atividade de expressão, e por isso, é uma atividade de elevada autonomia. Ao aplicar a classificação do valor cultural das obras artísticas como David Throsby (THROSBY, 2001, p.19-43) ao valor cultural do design de moda, é possível levantar "valores estéticos" como estilos e elementos de modelagem e texturas; "valores simbólicos" como a produção de significado, comunicação e informação; "valores sociais" como a relação entre sociedade, identidade e uma auto expressão da sociedade; e "valores mentais" que incluem ideologias e o pensamento. Todos esses

valores culturais formam a moda, e por este motivo desde o início, a atividade do design é uma área em que a diversidade está inserida. É claro que no caso de carros, eletrodomésticos e produtos de uso diário é possível a sugestão de valor cultural, ou seja, em qualquer tipo de produto está incorporado o valor cultural. Mas o design de moda, que tem como objetivo principal a criação de valor cultural, se caracteriza pelo próprio valor cultural. O motivo do destaque da moda atualmente é ter muitas demandas de valor cultural no lugar da funcionalização e da padronização, pois a moda é o alvo mais acessível para sugerir valores culturais. E os valores culturais sugeridos geram valores econômicos, e ao mesmo tempo faz acumular capital cultural imaterial, tais como ideologia e consciência estética, na região. Com o acúmulo de capital cultural, é mantido o próprio sistema cultural e econômico, como nos exemplos da Itália e França, este capital está ligado ao poder da cultura do país ou ao “*soft power*”.

A segunda é que são poucas as restrições à forma de produção do design. Em outras palavras, o mundo da moda possui muita maleabilidade e diversidade na forma de produção se comparado ao design de automóveis e de eletrodomésticos, que representam o design contemporâneo, as características ficam muito mais evidentes. Os automóveis e eletrodomésticos têm a sua função e forma de produção já preestabelecidas, sendo assim a área de atuação do design, incluindo o conceito, é bem restrita. Por outro lado, no design de moda pode se escolher a tecnologia e a forma de produção a ser usada, partindo do conceito e da criatividade. A flexibilidade na produção permite que o próprio designer consiga produzir sozinho, desde a produção em massa até a produção variada em pequena escala, alta costura e o feitiço em casa, formas de produção diversificadas. E nessa atividade do design são garantidas a autonomia e a diversidade. Por causa da modernização e principalmente do capitalismo, a moda passou a ter o significado de tendência. A economia de escala e da comercialização incentivam o consumo, intensificando o desejo de mudança e de ter o novo. De fato, a moda incentiva o consumo excessivo e podemos dizer que é uma área que representa as contradições do capitalismo, porém a diversidade que está imanente na forma de produção e a

característica de sugerir valores culturais próprios conseguem fazer com que a atividade do design seja autônoma e diversificada.

O exemplo abordado mostra a área da moda que consegue sugerir facilmente os próprios valores culturais, sem restringir a tecnologia e o capital, e uma atividade de design singular onde o designer consegue expressar a sua criatividade e conceito, ou seja, aponta a facilidade de expansão do design autônomo. Por outro lado, pode se dizer também que a atividade do design autônomo consegue sugerir valores culturais. O mundo real do design de moda não é apenas de designers conhecidos, pelo contrário, é feito do design que reproduz as peças mais vendidas. No entanto, pode se observar várias atividades de design autônomas e empresariais que conseguem sugerir valores culturais próprios sem se limitarem às empresas de moda e de designers. Como por exemplo a “MUJI”, que consegue propor os seus valores culturais sem se preocupar com as tendências. Este tipo de posicionamento de atividade do design não necessita se “moldar” aos consumidores e nem aos produtos mais vendidos, mantém sempre a sua identidade própria e aumenta a habilidade de aproveitamento do consumidor. A atividade do design autônoma que visa propor os valores culturais possui alto potencial para mudar o sistema cultural e o sistema de produção e consumo.

3.6 O potencial da atividade do design gerada pelo empreendimento

No exemplo da Costa Rica, há sugestões também para sabermos mais das características do capital cultural e das relações com outros capitais. Para o agronegócio e para a indústria turística, o meio ambiente, ou seja, o capital natural é o fator mais importante a se desenvolver. No entanto, assim como a Costa Rica que tem problemas na aplicação deste, corre o risco de perder o próprio capital natural. Os grandes capitais multinacionais, são compreendidos hoje em dia como o agente causador da destruição ambiental. Apesar da semelhança entre capital cultural e capital natural, “Enquanto o capital natural é proveniente dos benefícios da natureza, o capital cultural é proveniente da criação dos humanos” (THROSBY, 2001, pp.44-60) e como Throsby aponta, o capital cultural é fortalecido com o uso. A atividade do design, que é um capital cultural imaterial, utiliza-se do estoque de capital cultural que é um recurso da própria região, para criar produtos de design singulares que são capital cultural material de fluxo. Ao utilizar o capital cultural chamado design, vai acumulando e fortalecendo o capital cultural material e o imaterial, formando um sistema cultural próprio. E ainda, o capital cultural é algo que valoriza o capital humano. O levantamento da similaridade entre o conceito de capital cultural e capital humano (THROSBY, 2001, p.46-60) não é algo que nega a importância do capital cultural, mas significa que a existência da cultura é que forma o capital humano que, por sua vez é mais valorizado quando se aplica ao capital cultural. Na Costa Rica uma grande proporção do orçamento nacional é destinada à educação e a participação no desenvolvimento do capital humano tornou-se a identidade do país, causa do sucesso da atração de empresas como a Intel. Apenas com capital humano é difícil a realização do desenvolvimento endógeno e ainda diminuir os riscos de

escassez do capital natural, não é tarefa fácil. No entanto, na pesquisa são apontadas diversas causas, uma das razões para o fracasso da substituição de importações é provavelmente a não construção de uma estrutura que pudesse utilizar o capital cultural, abundante nos países em desenvolvimento. Com o objetivo de autossuficiência através da industrialização, o processo de pedir empréstimo de capital e tecnologias aos países desenvolvidos (onde já estava avançando a modernização) foi também o processo de abandonar não apenas o capital natural, mas também o capital cultural doméstico. Até então, nas regiões periféricas o capital cultural não era bem aplicado no sistema produtivo. E o que o exemplo da Costa Rica indica é que a atividade cultural, que é capital cultural imaterial, consegue elevar o capital humano além de reduzir os riscos de escassez do capital natural, e ainda possibilitar o desenvolvimento da indústria nacional que não dependa do capital externo.

O exemplo da Costa Rica é sugestivo também para pensar na interdependência entre o sistema cultural e o sistema de produção e consumo, pois qualquer região ou país que está incorporado ao sistema econômico mundial, em duplo sentido, não apenas os países em desenvolvimento mas também as áreas rurais dos países desenvolvidos, estão sendo ameaçados como mencionado no capítulo anterior. Com o excesso de importação de cultura dos países desenvolvidos e das regiões desenvolvidas, chegou-se a uma situação em que é necessário a substituição desta importação. A autonomia da cultura, ou a recuperação da estrutura capaz de criar os seus próprios valores culturais, fará com que seja mantido o próprio sistema cultural e ainda trará a diversidade cultural e econômica fortalecendo o sistema econômico.

Dentro do sistema econômico atual, a atividade do design era apenas um elemento adicional da produção e uma ferramenta para promover o consumo. Isto é, o sistema econômico definia a atividade do design enquanto restringia a atividade autônoma e diversificada do design. Muitas das atividades de design das grandes empresas eram realizadas não para os consumidores, mas sim para o cliente que eram elas próprias. A liderança pelos consumidores significa na maioria das vezes uma produção que

convém à forma de produção da empresa e a busca pelo lucro para vender mais. E a atividade do design que visa vender mais não se encaixa no significado do design autônomo. No exemplo apresentado é o oposto: a atividade do design autônomo tem a possibilidade de criar o seu próprio valor cultural, de mudar o sistema cultural e o sistema de produção e consumo para algo sustentável, e ainda de reduzir os impactos ambientais.

O que foi feito na empresa de William Morris é semelhante ao exemplo, atividades de design autônomas e que propõem valores culturais que incluía as ideologias. Em meio ao objetivo de mudança social e do cotidiano, houve um distanciamento da maioria e surgiram contradições, mas a importância da atividade do design autônomo, que permita propor valores culturais, não mudou. O design associado ao empreendimento e que Morris desafiou é atualmente um elemento importante que tem alta possibilidade de se transformar num sistema sustentável. Para a formação de uma sociedade sustentável é importante a formação de um ambiente e uma estrutura que permitam a atuação do design autônomo e permitam também propor valores culturais, por este motivo é exigido planejamento político.

3.7 Pensar a abordagem, do campo de atuação ao planejamento político

Através dos exemplos, foi mostrado como a atividade do design associada ao empreendimento e às empresas de designers são diversificadas no seu sistema de produção e consumo e tem também grandes chances de contribuir para a formação de uma sociedade sustentável através do acúmulo e do fortalecimento do capital cultural. E que o design pode ser uma atividade autônoma que propõe seus próprios valores culturais.

Os empreendimentos dos designers não se limitam à área da moda, produzem também artigos de papelaria, produtos de uso diário e dentro da medida do possível estão se expandindo mundialmente. Na América Latina desde o início, muitas produções e vendas ocorrem informalmente e empreendedores de pequena escala existem na vida cotidiana, em muitos exemplos de empreendimentos de designers. O lugar onde ocorreram mais empreendimentos de designers gerando influências foi em Buenos Aires na Argentina.

Em Buenos Aires no ano de 2001, em meio à crise econômica, os empreendimentos foram uma aposta dos designers para sobreviverem. E assim, foram aparecendo em seguida empreendimentos de moda e surgiu a área de design chamada Palermo Soho, um aglomerado de lojas de design (referência no capítulo 4). Como visto no capítulo anterior, os empreendimentos pelos designers brasileiros estão ligados à prática da economia social e a criação de empresas sociais, e contribuem para a revitalização do artesanato tradicional e a ativação da regionalidade. Neste cenário existem políticas sociais e políticas de revitalização regional como as de combate à pobreza e de inclusão social; políticas industriais como a de promoção de micro e pequenas empresas e políticas para promover novos empreendimentos; e práticas de economia

solidária que inclui o comércio justo e outras. Todas essas medidas juntas influenciam o desempenho do designer empreendedor.

A atividade do design que acompanha o empreendimento desenvolveu-se e para contribuir no fortalecimento do capital cultural e da atividade industrial do país e da região, são necessárias políticas de assistência de diversos lados. Mas é claro que como pré-requisito é preciso ter o design que acompanha o empreendimento dentro do objetivo da promoção do design. Na maioria dos países, a política de promoção do design não supõe que a produção e a venda sejam feitas pelo próprio designer. A política de design é categorizada: uma para designers ou escritórios de design e outra para empresas que utilizam designers, a introdução do design em empresas foi uma iniciativa central. Como foi citado até agora, o significado do design associado ao empreendimento, que promove o fortalecimento e a aplicação do capital cultural, está bem claro; mas agora é necessária uma política de promoção de design que aloque recursos para o design associado ao empreendimento.

Nesse caso, como um ponto de vista importante, é necessário considerar a maneira de ser das políticas que levam em consideração a interdependência do sistema como já citado anteriormente. Ou seja, primeiro é necessário fomentar a cooperação e a abordagem nos dois planos, da política industrial e da política cultural. Considerada como uma das políticas da cultura, as exposições de design realizadas nos museus de arte, fóruns, seminários e feiras, são eventos de grande significado. Pois ao mesmo tempo que consegue espalhar que a atividade do design é uma atividade cultural capaz de produzir valores culturais, também consegue aumentar a capacidade de fruição de cultura dos espectadores e o incentivo à atividade do design aos envolvidos. Na Costa Rica o **Museo de Arte y Diseño Contemporáneo** é responsável por essa função. E para que o empreendimento do designer seja exitoso é essencial a presença do consumidor autônomo. E para fazer do consumidor comum um consumidor autônomo, a sua capacidade de fruição da cultura deve ser melhorada através do acesso aos eventos culturais, sem se limitar apenas eventos de design. A vice-presidente da

associação de designers da Costa Rica, Dinorah Carballo aponta “os eventos culturais são importantes para aumentar a capacidade do designer e como instrumento para estimular a vontade de produzir design”. Carballo, além de estar envolvida com o planejamento das exposições, também produz e apresenta as obras de arte. Como a política cultural é algo que promove a utilização e o fortalecimento do capital cultural é necessário classificá-la e é indispensável o reconhecimento da sua importância para a promoção das indústrias. E nas políticas industriais são necessárias políticas específicas para micro e pequenas empresas, políticas de fomento a empreendimentos, políticas de TIC e políticas de exportação. E na política de fomento a empreendimentos é preciso uma abordagem que corresponda à característica do perfil da área de design e principalmente uma assistência focada no potencial do setor informal.

Até agora na Costa Rica, quem se empenhou na promoção da atividade do design, não foi o Ministério do Comércio, Indústria e Economia e sim o Ministério da Cultura e da Juventude (MCJ). No governo de Arias visava-se a ativação das micro e pequenas empresas e o desenvolvimento das indústrias criativas, desde então a área de design chamou atenção e o Ministério do Comércio, Indústria e Economia em conjunto com o Ministério da Cultura e da Juventude passaram a promover o design e a pesquisa em design do MADC e DIGEPYME, citados anteriormente, são uma das conquistas dessa cooperação. É muito importante, quando se promove o design associado ao empreendimento, compreender a situação da atividade e coletar opiniões e demandas das pessoas ligadas ao design. As feiras de design realizadas desde 2009 são também conquistas de cooperações por parte do MCJ e do MADC como instituições culturais e do MEIC e do DIGEPYME como institutos econômicos e industriais. Para avançar nas cooperações, o mais efetivo seria fundar plataformas como centros de design, necessidade que está explícita até nos relatórios das pesquisas. Cecilia Cordero do DIGEPYME conta: “Estamos trabalhando atualmente para a instalação dos centros de design, há ainda muitos obstáculos para a promoção do design, mas junto com o MADC e com as

peças da associação de designers estamos estabelecendo as coisas e estamos começando a trabalhar com treinamentos de design e empresas incubadoras”.

Segundo a política de promoção do design associado ao empreendimento, é necessária cooperação com a política ambiental e a política social. Na Costa Rica, como uma das características dos empreendimentos pelos designers, há muitos exemplos de ações empenhadas na reciclagem e no ecodesign. Recentemente a produção e venda de produtos reciclados pelos designers está aumentando de repente com matérias sobre o assunto publicadas nos jornais. Em um canto de hotel da cidade, Cristina Aguilar é uma das pessoas que vendem produtos reciclados, trabalho que ela começou porque queria contribuir de alguma forma para o meio ambiente e para o ecoturismo da Costa Rica. As políticas públicas ligadas ao meio ambiente não se limitam apenas às questões de poluição e energia e os empreendimentos dos designers tem alto potencial para contribuir na amenização de problemas como o lixo e na manutenção da biodiversidade. Ademais, do ponto de vista da criação de empregos e da manutenção do design social, é necessária a cooperação com a política social. Na Costa Rica não se observam muitas práticas da economia solidária, as atividades das ONGs e organizações da sociedade civil também são poucas, a verdade é que quase não se tem a atuação do design social. Mas nas entrevistas realizadas pela autora, dentre os designers empreendedores, muitos responderam que gostariam de contribuir para solucionar os problemas sociais e que esperam daqui pra frente uma cooperação com a política social e as organizações da sociedade civil. No Brasil e na Argentina podem ser observados vários exemplos de designers que criam empresas sociais, e junto com organizações da sociedade civil, universidades e comunidades se empenham na produção de um design social. A cooperação com a política social é indispensável para a formação de uma sociedade sustentável, até para promover o design social o papel do design associado ao empreendimento é relevante.

Terceiro, o design associado ao empreendimento precisa ser classificado como objetivo da política de ativação regional. O

empreendimento de Lucrecia Loria, apresentado como exemplo, foi colocado em prática em uma região rural, na província de Cartago ao pé do vulcão Irazú, em uma vila chamada Tierra Blanca, produtora de cebolas e batatas. Nesta localidade Lucrecia nasceu e cresceu, uma região onde não havia nem sinal para ligação telefônica. Para aumentar a escala de produção, foram criadas fábricas na vila e empregaram as pessoas locais. Para a vila significou a criação de uma nova indústria e de empregos, mas Lucrecia aponta sobre o empreendimento “Apesar de ter que ensinar a partir do zero para as pessoas da vila, as pessoas locais são as mais confiáveis e não desistiam do emprego de repente, por isso para as empresas era uma forma de reduzir os riscos administrativos”. Como exemplo de cooperação com a política regional da promoção da atividade do design associada ao empreendimento, temos o Projeto Feltro do Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) da organização governamental da Argentina. Atua desde 2008 em torno do Departamento de Design, visando não só a promoção regional, mas também do design sustentável e a solução de uma parte da questão do *value chains*. Até então estava exportando apenas matérias-primas, e as partes inutilizadas da lã que antes eram queimadas, passaram a ser processadas para virarem feltro. E por produzir artigo com valor agregado, existe um esforço da região de criar indústrias que se preocupam com o meio ambiente. Através dos workshops de técnica de processamento do feltro pela INTI, muitos dos designers passaram a produzir e vender produtos de feltro além disso, a mesma oportunidade (design, produção, venda de produtos de feltro) também foi dada aos cidadãos locais que nunca estudaram formalmente design. Na região pecuarista Chos Malal, na província de Neuquén vivem Inés Mora e Liliana Montenovio, que até receberem o treinamento nunca tiveram nenhuma experiência com atividade de design. Desde 2009, passaram a produzir chapéus e bolsas de feltro, criaram a marca MoyMo e iniciaram suas vendas nas Feiras. As duas contam que “Coincidentemente acabamos participando do workshop da INTI e descobrimos que a produção de artigos de feltro combinava com a gente. E graças ao INTI conseguimos achar um novo trabalho”. E ainda relatam “Nunca tivemos um

ensino especializado de design, mas planejamos os produtos com o que vem na nossa cabeça e esboçamos. É bom que a região é produtora do material porque os materiais que utilizamos compramos principalmente das cooperativas das fazendas da região. Além disso, a gente passa o que aprendemos nos workshops para os outros. Agora o obstáculo é pensar como iremos desenvolver o nosso canal de vendas pois futuramente queremos elevar a qualidade dos produtos, aumentar os parceiros e o trabalho”. O exemplo das duas, mostra que com políticas é possível executar a atividade do design juntamente com o empreendimento mesmo em regiões que não tenham designers. Em Chos Malal, além dos workshops do INTI, também foram implementadas cooperações com o programa “Minha Vila” do Ministério do Desenvolvimento Social, a prefeitura local e o centro cultural. No capítulo anterior sobre as empresas de artesanato no Brasil, o ponto principal foram as cooperações com as políticas sociais e as políticas regionais. Então o que seria mais efetivo para a promoção da atividade do design associada ao empreendimento como uma política regional, seria atuar em cooperação com as políticas sociais regionais e as políticas culturais.

Também seria importante a cooperação com a política de turismo que está relacionada com a ativação regional. Na Costa Rica, apesar da indústria turística que inclui o ecoturismo ser considerada como um grande pilar, não quer dizer que houve uma cooperação entre a política de turismo e a política de design. Existem empreendedores que realizam a sua atividade comercial nas regiões de resort, mas avançar nessas regiões requer muito tempo e dinheiro, ou seja, é muito difícil de realizar. Cristina Aguilar citada anteriormente, iniciou seu empreendimento com expectativa de vender para os turistas estrangeiros e conta “Para os turistas, os hotéis da cidade são apenas pontos de passagem para ir aos resorts, então os turistas acabam comprando souvenir nos resorts e não nos hotéis da cidade. Porém os riscos da inserção nos resorts são muito altos, o que dificulta financeiramente”. A cooperação com a política do turismo pode impulsionar valores culturais e trazer vantagens financeiras para as regiões de resort e assim pode reduzir os riscos de

empreendimento pelos designers, mas é necessário formar um mecanismo que possa fazer com que os designers e as regiões de resort cooperem.

Em seguida, com base nos comentários sobre a situação local, gostaria de apresentar algumas medidas específicas para a promoção e assistência ao design associado ao empreendimento. É claro que para promover o design associado ao empreendimento é necessário um sistema de auxílio que corresponda à situação e à região, e é preciso atentar às opiniões locais. No entanto, as opiniões que serão levantadas aqui são pertinentes também para pensar uma política de promoção e auxílio às empresas de designers no Japão.

Primeiramente é necessária a criação de oportunidades de venda e exposição. Para os designers que se tornaram empreendedores, o êxito da atividade do design é a venda dos produtos. Lucrecia Loria mesmo enfatiza “A atividade do design existe para criar produtos, e ao serem produzidos se não chegarem até os consumidores, não terá nenhum sentido”. Logo, o empenho na atividade comercial é importante. E assim como na Argentina, no Brasil e na Costa Rica, o gatilho das vendas acontece em oportunidades como eventos e feiras. O design dos produtos de feltro de Neuquén conseguiu se concretizar também, graças às oportunidades de vendas e exposições, o que favoreceu a transição para um empreendimento. No Brasil também, há várias feiras como práticas da economia solidária, promovendo os empreendimentos. E na Costa Rica, na feira de design realizada pela MADC, muitos dos designers participam para expor e vender os seus produtos. Em Buenos Aires o Centro de Design da cidade vem realizando as feiras. Esses ambientes que facilitam a expansão da atividade comercial emergem primeiramente em eventos como as feiras. Na menção à dinamização da venda e da produção do artesanato no Brasil, também se tem como contexto a participação em feiras e eventos. De acordo com as entrevistas aos designers feitas pela autora e com as pesquisas realizadas pela MADC há muitas opiniões que desejam a promoção de feiras que oferecem oportunidade de vendas e exposições.

As lojas colaborativas são um tipo de ação bem característica da Costa Rica, onde vários designers empreendedores utilizam e compartilham o mesmo espaço charmoso, como exemplo temos: Casa 927, Kiosco San José, Tienda eÑe, immaculada, Eskinearte, Ay Carmela, Cacao Tessile. Em 2007 a Kiosco San José foi inaugurada como boutique de design sustentável onde vendem produtos artesanais feito à mão de cerca de 35 designers, além de venderem e exporem também móveis e músicas originais, obras de arte e literatura, dentro da loja também há um café, sendo considerada como uma plataforma de cultura regional. A Tienda eÑe utiliza um espaço de arquitetura colonial, administrado por 5 donos, e nesta loja há desde roupas até artigos de papelaria, produtos de cerca de 60 designers.



Foto 3-12 Tienda eÑe usando edifícios antigos (foto: autora)

A Casa 927 que se considera como modelo de comércio colaborativo, utiliza um espaço com arquitetura elegante e os próprios designers vendem produtos artesanais de design original da Costa Rica, dividida em várias seções de cada designer, onde pode-se encontrar sapatos, acessórios, roupas e artigos de papelaria. Nesse espaço também há um café, funcionando como uma plataforma que permite acesso à cultura regional e encontros. Nancy Reyes vende acessórios produzidos a partir de materiais reciclados na Casa 927, ela diz “Iniciativas como a Casa 927 são relevantes para nós designers pois são uma grande plataforma e backup da atividade comercial”. Reyes realiza a sua venda em conjunto com mais duas amigas formadas da mesma Universidade da Costa Rica no curso de arquitetura.

Como três pessoas compartilham a mesma seção, afirma, “ajuda financeiramente e as vendas são flexíveis”.



Foto 3-13 Reyes vende seus produtos na Casa 927 (foto: autora)

A immaculada é a loja administrada pela por Natalia Cordero, já citada anteriormente. Nesta loja são vendidos também vários produtos de outros designers além dos seus próprios. E ao mesmo tempo, Cordero vende os seus produtos em outras 10 lojas administradas por outros designers.

Sofia Protti, que possui a sua marca de bolsas e papelaria chamada “cueropapel&tijera”, após ter se formado em design industrial no Instituto Tecnológico da Costa Rica, iniciou o empreendimento para manter as técnicas tradicionais dos produtos de couro. E atualmente, vende os seus produtos em 8 lojas, como na Tienda eÑe, Eskiearte e Ay Carmela. Como seu negócio está próspero, logo mais ela pretende abrir a sua própria loja.

Estas lojas em que os designers vendem seus produtos não estão aglomeradas em um lugar só, estão espalhadas pela cidade de San José e cada loja é muito charmosa, o que claramente difere das lojas comuns.

Em 2011, na época do natal, essas sete lojas cooperaram e realizaram eventos incluindo concertos *etc.* Para ter a sua própria loja é necessário ter capital inicial e investimento e há muitos riscos para o empreendedor. O compartilhamento de pontos de venda encontrados na Costa Rica é considerado uma solução para evitar riscos e aumentar as oportunidades de exposições e

vendas. O que indica esse tipo de movimento, é a emergência de uma rede de de auxílios e de criação pela própria administração de modelos de comércio colaborativo como a Casa 927. Recentemente na Costa Rica, observa-se a ocorrência de arquiteturas antigas como penitenciárias e alfândegas sendo transformadas e revitalizadas em museus. Em colaboração com a conservação da arquitetura, a instalação do comércio para vender os produtos dos designers também é uma forma de política de auxílio.

Segundo, o auxílio posterior na formação de oportunidades de intercâmbio e na formação da *network*. As pessoas da Costa Rica têm forte tendência a ser individualistas, por isso eles mesmos afirmam que a cooperação entre os designers e as atividades colaborativas não eram vistas até então. Tanto que, até agora não foi observada quase nenhuma colaboração entre as universidades. Porém recentemente, em paralelo com o aumento dos empreendimentos pelos designers, o *network* e as atividades conjuntas começaram a ganhar destaque. Em 2011, com 60 pessoas foi fundada a Associação de Designers da Costa Rica, denominada “punto D”, que dinamiza a atividade realizando, por exemplo, a Bienal de Design da Costa Rica. A própria vice-presidente da Associação também é empreendedora e vende seus acessórios na Casa 927. Sendo membro da mesma Associação, Julieta Odio é designer de jóias e participa ativamente no exterior também. Ela administra uma escola de acessórios junto com uma amiga e através do website vende as suas jóia. Ela conta “O que eu sinto recentemente é a importância do intercâmbio e do *network*. Para que eu possa desenvolver a minha atividade de design é fundamental o encontro e o *network* com os outros designers”.

Na Costa Rica foi realizado o Festival Internacional de Design (Festival Internacional de Diseño) por designers voluntários que começaram a se interessar pela atividade coletiva. Um dos realizadores do Festival, Alfredo Enciso diz “Nunca houve um movimento deste tipo na Costa Rica. O evento foi um sucesso e todos estão apoiando esse trabalho”. Porém, a dificuldade deste tipo de atividade, como no empreendimento, é a sua manutenção. É necessário um auxílio posterior para criar um ambiente que

facilite a manutenção e que favoreça os encontros. E nos empreendimentos principalmente, é preciso criar oportunidades para as pessoas da mesma posição se encontrarem e colaborarem, assim como em Buenos Aires, onde as feiras e os eventos desempenham este papel. O “lugar de encontros” irá desencadear o “lugar de criação”, o “lugar de solução dos problemas” e o “lugar de cooperação”, diminuindo assim os riscos dos empreendimentos.

Terceiro, facilitar o acesso às informações. É apontado nas pesquisas realizadas pela MADC que, como auxílio do governo é necessário um mecanismo que garanta o acesso às informações. E nas entrevistas realizadas pela autora, há muitas pessoas que veem a necessidade de um serviço de informação sobre o design internacional e o mercado. O designer industrial Alfredo González aponta “Muitas das informações sobre quais tipos de programa de design foram implementados pelo governo não chegam até os designers. E por isso me tornei Professor da faculdade de design, para poder obter mais informações e conseguir ampliar a minha visão. No entanto, até nas universidades o acesso às informações é restrito”. Isso não se limita apenas à Costa Rica, em relação à garantia de acesso às informações é necessária a construção de um sistema que envolva as universidades e as organizações da sociedade civil.

Quarto, o auxílio à transmissão das informações. Diferente das grandes empresas, que conseguem propagar as informações através das mídias como a TV, os designers publicam em sites, mídias sociais e no facebook para apresentar os seus produtos, que posteriormente liga-se com as vendas. Na Costa Rica, para transmitir as informações relacionadas a um produto ou uma marca é mais comum a utilização das mídias sociais do que de websites próprios. Luis Fernando Quirós da Universidade de Veritas, criou um website próprio para o irmão que empreende uma fábrica de peças para máquinas e aponta que “é importante um meio para propagar as informações” e também diz o que sentiu “Teve uma empresa que encomendou peças por ver o website que fiz, e até então essa empresa encomendava as peças dos EUA. É necessária uma adaptação para transmitir a informação para cada indivíduo, mas como uma abordagem

administrativa, é necessário o empenho para mostrar as atividades dos designers para os cidadãos e a propagação de informações para que os consumidores tenham mais curiosidade”. Na Costa Rica, um programa de TV conhecido que apoia as atividades dos empreendedores está ganhando atenção. É um programa onde os inscritos apresentam as suas idéias de empreendimento e a melhor idéia é vencedora e tem o seu empreendimento financiado pelo banco. Dentre os que foram escolhidos há um designer que promoveu o ecodesign. Quirós diz “na promoção do design, assim como no programa de TV, tem que apresentar a atividade do design e a atividade empresarial do designer de forma visível e a necessidade do apoio”. E acrescenta a importância do empenho contínuo pois, “a Costa Rica, recentemente passou a realizar vários eventos de design, porém todos tendem a ser iniciativas transitórias e de ação única”. Quirós expressa sobre a promoção do design algo recorrente em vários lugares⁴².



Foto 3-14 Luis Fernando Quirós (foto: autora)

Como medidas de assistência especializada, pode se pensar no oferecimento de oportunidades de treinamento e de microcrédito. Na capacitação, além dos treinamentos técnicos é indispensável ensino dos conhecimentos relacionados à gestão de empresa, exportações e propriedade intelectual. Muitos dos designers entrevistados, traziam problemas e dificuldades sobre estes assuntos. Lucrecia Loria e Sofia Protti, por exemplo, observam que para entregar os documentos no escritório do governo foi muito complicado. E muitos também reclamaram da dificuldade

de fornecimento dos materiais e equipamentos. Os problemas e as dificuldades possuem características específicas e o contexto de cada país e região, por isso para solucioná-los é necessário esforço próprio. De qualquer forma, o mais importante é que com base na compreensão do significado do design associada ao empreendimento, se faça uma abordagem maleável e criativa. Os designers que se tornaram empreendedores diariamente enfrentam problemas e precisam solucioná-los de forma criativa. Assim, os que apoiam também têm muito a aprender dos designers.

Capítulo 4 - Argentina: usufruindo as redes sociais

Neste capítulo, a Argentina será o país abordado, com foco na ativação do design por meio das redes sociais. As redes aqui, significam ligações sociais que visam desenvolver atividades através da colaboração e cooperação com outras pessoas e outras organizações, compartilhando o mesmo objetivo. No passado também havia uma conexão entre o pessoal de design com um propósito em comum, no entanto, a expansão do design, ciente da utilidade da rede e ativamente conectada à ela, não havia sido vista até então. A Argentina carrega problemas de desigualdade na estrutura social e econômica desde os tempos coloniais e ainda ficou mais conhecida como um país que agravou os problemas sociais como o desemprego, aumento da desigualdade econômica e exclusão social, pelas influências da política econômica neoliberal. Mas por outro lado, também foi um país que trouxe a ativação de atividades por setores da sociedade civil, movimentos sociais e práticas alternativas que incluem a economia social com o mesmo significado da economia solidária referida nos capítulos 2 e 5. O setor da sociedade civil é formado especificamente pelas organizações privadas sem fins lucrativos, organizações privadas de pesquisa e planejamento, fundações privadas, organizações grassroots e cooperativas. Em relação ao termo “sociedade civil” existem várias definições e discussões a respeito, mas aqui é referido com o mesmo significado que terceiro setor, ou seja, o que não é nem do governo nem do mercado (ver capítulo 2). E esta, baseia-se se nos valores da solidariedade, da mutualidade, da coletividade e ao mesmo tempo visa a justiça social, a igualdade e a sustentabilidade ambiental. Principalmente na América Latina é vista como algo necessário para as pessoas carentes

conseguirem sobreviver. Tendo como contexto os movimentos sociais, a dinamização do setor da sociedade civil e o desenvolvimento do TIC, muitas pessoas relacionadas ao design estão construindo redes que correspondem aos seus objetivos e ao mesmo tempo estão expandindo atividades de design que cooperam com as práticas da economia solidária e das atividades da sociedade civil: empreendimentos de designers, intercâmbios acadêmicos e debates relacionados às atividades e às políticas de design. Com as redes, essas atividades relacionadas ao design estão sendo promovidas e por isso é um elemento importante para a formação de um sistema de sociedade sustentável e ao mesmo tempo, pode se concluir, é uma atividade significativa culturalmente.

4.1 Pensar o arcabouço do capital social e do capital cultural

Em relação à utilização das redes nas atividades do design, a Professora Beatriz Galán do curso de design industrial da Faculdade de Arquitetura, Design e Urbanismo da Universidade Nacional de Buenos Aires (UBA) está realizando pesquisas e práticas sobre o assunto. Galán está implementando projetos para disseminar a atividade do design que visa o desenvolvimento regional e o desenvolvimento social. Os projetos consistem em realizar a transmissão das técnicas de design e dar assistência para as ONGs e micro e pequenas empresas e estão sendo implementados em várias organizações em cooperação. Os projetos têm como objetivo também o desenvolvimento de modelos de gestão e um novo direcionamento do ensino especializado de design para a execução da economia social (solidária).

De acordo com Galán, “Tendo como cenário a mudança tecnológica, métodos mais participativos como a pesquisa-ação, como o objetivo do desenvolvimento endógeno, o designer como um animador cultural e a região como um sistema complexo” (GÁLÁN, 2007, p.26). A premissa é que as redes se tornaram um elemento indispensável para a prática do design que visa o desenvolvimento social e regional. Existe a consciência do contexto, “os anos 70, com a falha da industrialização da Argentina perdeu-se o projeto de desenvolvimento de caráter endógeno” e “o que se entendeu por inovação foi de fato um efeito imitativo dos projetos de desenvolvimento fordistas”. As redes dos artesãos foram rompidas e “a maioria dos cidadãos considerou a pós crise econômica, não como uma oportunidade de uma nova forma de produção, mas sim como um modo de assegurar o bem-estar, incapaz de compreender as novas dinâmicas produtivas e vivendo do amparo dos subsídios”. E

continua “Esse processo de desintegração social em contextos locais se manifesta na falta de confiança entre os atores do sistema, golpeando a formação de capital social e intelectual e afetando a dinâmica produtiva” (GALÁN, 2007, pp.27-28).

Galán considera o processo de design como um processo de inovação e para estabelecer a inovação, aponta que é indispensável a criação de diversas redes de cidadania (GALÁN, 2007, pg.29). A convicção da importância das redes nas atividades de design não só conseguiu apoiar os vários projetos, como também vinculou a mudança da sua maneira de ensinar e pesquisar. E para expandir mais o seu projeto, fundou o website RED como uma forma de rede que vai além das fronteiras para compartilhar e trocar as informações com os pesquisadores que praticam e pesquisam um design similar ao dela. A sigla RED vem de Registro de Experiência de Design, o que em espanhol significa exatamente a palavra rede.

Além disso, Galán afirma “O objetivo mais importante do nosso projeto. Nossas estratégias procuravam vincular iniciativas de sobrevivência no setor da economia social com as atividades dinâmicas locais ou regionais, reduzir o fosso digital e empreender a reconstrução do sujeito social a partir da expansão da cultura produtiva. Quer dizer, contribuir para a formação de capital social, como bem público das comunidades locais que aprimore as possibilidades de articulação para enfrentar novos cenários” (GALÁN, 2007, pg.28-29), afirma classificando a atividade do design como uma contribuição para a formação de capital social.

O Pedro Senar, colega de pesquisa de Galán, também fez um levantamento em sua pesquisa “A inovação e o design para o desenvolvimento do capital social” (SENAR, Pedro, 2007) sobre os projetos de design com finalidade de formação do capital social. O conceito de capital social começou com Putnam e a partir da década de 90 espalhou-se rapidamente como tema para pesquisas, muitas das quais sugerem a importância do seu papel na América Latina dentro desse contexto. São exemplos “O capital social e a cultura: a chave-mestra para o desenvolvimento” de Kliksberg Bernado (1999) e “O Panorama social da América Latina de 2001-2002” (CEPAL, 2002). A Iniciativa de Capital

Social do Banco Mundial aponta que este é considerado como um elemento indispensável para a sustentabilidade. Em “Geração de capital social: Sociedade Civil e Instituição na perspectiva comparativa” por Stolle Dietlind & Hooghe Marc Editores (2003), “O capital relacionado à sociedade e uma sociedade segura” por Takeshi Shinoda (2003) e “Criação de uma sociedade segura” por Takeshi Shinoda e Koichi Usami (2009), entre outros, apontam a sinergia com a sociedade civil. Galán já utiliza dois tipos de redes, uma é a rede para suportes e práticas de design e a outra é para difundir as pesquisas e promover encontros acadêmicos. Entre 2007 e 2010, junto com Diana Rodríguez Barros pesquisadora da Universidade Mar del Plata, passou a pesquisar o poder das redes que utilizam da Web 2.0 produzindo “A rede de pesquisa-ação, RED e a Web 2.0”⁴³. As pesquisas e as práticas de Galán são de grande importância pois ela considera a maneira própria da atividade do design partindo do ponto de vista de uma sociedade sustentável. Ou seja, tendo como contexto atividades da sociedade civil e a TCI, o design pautado na utilização das redes aponta para a possibilidade deste se tornar um elemento de fomento da sustentabilidade social através da formação e do fortalecimento do capital social. Será utilizado o conceito de capital cultural de Throsby em relação à sustentabilidade. Apesar de o conceito do princípio de equidade intergeracional ser “reivindicar os direitos da geração atual em relação ao acesso mais justo aos benefícios obtidos com o capital cultural e os recursos culturais do ponto de vista das camadas de renda, dos grupos de renda e das categorias geográficas”, o aproveitamento mais justo do capital cultural, indica que aumentaria também a sustentabilidade do sistema social. Se compreendermos o design como capital cultural, teremos uma imagem forte do produto produzido e geração de valores econômicos. No entanto, assim como foi citado no primeiro capítulo, ao enxergar a atividade do design como capital cultural imaterial, o impacto nos sistemas sociais difere grandemente entre o design como atividade econômica produzida em massa e consumo em massa para buscar lucro, e o design para resolver problemas usando redes de cooperação com ONGs. Não apenas as grandes empresas e os países desenvolvidos devem ser beneficiados por executarem

atividade do design que é capital cultural imaterial, mas ao gerar uma condição social e cultural que não privilegie apenas uma parte dos beneficiários do design, conciliaria o sistema social com a sustentabilidade. Acredita-se que a aplicação do capital cultural para um sistema social sustentável deve ser a própria atividade do design que, ao depender dos princípios de justiça e igualdade, irá indicar maior sustentabilidade em relação às questões sociais. A justiça e a igualdade são conceitos importantes para a construção de uma sociedade democrática e estável, porém a aplicação justa do capital cultural imaterial como atividade do design, e o aproveitamento democrático do design seria um dos elementos que levaria a uma sociedade sustentável.

Já existem diversas pesquisas na sociologia, ciências políticas e na teoria organizacional em relação a redes e ao conceito de capital social. Há também a discussão por Pierre Bourdieu sobre a relação entre capital social, capital cultural e capital criativo. Entretanto, neste capítulo, diferentemente das pesquisas, se constituirá uma estrutura teórica, incluindo as pesquisas e os resultados de Galán e com base no conceito de capital cultural de Throsby, para pensar a atividade do design.

4.2 Da crise financeira para a promoção das indústrias criativas

A Argentina é um grande país agrícola com uma população de 40 milhões de habitantes e uma área extensa de aproximadamente 2.780.400km². Entre as principais atividades industriais, a produção de óleo de soja, cereais, carne bovina e automóveis. A população predominantemente de origem espanhola e italiana representam 97%. Do ponto de vista industrial, apresenta uma grande dependência da agropecuária e falhas na industrialização. Durante a segunda metade dos anos 70 e dos anos 90 passou por duas reformas econômicas neoliberais e dentre os países da América Latina foi o que sofreu de forma mais extrema com a crise financeira e dívida externa. Principalmente no final de 2001, devido aos protestos antigoverno, a capital de Buenos Aires estava em uma situação de conflito, além de seguidas renúncias de presidentes em pouco tempo, o que provocou uma crise política. No ano seguinte, a grande região metropolitana de Buenos Aires apresentou uma taxa de desemprego de 18,9% e a pobreza da população atingiu 54%, marcando assim a pior taxa de desemprego e de pobreza na história do país. Após a reforma econômica neoliberal, os problemas estruturais como o sistema de latifúndio, tributações desequilibradas, consumo excessivo de luxo pela classe privilegiada e a influência excessiva do capital externo, não só mantiveram mas também aumentaram os problemas de desemprego, pobreza e desigualdade, e o retrocesso da previdência social. Em meio a isso, o que se mostrou crescente foram as atividades promovidas pelos movimentos sociais e as organizações civis. Após 1995 dinamizaram-se os movimentos sociais e protestos por toda a Argentina, como o Trueque que é uma ação de um clube que realiza a troca de bens e serviços através da utilização de moeda local; o Movimento de Piqueteros, realizado pelas pessoas

pobres e desempregadas que exigiam a ajuda social e o fim do desemprego bloqueando as ruas; o Cacerolazo (Panelaço) um movimento que utiliza as panelas e os utensílios de cozinha para fazer barulho e chamar a atenção, um protesto em relação ao congelamento das contas bancárias, realizado em frente aos bancos e ao congresso nacional; e as Asambleas barriales (associações de bairro), uma reunião de moradores que realizaram voluntariamente diálogos e debates em escala regional. Em 2003 o regime de Néstor Kirchner, que reivindicava a política antineoliberal, ultrapassou o partido Peronista (Partido Justicialista) e deu ênfase à aliança com as organizações de movimentos sociais. O regime de Cristina Fernández de Kirchner (Partido Justicialista de 2007) seguiu o mesmo caminho.

A partir de 2003, com o bom desempenho da exportação dos produtos agropecuários, exceto em 2009 que foi influenciado pela crise financeira global, a taxa de crescimento do PIB da maioria mostrou-se aproximadamente acima de 8%. Em 2010 o PIB per capita foi de 9,138 dólares, o que mostra uma recuperação acima do nível anterior à crise financeira de 2001. Além disso, a proporção de desempregados e de pessoas pobres apresenta-se abaixo do período posterior à crise financeira de 2001

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Taxa de crescimento real do PIB (%)	-4,4	-10,9	8,8	9	9,2	8,5	8,7	6,8	0,9	9,2
Taxa de desemprego (%)	18,3	20,8	14,5	12,1	10,1	8,7	7,5	7,3	8,4	7,3

Tabela 4-1 Taxa de crescimento real do PIB e taxa de desemprego na Argentina

(Fonte: Instituto Nacional de Estatística e Censo da Argentina (INDEC))

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Proporção da população pobre da cidade de Buenos Aires (%)	22,1	15	13,9	12,6	11,6	7,3	7,3	3,7
Proporção da população urbana pobre na Argentina (%)	54	44,3	38,9	31,4	23,4	17,8	13,9	12

Tabela 4-2 Mudanças no índice de pobreza urbana na Argentina e Buenos Aires

(Fonte: Instituto Nacional de Estatística e Censo da Argentina (INDEC) apenas no primeiro semestre)

Porém, se considerado o índice do coeficiente de Gini, apesar de se observar uma melhora de 0,542 em 1991 para 0,510 em 2006 (CEPAL, 2007), ao comparar esse dado com os outros países fica

evidente sua disparidade estrutural. Pode-se dizer que é uma situação que exige um desenvolvimento social muito intenso. E apesar da economia da Argentina estar indo bem, no longo prazo é necessário que o desenvolvimento econômico não dependa apenas dos produtos agrícolas e que haja diversificação de indústrias.

A Argentina em 2000, com taxa de 90% de urbanização, foi o país proeminente com maior concentração de pessoas na cidade dentro da América Latina. Em 1950 apresentou 62,2% da população total em áreas urbanas, em 1990 esse número atingiu 86,9%, um processo de urbanização repentina (CEPAL, 2003). A concentração de pessoas nas cidades argentinas, gerou a hipertrofia nos setores informais e diversos problemas sociais como a pobreza. A grande Buenos Aires possui 10 milhões de habitantes, sendo por um lado o centro da economia e da cultura, e por outro uma região com graves problemas urbanos. O desenvolvimento regional e social liderado pela sociedade civil é um movimento importante por resolver os problemas sociais como exclusão social e a pobreza na cidade de forma democrática e flexível.

O prefeito de Buenos Aires (capital federal/cidade autônoma), Mauricio Macri (Partido da Proposta Republicana a partir de 2007-2014), teve oportunidade de iniciar a sua carreira no mundo político através da sua própria atividade nas ONGs criadas a partir da crise financeira de 2001. Era uma situação em que a existência das ONGs não podia ser ignorada pela administração municipal de Buenos Aires, que estava sendo pressionada para resolver diversas questões sociais. O orçamento de 2001 para o Ministério de Desenvolvimento Social foi de 1.197.128.500 pesos, em relação à distribuição, o orçamento para o Departamento do Fortalecimento da Sociedade Civil foi de 137.119.647 (aproximadamente 3 milhões 600 mil dólares) e para o Departamento da Terceira Geração (terceira idade) foi de 156.464.415 pesos, sendo ambos de quase mesma proporção⁴⁴. Ademais, recentemente na capital Buenos Aires, eram promovidas principalmente as indústrias criativas. De acordo com o “Anuário de 2009 das Indústrias Criativas da Cidade de Buenos Aires” (ANUARIO 2009 Industrias Creativas de la Ciudad de

Buenos Aires), lançado pelo município, em 2008 a taxa de contribuição do setor das indústrias criativas (editoras, música, audiovisual, artes visuais, artes cênicas) e serviços relacionados à criatividade (publicidade, centro cultural, internet, telefonia celular, softwares e videogames) em relação à economia municipal foi de 8%, ultrapassando o setor da construção (6,32%) e os hotéis e serviços de restaurantes (4,99%). Em 2008, o valor agregado (nominal) do mesmo setor foi de 17.535.000.000 pesos (aproximadamente 4,7 bilhões de dólares) e de 1990 até 2009 gerou mais de 60 mil empregos novos. O valor de exportação do setor da indústria criativa de toda a Argentina, a partir de 2002 até 2009 saltou de 437 milhões de dólares para 2 bilhões 335 milhões de dólares, mostrando um crescimento 5 vezes maior. O governo da Argentina também passou a apoiar a promoção da indústria da cultura e desde 2011 o Ministério do Turismo e a Secretaria da Cultura passaram a atuar no centro do Mercado de Indústria Cultural Argentina (MICA). Em relação ao orçamento da cidade de Buenos Aires no ano de 2011, dentro o orçamento de 382.225.320 pesos do Departamento de Desenvolvimento Econômico, 9.522.000 pesos (aproximadamente 2 milhões 600 mil dólares) são orçamento do Departamento da Indústria Criativa⁴⁵. Para o desenvolvimento econômico da cidade de Buenos Aires, a promoção das indústrias criativas é uma tarefa importante, mas ao mesmo tempo solucionar os problemas sociais e a inclusão social também são tarefas indispensáveis ao desenvolvimento social. E para a formação de uma sociedade sustentável posteriormente, são necessários métodos para unir ambos os lados.

4.3 A contribuição das áreas do design que se fortalecem

A política de design do governo central

Em 2003 foi introduzida a política do Plano Nacional de Design (PND) pela Secretaria de Indústria do Ministério da Indústria, com o objetivo de promover o design como um novo fator importante para a competitividade industrial. O conteúdo do PND inclui a introdução do design na área da manufatura, o desenvolvimento da rede de design, desenvolvimento de programas para treinamento e organização de eventos e o fortalecimento institucional do próprio PND. Em relação ao desenvolvimento das redes de design, caracteriza-se por ter como objetivo a construção de uma estrutura horizontal, não competitiva, solidária, aberta, que reúne as empresas de design, as instituições educacionais e todas as outras regiões. No website do PND também publica artigos científicos, para informar os debates e pesquisas que são feitos. A coordenadora do PND, Beatriz Sauret conta “Em relação à concentração da atividade do design na cidade de Buenos Aires, atualmente, estamos nos esforçando para conseguir introduzir o design em outras regiões, e principalmente estamos implementando o projeto de produtos mobiliários”. E em 2011, iniciou-se o programa Good Design Award no Ministério da Indústria. Beatriz acrescenta, “Sinto que finalmente foi realizado, mas também temos como referência o *Good Design Award* do Japão”.

O centro de pesquisa e desenvolvimento de design industrial: Instituto Nacional de Tecnologia (INTI) é uma instituição que implementa os programas para a promoção nacional do design. O programa de design da INTI, *Prodisenõ*, abrange cooperação, treinamento, informação, redes e área de pesquisa. Comandado pela chefe de departamento Raquel Ariza,



Foto 4-1 Raquel Ariza mostrando um livro sobre o projeto de feltro (foto: autora)

que dedica seus esforços para cooperar com a economia social e o design sustentável, como parte da ação na cadeia de valores, esforça-se no projeto de produtos de feltro em cooperação com o departamento Têxtil. No website do INTI, na página “Falando de design” documentos de pesquisa e casos de pesquisa são listados por itens como: desenvolvimento regional, design na indústria, desenvolvimento social, design sustentável, história, materiais e processos, usabilidade e ergonomia e inovações. Além disso, têm se empenhado para juntar as pessoas de diversas áreas, trazendo pessoas novas, e feito estatísticas de design e conversão numérica. A proporção que o setor de design ocupa no PIB total do país era de 0,40% no ano de 2004 tendo um aumento de 0,44% em 2007 (CALCAGNO y D’ALESSIO, 2009).

A ascensão da atividade do design e a política de design na cidade de Buenos Aires

Buenos Aires, é o centro das atividades de design, tendo a maioria das atividades do país concentrada nesta cidade. O design, a indústria cultural e a área de turismo são responsáveis por 17% do PIB e 16% dos empregos em Buenos Aires, e ao mesmo tempo 50% das indústrias de vestuário e 80% da indústria cultural se concentram nesta cidade⁴⁶. Na Universidade de Buenos Aires há 14 mil alunos matriculados nos cursos

relacionados à design e arquitetura, além disso, há mais de 30 instituições particulares educacionais de design. Em 2005, Buenos Aires foi reconhecida como a Cidade Criativa do Design, pelo programa da UNESCO Redes de Cidades Criativas. Para ter esse reconhecimento é necessário possuir o maior mercado nacional de criação de novos produtos e produtos de alto valor agregado, ter a presença de vários especialistas e centros de pesquisa e ser um centro cultural tradicional da América Latina.

Em 2000, como base para a promoção do design foi fundado o Centro Metropolitano de Design (CMD)



Foto 4-2 Centro Metropolitano de Design (foto: autora)

pelo Departamento da Indústria da Cultura sob administração do Ministério Cultural (atualmente no Ministério do Desenvolvimento Econômico). Um investimento público de US\$ 25,2 milhões foi feito para construir o CMD, infraestrutura para a feira de design e incubadora. O CMD, ocupa um ex-mercado de peixes reformado com aplicação de parte deste capital. A escolha da área para o CMD teve como objeto a revitalização do ambiente que estava degradando. Essa área é equivalente a 14 mil m² e o espaço de exposição de 3 mil m² comporta 1500 pessoas, além de incluir o Laboratório para Pesquisas de Inovação em Design (IMDI), incubadora (IncuBA) e o escritório do Departamento de Indústrias Criativas. Todo ano é designado 2,5 milhões de dólares para seu

orçamento, uma promoção do design interativo, design estratégico e moda, realizando vários eventos como o Fashion Buenos Aires e a Feria de Design Dorrego. Além disso, após Buenos Aires ser reconhecida como a Cidade Criativa do Design pelo programa da UNESCO Redes de Cidades Criativas, passou a cooperar com as cidades que também objetivam ter o mesmo reconhecimento e participar de eventos internacionais relacionados às redes de cidades criativas, cumprindo os deveres como órgão representante da cidade do design.

No Relatório Anual das Indústrias Criativas de 2009, apesar de os serviços do design industrial, do design gráfico e design de moda também serem considerados como indústria criativa, pela dificuldade da metodologia de pesquisa e estatística da área de design, as áreas de vestuário, calçados e de produtos de couro foram consideradas como indústrias de design intensivo, e serão analisadas. De acordo com o Relatório Anual, o valor total produzido pelas indústrias de design intensivo duplicou de 2003 para 2008 atingindo 8 bilhões e 400 milhões de pesos (2 bilhões e 200 milhões de dólares).

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Valor total da produção no setor de vestuário, calçados e produtos de couro (unidade: milhões de pesos)	4.118	4.178	4.786	5.831	6.961	8.386
Emprego nos setores de vestuário, calçados e produtos de couro (pessoas)	19.482	24.088	27.418	31.998	35.415	37.114

Tabela 4-3 Valor total da produção e empregos no setor de vestuário, calçados e produtos de couro

(Fonte: Direção de Indústrias Criativas e Comércio Exterior, Ministério de Desenvolvimento Econômico, Governo da Cidade de Buenos Aires (2010) "Anuário Estatístico 2009 Indústrias Criativas da Cidade de Buenos Aires")

Observam-se vários projetos urbanos que visam a melhoria dos espaços públicos, envolvendo designers e arquitetos. Na Feira de Puro Design havia 300 cabines instaladas e presença de 80 mil pessoas. Como um megaevento da área de produto, foi realizado em Buenos Aires o BAND (Buenos Aires Negócios de Design). E em outubro de 2010 o Festival Internacional de Design, com exposições de design da Europa, América Latina e África do Sul, e uma cúpula de painel aberto das cidades de design da UNESCO, entre outros diversos eventos.

A promoção da cooperação regional

Na América Latina, está aumentando a promoção do design a partir da cooperação regional. A ALADI (Associação Latinoamericana de Design) foi fundada pelos 17 países da América Central e do Sul em 1980, instalando uma secretaria na Argentina que realiza atividades para a promoção. O MERCOSUL (Mercado Comum do Sul) de que a Argentina participa também, com a ajuda da UNESCO consegue realizar concursos de design de móveis e se empenhar na promoção das indústrias culturais. Como uma das ações de colaboração em área grande, a partir de 2008, a associação de design de Madrid organiza a Bienal Iberoamericana de design realizada com o patrocínio do Banco Santander, onde são expostas obras selecionadas de designers da Espanha, Portugal e países da América Latina. Na 2ª Bienal realizada em dezembro de 2010, foram selecionadas ideias que enfatizam o lado social do design, como a pobreza e a exclusão social, assim como mencionado adiante, o aumento do intercâmbio acadêmico além das fronteiras.

4.4 O progresso do Networking

Em meio à dinamização das atividades de design, das indústrias de design e do progresso das políticas de design das cidades e do governo central, o que vem chamando a atenção são as redes relacionadas ao design de diversos tipos e finalidades. Aqui se dará atenção à formação de redes relacionadas ao design, crescentes em torno de Buenos Aires, como elemento que eleva a sustentabilidade, alguns casos serão levantados e analisados os seus objetivos e conteúdos.

1) RED

RED é uma rede de intercâmbio acadêmico da pesquisa-ação da Professora Galán



Foto 4-3 Professora Galán examinando o trabalho de alunos (foto: autora)

da Faculdade de Design, Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Buenos Aires. Desde 1989, a partir do acordo com uma universidade da Suíça, iniciou cooperações técnicas em design voltadas para as organizações da sociedade civil,

programas governamentais e microempresas. De 1999 até 2003, visando o desenvolvimento social e regional expandia-se o projeto piloto off-line que cooperava com o setor da sociedade civil e a economia social. No entanto em 2004, ao conseguir fundos pelo projeto de ciência e tecnologia da Universidade de Buenos Aires, criou-se o RED na web, como uma plataforma de intercâmbio de experiências e suporte técnico em design, e através do RED conseguiu expandir o projeto. Galán explica que “A rede é importante para a América Latina que procura o seu próprio caminho de progresso, além de proporcionar um efeito sinérgico educacional, junto a pesquisas e práticas, fazendo com que tome forma. E isso faz com que o design esteja ligado ao desenvolvimento regional e a universidade ligada à região”.

Há aproximadamente 16 pesquisadores representantes, dentro da universidade há 4 seminários, em escala nacional 9 pesquisas, em escala Iberoamericana 8 redes de pesquisas colaborativas e no website cerca de 7 mil visitantes por mês com 5 GB de downloads (GALÁN, RODRÍGUEZ BARROS, 2009). As experiências práticas como: “Design em produção de pequena escala”, “Design para empreendedorismo social”, “Design para gestão ambiental”, “Design participativo”, “Design e Artesanato”, “Desenvolvimento regional e Design”, “Gestão e Inovação”, “Novas Tecnologias”, “Redes de transferência de design”, estão divididas de acordo com o tema da pesquisa e qualquer pessoa pode visualizá-las na internet.

Como exemplos práticos, temos o desenvolvimento do modelo interativo e do pictograma que foram feitos em colaboração com o programa de melhoria das favelas do governo federal, a proposta de uma loja simples em colaboração com o programa “Nuestros Familiares” (nossos familiares) do Departamento do Desenvolvimento Social de Buenos Aires, cooperação para o desenvolvimento de produtos das empresas sociais, workshops de tricô artesanal que ocorreu em colaboração com a ONG religiosa Cáritas, implementação do laboratório de produção de artesanato realizado em conjunto com a associação cooperativa Manos De Delta a partir do recrutamento feito pelo Ministério do Desenvolvimento Social do Governo Federal, suporte técnico do programa social do município de Buenos Aires e cooperação com

atividades dos deficientes que atuam nos serviços de terapia dos hospitais psiquiátricos. As cooperações em projetos são variadas, realizando desde programas em instituições públicas como o Laboratório Nacional de Cerâmica, Mercado de Artesanato Tradicional da Argentina da Secretaria de Cultura da Presidência, Prodiseño, Centro de Pesquisa de Embalagens, Câmara do Comércio e Indústria de Couro do Equador, Laboratório de Design Metropolitano, e até microempresas, empresas sociais, ONGs, associações cooperativas de produção e fundações.

Como redes similares, existem: DISEÑOLA (Organização Latinoamericana de Produção Intelectual na Disciplina de Design), e NODAL (Nó do Design Latinoamericano). O DISEÑOLA é uma organização administrada por um comitê de 16 membros dos 10 países da América Latina, incluindo a Argentina. Tem como objetivo a pesquisa e o intercâmbio de conhecimento, no website está dividida em categorias como artigos, e-book, multimídia, onde é possível opinar e realizar encontros. E o NODAL é uma rede para propagar e pesquisar o design com base na realidade da América Latina. No manifesto está especificado que suas ações envolverão ambientes humanos e inclusão social, que visam atingir a importância social do design e mencionam serem uma organização que gere atividades para uma melhor relação de cooperação mútua, de caráter público e solidariedade.

2) Fórum de Escolas de Design (Foro de Escuelas de Diseño)

O Foro de Escuelas de Diseño (www.palermo.edu) é uma rede de intercâmbio acadêmico de escolas de design da América Latina e da Europa. Em 2006, a Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo, responsável pelo encontro de design latino-americano, criou o “Design in Palermo”. O fórum é composto por 231 órgãos e 319 pessoas, o que mostra ter uma rede de grande escala que vai além das fronteiras, e no encontro anual que visa o treinamento, o cooperativismo e o intercâmbio de experiências, participam cerca de 8 mil pessoas de mais de 20 países da Europa e da América Latina. O fórum administrado pela

Faculdade de Comunicação e Design, tem como representante o reitor Oscar Echevarría, mas durante o ano quem se responsabiliza pelo projeto administrativo é a coordenadora do fórum Violeta Szeps.



Foto 4-4 Violeta Szeps, coordenadora (foto: autora)

Violeta menciona “Uma das principais características é de ser um evento para muitas pessoas participarem, para isso a participação é de graça”. Apesar de ser uma rede acadêmica, dá ênfase a ser aberta para que qualquer pessoa possa participar. Além disso, acrescenta “há exposição e vendas de produtos de design dos alunos e ex-alunos chamada ‘Nossa feira de design’ e o evento ‘Há bom design em Palermo’ do qual participam 120 marcas do bairro de Palermo, e que ao ser realizado no mesmo momento do encontro contribui para a dinamização da comunidade de design e da região”. Além de oferecer diversas informações e conteúdos, a cada seis meses é publicado o resultado dos encontros na “Actas de Diseño”, que pode ser baixado no website⁴⁷. Violeta diz, apontando para a coleção de obras em poster que tem como o tema a América Latina, “Esse livro também é uma das conquistas obtidas através das redes”. O segundo encontro foi dividido em comitês: “Design e Sociedad”, “Design e Economía”, “Design e Educación”, “Design e Identidade”, “Design e Tecnología”, “Design e Epistemología”, e posteriormente feita uma apresentação. Por exemplo, a apresentação do encontro de 2009 tinha como conteúdo a ativação das comunidades com o projeto de Totorá mencionado pelo presidente do ALADI Paolo Bergomi, e o projeto de design

sustentável em cooperação com a economia social de Raquel Ariza, Chefe do Centro de Design da INTI. Em 2010, no 5º encontro, através dessa ação foi criada a primeira organização acadêmica de ensino de design na América Latina.

Além destas redes acadêmicas relacionadas às universidades, do ponto de vista da formação da união dos cursos de design da América Latina, foi fundada em 2007 a DiSUR (Rede Acadêmica Argentina de Carreiras de Design de Universidades Nacionais) como plataforma acadêmica e visando a investigação de políticas regionais em relação ao ambiente, programas e políticas de transferência tecnológica para o desenvolvimento regional, políticas educacionais e de pesquisa. E em 2008, foi fundado pelo curso de design da Universidade de Buenos Aires o infoDESIGN (redinfodesign.org) que tem a rede “Design informacional para uma Vivência de Melhor Satisfação”.

3) Diseño Club

Diseño Club é uma rede que a princípio tem como objetivo apresentar designers da América Latina que fazem produtos de forma artesanal e vender esses produtos. Em 2001 com a crise econômica, ao ver vários designers desempregados que tiveram que trabalhar sozinhos por causa da crise econômica, Angeles Behotegui percebeu a necessidade da criação de uma rede, e em 2003 foi criada.



Foto .4-5 Angels Behotegui, representante do Clube de Design (foto: autora)

A rede é formada por 200 designers autônomos que desenvolvem e produzem os seus próprios produtos. É um sistema, onde cada designer participante utiliza seu espaço on-line para expor e vender o seu produto. Além disso, essa rede cria vínculos não apenas com os designers autônomos, mas também com universitários, produtores, desenvolvedores, empreendedores, donos de estabelecimentos comerciais, turistas e fãs de design. Na internet são oferecidos espaços com diversas finalidades, como divulgação de oferta de trabalhos de design e troca de opiniões e idéias. Behotegui conta em relação à fundação “O meu objetivo principal é criar empregos para designers. Dou muita importância ao vínculo entre o designer e o usuário/consumidor, e por isso faço questão de que cada produto de design seja entregue para cada consumidor que realmente tenha interesse. Entre os clientes há fãs na Europa também”. Vende-se acessórios, bolsas, objetos de decoração, produtos infantis, roupas femininas e masculinas, lingerie, tricô e calçados, mas “Para estabelecer o nível de qualidade dos produtos, realizamos uma entrevista com as pessoas que desejam participar da rede. Mantemos o sistema para enfatizar a originalidade e não oferecemos produtos similares” acrescenta Behotegui. “Temos como objetivo expandir até para outras regiões, e em relação aos membros da formação, também estamos planejando realizar encontros de pequenos grupos” diz, indicando seus próximos passos. Para os consumidores envia uma *newsletter* digital com informações sobre eventos, designers em destaque, amostras de produtos e sites recomendados, e são oferecidos serviços de design e de fotos. No website, há entrevistas com designers para se conhecer melhor seus pensamentos e estilos. Além da loja virtual também participam de feiras e exposições com venda. On-line, há mais de 30 links para páginas como CMD, Universidad de Palermo e Creatividad ética, que será abordada adiante. E participação do Encontro de Design da América Latina de 2010, onde essa atividade foi apresentada.

Como outras opções de redes que tem a finalidade de criar espaços virtuais para exposição e vendas de produtos de designers autônomos, existem a DISEÑO para VOS (Design para

vocês) e a Beliving Fashion Day administrada pelo grupo ArconDiseños. O requisito para os participantes do Beliving Fashion Day é a originalidade do design e por isso no segundo sábado de todo mês quando é realizado o Fashion Day, os interessados devem mandar foto do seu produto por e-mail no blog do grupo.

4) Contenidos de Diseño

A Contenidos de Diseño é conduzido por Germán Lang é formada por 30 designers empreendedores da rede Associação de Designers Empreendedores (Asociación de Diseñadores Empreendedores) criada em 2009.



Foto 4-6 Da esquerda para a direita, Anastasio, Boggiano e Lang (foto: autora)

A palavra “designer empreendedor” refere-se ao designer que além de trabalhar como designer, possui a própria empresa e marca, vende e produz o seu próprio produto, no mesmo sentido do “designer que acompanha o empreendimento” citado no caso da Costa Rica. Os próprios membros da rede nomeiam-se de designers empreendedores e muitos deles se conheceram participando e vendendo na Feira de Design de Dorego realizado pela CMD. Cada membro possui a sua própria marca e realiza uma produção mais artesanal sem o propósito de venda em massa. Como a rede é baseada nos princípios da democracia,

voluntariado e sem fins lucrativos, é administrada em sistema cooperativo com empresas sociais, ONGs e associações. Há como objetivo em comum o comércio justo, venda e produção com responsabilidade social e ecológica, e a formação de consumidores conscientes. Trabalham com clientes e desenvolvedores para enfrentar os desafios da estratégia de exportação difíceis para os empresários individualmente. “No começo juntamos alguns designers no estúdio (atelier) para criar um espaço para a feira de design, até então não havia muitas oportunidades de conversa entre os designers, e ao nos juntarmos, começou a discussão como forma de ‘terapia em grupo’ sobre as diversas questões de se trabalhar sozinho. Percebemos então que a maioria trazia os mesmos problemas como a compra de matérias-primas, as negociações com os desenvolvedores, divisão de orçamentos, reação em relação ao surgimento das imitações” diz Lang lembrando o início. A partir das redes foi-se criando uma troca de experiência; negociações em grupo dos clientes com desenvolvedores e artesãos; espaços para treinamento, produção e venda; e o website para a promoção. Lang ainda acrescenta que entre as vantagens estão a possibilidade de reduzir os custos na compra de materiais, a utilização conjunta dos equipamentos, criação colaborativa de idéias, e o grupo permite o planejamento de uma coleção de acordo com o tema do evento⁴⁸. Dentre os empreendedores há pessoas que administram a sua própria loja ou em grupo, por exemplo, Lang e mais alguns membros possuem um *showroom* na cidade onde é feita a venda dos produtos e no próprio website da loja. Em 2011 vários membros da rede foram premiados com o Sello Buen Diseño (Selo de Bom Design) do Ministério da Indústria, como o Lang com moda masculina, María Boggiano com acessórios de couro, Jimena Anastasio com moda feminina e Paula Combina com objetos e artigos diversos.

5) FOROALFA

A FOROALFA (foroalfa.org) é uma rede de jornalismo de design que tem como principal intermediário o website, onde oferece

espaço de discussão. Fundada em 2005, tendo como representante Luciano Cassisi de Buenos Aires, a rede tem como o centro Argentina e México, é administrada em cooperação por 213 autores espanhóis e latino-americanos, e há cerca de 100 mil inscritos no mundo todo.



Foto 4-7 Cassisi falando em seu próprio escritório de design (foto: autora)

No website, além de serem oferecidas novas matérias e notícias semanalmente, possibilita que qualquer inscrito consiga participar na criação de discussões e conteúdos. O assunto pode ser preparado por qualquer pessoa e a matéria postada é geralmente publicada no website. Em relação à matéria postada, qualquer pessoa pode opinar de acordo ou não com a publicação, e todos os comentários são publicados. Os temas e os objetivos da discussão são variados, desde casos de design até ideologias, e design social, design para a comunidade e design sustentável, temas de grande interesse recentemente. Por exemplo no dia 26 de julho de 2010, foram publicados 33 temas no quadro de debate, onde havia desde assuntos mais filosóficos e éticos como “o que é design?”, “design é arte?”, “o design tem propósito próprio?” até assuntos mais familiares: “o que fazer para elevar o valor do design?” (143 comentários no post), “quanto um designer empregado ganha por mês?” (358 comentários), ou ainda “o design do logo/símbolo da FIFA 2010 está bom?” (321 comentários). Antes se publicava apenas a opinião do designer e notícias, mas após a internet possibilitar uma interação, mudou-

se para o sistema atual que permite a troca de opiniões. Após a abertura, grande parte da administração do website é feita por Cassisi, que administra ao mesmo tempo que atua como designer. “Comecei administrando voluntariamente pois queria criar um espaço de troca de opiniões. No suporte, está um dos renomados designers gráficos, Norberto Chavez, o que a torna uma rede que vai além das fronteiras. Nunca vi uma ação como a FOROALFA, que possui mais de 100 mil inscritos. E toda semana reúne um bom número de comentários. Há limite de caracteres, mas a princípio é publicado todo o texto que é postado, esta política permanece a mesma” conta Cassisi. E off-line há também seminários e treinamentos sobre o design do futuro e o design vanguardista. Neste espaço ocorrem também reuniões de reflexão, debates, apresentação de propostas, relatos de caso onde não apenas o apresentador fala, mas vai envolvendo os participantes no discurso. De 2008 a 2009 foi realizado em Buenos Aires, onde teve a participação de mais de 300 pessoas incluindo estudantes, professores e pessoas relacionadas ao design. Em 2011 foi realizado no México, onde o número de inscritos foi maior ultrapassando a Argentina.

6) Creatividad ética

Creatividad ética (ou criatividade ética, www.creatividadetica.org.ar) é uma rede da associação da sociedade civil para difundir a criatividade do design na sociedade, visando um espaço aberto de encontros culturais para promover o discurso e as pesquisas de design. Atua ativamente no âmbito da indústria de design, nas palestras, fóruns e exposições para promover o desenvolvimento sustentável, a realização e planejamento do “encontro internacional do design e das políticas públicas” e “concurso de design para emergências” e participa em vários eventos de design que colaboram com organizações relacionadas ao design e com iniciativas do poder executivo como a FADU, Diseño Club, INTI e CMD. No website publica uma revista digital, onde pode-se ver matérias sobre design sustentável e design inclusivo. As organizações parceiras

são diversas, sem precisar se limitar à área, fora ou dentro do país, com muitas ligações com outras redes de design. Em 2007 foi criada como uma ONG na cidade de Buenos Aires, tendo como presidente Verónica Ciaglia, além de 13 membros e 35 instituições envolvidas.



Foto 4-8 Verónica Ciaglia, representante (foto: autora)

Luciano Alcalá, cocriador e advogado especializado na área de design, difunde as questões dos direitos autorais e informações sobre a legislação não só através dos cursos das Universidades e palestras, mas também através desta ONG. Como Alcalá tem experiência em cooperar no planejamento do fórum CREATE para promover as indústrias criativas, realizado pela UNESCO e MERCOSUL, na ONG atualmente está se empenhando na formação de redes e intercâmbio de políticas de promoção de design da América Latina. Em maio de 2010, esta ONG, em conjunto com a Universidade Nacional de Colômbia e a CMD de Buenos Aires, e com patrocínio do Uruguai Design Cluster, organizou o “Encontro Internacional de Design e de Políticas Públicas”. Em novembro de 2011 foi realizado na Colômbia o segundo encontro deste evento. Ciaglia conta: “Este encontro teve o objetivo de criar um espaço que permite compartilhar as experiências diversas de gestão de políticas de design da América Latina, transferir o conhecimento de gestão de políticas públicas em design, e produzir textos relacionados aos princípios e recomendações para as políticas públicas de design. No segundo encontro, foi discutida a materialização do design social

como uma das ações futuras”, e acrescenta “Nós gostaríamos de cooperar também com os grupos e organizações do Japão”.

Como rede similar existe a Raiz Diseño, de uma ONG e criada pela designer argentina Laura Novik. Tem como objetivo realizar pesquisas, propostas e estudos para que a atividade do design exerça um papel fundamental na estrutura de um mundo melhor. Atualmente está atuando em uma rede internacional que envolve países como Argentina, Brasil, Colômbia, Espanha, Itália e EUA tendo o Chile como centro. Seu início, com o laboratório criativo “Identidade latina”, visava a discussão e a troca de idéias sobre design, cultura e identidade. De 2004 a 2006 foram realizados 10 encontros entre os países da América Latina. Os temas de discussão foram diversos: visão do futuro, empreendedorismo, inovação, entretenimento, cultura, negócios, política e desenvolvimento. E ao pensar que o design é um caminho para mudar a estrutura da sociedade, como líder do desenvolvimento sustentável, seu papel é percebido a partir de 4 vetores: sociedade, cultura, ambiente e economia. No simpósio internacional de 2007, onde esta rede foi concebida, aconteceram relatos e discussões sobre os seguintes temas: “É possível dinamizar a cultura empreendedora no design?”, “O design deve ser abordado em conjunto com a política de desenvolvimento?”, “O design se aplica às pequenas e médias empresas?”, “Como as pesquisas de design chegam até a comunidade?”, e “Novo nicho de mercado, uma nova forma de consumo”.

4.5 As redes mudarão a atividade do design

4.5.1 Os efeitos gerados pela rede

As redes mencionadas de 1 a 6 no item anterior possuem escalas e objetivos diferentes e geram diversos efeitos e mecanismos. Reúnem ensino e pesquisa, empreendimentos por designers, jornalismo e políticas e suas atividades são difundidas a partir de todas as áreas relacionadas ao design. Além disso, essas redes estão formando novos tipos de atividades.

A RED (1), por exemplo, se encarrega de promover o projeto de inserir a atividade de design socialmente visando o desenvolvimento social e regional. Ou seja, a presença da rede promove a prática do design social destinado a resolver problemas sociais e contribui para a inclusão em benefício da sociedade como um todo. Ao mesmo tempo, ao promover a transferência das técnicas de design, incentiva as atividades em cadeia incluindo a produção e venda nas regiões, nas comunidades, nos grupos e para pessoas que até então não tinham nenhuma ligação com design. Dessa forma pode se pensar que as redes incentivam o aumento do número de ativistas e a diversidade do design. A escala das redes não é grande, mas ao publicar várias experiências, estão se abrindo para todas as pessoas, diferentemente dos intercâmbios acadêmicos de até então. O número de visitantes e downloads comprovam essa difusão. E ainda, a rede é um catalisador de geração de novos sistemas para cooperar com pesquisas e estudos, com a sociedade regional, outras universidades e com o exterior. Tornou-se fácil introduzir o design social no currículo educacional, na área da pesquisa também isso foi possível através da rede: intercâmbios, investigações conjuntas, introdução de trainees e o estabelecimento de um novo método de pesquisa conhecido como pesquisa-ação participativa. Do

ponto de vista do sistema e do papel das universidades, a rede pode promover a mudança para um sistema de ensino e pesquisa, mais ligado à sociedade, e contribuir diretamente para o público em geral e as comunidades locais.

O Foro de Escuelas de Diseño (2) cria espaços para trocas a fim de promover o design, uma disciplina acadêmica, tendo a América Latina no comando e através de uma rede internacional com cerca de 8 mil participantes no encontro. Os intercâmbios científicos (acadêmicos) de antes tendiam a ser fechados, mas essa rede inovou pela simples característica de serem gratuitos e enfatizarem o próprio intercâmbio, com espaços abertos, provocando mudanças como a popularização acadêmica. Como por exemplo, o evento beneficente para a dinamização da região de Palermo, que também é um dos assuntos do encontro. Essa postura, que ultrapassou o sistema estrutural acadêmico gerou novas ações de grande escala, e o evento que seria difícil de ser administrado por apenas uma universidade, foi possível de se realizar graças às redes, que vão além das fronteiras. Apesar dos conteúdos serem diferentes, pode se pensar que igualmente ao RED (1), está mudando o papel das universidades, que são órgãos de pesquisa e ensino especializado, para contribuir de forma mais direta com as pessoas da região.

A rede do Diseño Club (3), similar a outras redes, oferece benefícios como geração de empregos e lucros financeiros, espaço de venda e exposição e economia das despesas, diretamente ao designer. Esta rede ainda oferece suporte aos autônomos que estão engajados nas atividades e/ou empreendimentos de design difíceis para uma só pessoa realizar. Ao mesmo tempo se conecta à realização de uma atividade de design diversificada que aproveita melhor a criatividade e o conceito de cada designer. Essa rede garante a atividade como designer e oferece uma oportunidade como designer empreendedor.

Contenidos de Diseño (4) visa o auxílio mútuo entre os designers empreendedores, e tem um mecanismo de organização cooperativa. Através de discussões e atividades em grupo obtêm-se diversas vantagens que não seria possível de se obter sozinho. Por meio de atividades que visam a cooperação

com empresas sociais e o comércio justo, promove o design social nas redes. E semelhante ao Diseño Club (3), ao apoiar as atividades de design mutuamente, contribui para uma produção de design mais diversificada e que enfatiza a criatividade e o conceito do designer, o que seria difícil para um designer *in house*, que trabalha dentro da empresa.

A presença desses designers empreendedores aumentou de repente, após a crise econômica de 2001, originando regiões como Palermo Soho onde há um aglomerado de marcas de design, conseqüentemente influenciando na área de turismo e contribuindo para a economia da Argentina.



Foto 4-9 Um canto de Palermo Soho (foto: autora)

Galán explica a causa desse salto “A transição para a democracia em 1983 libertou a cultura, o que permitiu a implantação do curso de design na Universidade de La Plata e na Universidade de Cuyo e ao mesmo tempo propiciou um novo cenário aos produtores e consumidores. Na época da recessão econômica os formandos não conseguiam emprego e de 1970 a 1989 o valor total produzido pela indústria de vestuário caiu para 34,3%, gerando uma relação de desconfiança entre o setor de design e o setor da indústria, mantendo se assim até 2000. Em apenas 8 meses, em torno do setor de vestuário, a imagem do designer teve uma enorme mudança, o que originou as empresas de design. Em Buenos Aires criou se um novo ciclo econômico, surgiram *clusters* (nichos) de design, finalmente se posicionaram como um nó da rede de cidades criativas da UNESCO” (GALÁN,

2008d, p.2). Com base na análise da enquete “O design de vestuários dos designers autores da Argentina” feita em 2010 pelo Centro de Pesquisa de Desenvolvimento Têxtil da INTI, de acordo com as conclusões tiradas, 85% das micro, pequenas e médias empresas de design de vestuário foram fundadas após 2001, gerando cerca de 756 empregados diretos, 650 empregos temporários e 2500 empregos indiretos. 73% dos empregados diretos variam de uma escala de 2 a 10 pessoas e 49% utilizam a sua própria fábrica. O design como indústria criativa consegue montar uma empresa ainda com menos de 5 empregados e desta forma é esperado que o desenvolvimento do design pelos designers empreendedores se tornará uma força de atração de novas indústrias que estão por vir daqui para a frente. Em 2011, de acordo com o relatório da mesma análise feita, o total de vendas das marcas de moda foi de 400 milhões de pesos (aproximadamente 95 milhões de dólares). Este tipo de fenômeno está atrelado à geração de sistemas econômicos e industriais que não são de produção e consumo em massa, assim como o RED (1) que contribui para uma economia social, além de ser um fator que contribui para o pluralismo do sistema econômico.

Na rede do FOROALFA (5), o espaço do jornalismo no design é criado por todos os participantes. As discussões são feitas a princípio pelas pessoas relacionadas ao design, mas são abertas ao público em geral. O jornalismo em si possui um papel social, no entanto, devido à particularidade do design, o jornalismo nesse campo não se difundiu até agora. Os discursos relacionados ao design eram criados por apenas uma parte das pessoas relacionadas ao design, passando a ser criado pela sociedade mais amplamente, se tornando um mecanismo que conecta a sociedade com a atividade do design. Um espaço na rede que permita uma troca de opiniões de forma mais direta e interativa, é uma estrutura aberta, diferente dos livros e das revistas já existentes da área de design.

A rede Creatividad ética (6) promove o design sustentável considerando também o lado social, contribuindo para a propagação do design social. Por ser consciente na importância das políticas públicas, cria espaços para que os cidadãos possam pensar formas de política de design. Com o conhecimento das

redes indo além das fronteiras, essa rede é considerada um fator na revolução da política de design por incluir a sociedade civil na área de políticas públicas tradicionalmente impostas de cima para baixo pelo governo. A pesquisadora da história de design, Yasuko Suga aponta que “Por serem as políticas de design decididas por uma minoria de empresas e organizações nacionais, o design é por um lado forte, e por outro frágil” (HESKETT, 2007, p.227, comentário final do tradutor na edição japonesa). Apesar da política de design ser algo que influencia fortemente a sociedade, essa formulação não era aberta aos cidadãos, que não conseguiam observar a atividade da organização civil como nos casos mencionados. Os efeitos e os mecanismos das atividades relacionadas ao design por redes estão organizados na Tabela 4-4.

Rede	Organização, finalidade, representante, escala	Website	Função / Efeito
① RED 2004~	Universidade Intercâmbio de práticas e pesquisa Representante: B. Galán 16 pessoas (pesquisadores)	o	Promoção de design social Reforma do sistema de ensino e pesquisa em design Criação do intercâmbio acadêmico aberto Expansão de ativistas do design Uma organização de design aberta à sociedade
② Foro Escuelas de Diseño 2006~	Universidade Intercâmbio de práticas e pesquisa Representante: O. Echevarría 319 pessoas	o SNS	Uma organização de design aberta à sociedade Criação do intercâmbio acadêmico aberto
③ Diseño Club 2003~	Designer independente Exibição e venda do produto Representante: A. Behotegui Cerca de 200 pessoas	o SNS	Expansão de ativistas do design Diversificação de atividades de design Criação de empreendedores designers
④ Contenidos de Diseño 2009~	Designer empreendedor Assistência mútua Representante: G. Lang 30 pessoas	o SNS	Diversificação de atividades de design Promoção do design social
⑤ FOROALFA 2005~	Pessoas envolvidas no design Criação de um espaço para discussão Representante: L. Cassisi 213 (100.000 usuários registrados)	o SNS	Criação de um espaço de Jornalismo aberto em design
⑥ Creatividad ética 2007~	ONG Promoção do design sustentável Pesquisa de políticas públicas e discussão sobre design Representante: V. Ciaglia 13 pessoas + 35 grupos	o SNS	Criação de um espaço para pensar a política de design Promoção de design social

Tabela. 4-4 Funções e efeitos das atividades relacionadas ao design em redes

4.5.2 A democratização da atividade de design

Em seguida, ficará mais claro o significado da utilização das redes relacionadas ao design do ponto de vista de uma sociedade sustentável, organizando os pontos em comum das

características, dos mecanismos e efeitos das redes mencionadas no item anterior.

Em primeiro, assim como mencionado no item anterior, a rede das atividades relacionadas ao design é um elemento que promove o design social. O design social, por ter como objetivo solucionar os problemas sociais, limita-se aos ativistas e incentivo, diferentemente da atividade do design para a venda. Um designer comum, é aquele contratado por uma empresa que utiliza o design para obter lucros sem visar, solucionar os problemas sociais. Já a prática do design social tem apenas a ética como incentivo e por isso são extremamente reduzidas as pessoas que objetivam isso. Mesmo que cada designer pensasse de uma forma a solução dos problemas sociais, na prática seria limitado devido à falta de *know how* e de informações. Para conseguir continuar a praticar sozinho é necessário muito incentivo e uma grande força de vontade. Mas a rede é um dos elementos para superar os problemas que seriam complicados de enfrentar individualmente, semelhante às práticas da economia social, a rede ao criar uma estrutura cooperativa e de solidariedade onde as pessoas conseguem se auxiliar e incentivar um ao outro, consegue expandir e manter a atividade. O design social consegue amenizar os problemas de desigualdade e exclusão e igualmente à economia social, é promovido pelos valores de democracia, igualdade, solidariedade e participação. O design social tem como prioridade beneficiar toda a sociedade por igual, em outras palavras, a promoção do design social indica que a própria atividade do design está se tornando mais democrática.

Em segundo, a rede das atividades relacionadas ao design está gerando espaços para cooperação e discursos que ficam abertos a todos, sem restrições de pessoas e números. As características em comum das redes levantadas nos exemplos são possuírem websites na internet, a presença do website torna visível as atividades e informações da organização e manterem uma rede aberta que qualquer pessoa pode acessar. A maioria dessas, utiliza os serviços das redes sociais como facebook, twitter e blogs, mais conhecidos como Web 2.0, que está gerando um espaço interativo de trocas onde a opinião do visitante é

aproveitada. No espaço de troca da Web 2.0, tanto o emissor quanto o receptor, a organização formal e a própria pessoa, por estarem ligados em uma relação horizontal sem hierarquia, pode se afirmar que está sendo formada uma estrutura com alta igualdade. E ainda, a rede da internet por dar fim às restrições de espaço e tempo, possibilitando o fácil acesso às informações e ao compartilhamento, possibilita a discussão e a cooperação que ultrapassa as fronteiras. Ao mesmo tempo, o uso da internet está ligado aos próprios eventos regionais, e às atividades ocorridas off-line. Ou seja, essas redes possuem a mesma natureza de se espalhar pela sociedade, assim como a internet, e tem características estruturais como: ser aberta, mútua e horizontal. Com essa estrutura aberta, mútua e horizontal se criam espaços de cooperação e de discussão abertos para as pessoas de fora em relação à: atividade de design, pesquisa e ensino em design, políticas de design e jornalismo em design. A rede ter uma estrutura horizontal e igualitária e propiciar que cada vez mais pessoas relacionadas ao design e pessoas comuns participem do design, significa que ela está formando espaços para a discussão democrática e a cooperação. Até então, em muitos casos o design funcionava em torno das grandes empresas, o espaço de discussão e o direcionamento do design era feito por apenas uma parte da empresa ou por parte das pessoas relacionadas ao design. O que o design necessitava, como uma ferramenta da economia era de concorrência e não de um princípio da solidariedade, não era necessário um espaço democrático para discussão e cooperação relacionado ao design onde todas as pessoas ou toda a sociedade possam participar.

Em terceiro, a rede das atividades relacionadas ao design tem contribuído com a sociedade civil, uma vez que não apenas envolve a sociedade civil, mas a própria rede tornou-se um órgão da sociedade civil ou organizações semelhantes. A atividade da sociedade civil é um fator importante para se construir uma sociedade mais democrática, principalmente na América Latina. As atividades de design até então, contribuíram para o desenvolvimento do mercado. A cooperação com a sociedade civil permite que as atividades de design sejam incorporadas aos

elementos democráticos da construção social onde o cidadão torna-se o principal agente.

Em quarto, a rede está ligada ao aumento do número e à diversidade de ativistas e pessoas relacionados ao design. O design moderno teve origem no pensamento da popularização do consumo pela produção em massa como um aspecto da democratização, onde qualquer pessoa poderia comprar a mesma coisa por um valor mais baixo. Por outro lado, a atividade do design era prerrogativa de apenas uma parte das empresas grandes e, como resultado, dos países desenvolvidos. O monopólio do design gerou a intensificação da competição no mercado, a desigualdade e vários outros problemas. O design para produção e consumo em massa e a busca do lucro jamais pode-se afirmar que fosse algo democrático. Os empreendimentos dos designers e as práticas do design social, no entanto são fatores para diversificar e expandir os agentes, o mais importante da atividade de design, o que é totalmente oposto do sistema de produção e consumo em massa e da busca do lucro. O jornalismo em design e a política elaborada por apenas uma parte das pessoas envolvidas na área conseguiu promover a participação de muitas pessoas da área e pessoas comuns através das redes. A diversificação e o maior número de ativistas no design indicam uma atividade mais democrática do sistema participativo.

Os quatro pontos em comum citados acima descrevem que a rede das atividades relacionadas ao design além de contribuir com a sociedade civil, promove a diversidade, um maior número de ativistas entre as pessoas envolvidas com design e práticas do design social, e cria um espaço de cooperação e discussão sobre design. Significa que o mecanismo e os efeitos desses quatro pontos estão mudando o modo de ser da própria atividade de design para algo cada vez mais social e mais democrático. Ou seja, as redes têm a função de mudar a atividade do design para algo mais democrático e socialmente expansivo e pode-se pensar que a utilização de redes nas atividades relacionadas ao design é um fator que cria uma situação de democratização do design. Do ponto de vista social, a democratização do design gera relações humanas que correspondem ao capital social, relações de

confiança e reciprocidade de compartilhamento dos mesmos objetivos e benefícios. Ao mesmo tempo, envolve a criação de um novo tipo de comunidade de design colaborativo voluntário e uma comunidade de design além das fronteiras dos países baseada na confiança. No design social, que é um dos elementos para a democratização do design, está incluso o incentivo à regeneração das comunidades regionais como nas práticas da RED (1). Ou seja, a democratização da atividade de design fortalece o capital social em variados níveis.

Como foi mencionado anteriormente, a partir da ideia de democratização do design como um vetor para o fortalecimento do capital social, há grande possibilidade de se tornar um agente para a recuperação da sustentabilidade social. O design social consegue amenizar diretamente os problemas sociais, contribuindo para a sustentabilidade. Em outras palavras, a utilização das redes de atividades relacionadas ao design, está criando o que se pode chamar de democratização do design e ao mesmo tempo que fortalece o capital social, contribui para a solução dos problemas sociais. Como resultado consegue estabilizar a sociedade e mudar o sistema para algo mais sustentável.

4.5.3 O contexto do desenvolvimento da rede

No cenário onde se observa um aumento muito grande e repentino da utilização das redes relacionadas à área de design, muitos foram os motivos e fatores para isso ocorrer.

Primeiro, o desenvolvimento e a utilização das TIC. Com o desenvolvimento da internet, acabaram as restrições de equipamentos, as informações individuais eram compartilhadas facilitando a formação de relações de cooperação. Principalmente após a introdução do sistema mútuo, mais conhecido como Web 2.0 e a difusão dos serviços de rede social (SNS), a criação das redes e participação na rede tornou se mais fácil ainda. Através dos serviços de rede social (SNS) como o Facebook na América Latina, rapidamente formaram-se diversas comunidades de designers. A ligação “amigo de amigo” é importante na vivência

dos latino-americanos, mas a internet possibilita se conectar instantaneamente com o “amigo de amigo” de outros países. E muitas vezes a relação através da internet é um gatilho para realizar encontros e eventos regionais. Na crise econômica de 2001, a internet ficou conhecida como um dos fatores da disseminação do movimento de protesto em reação às atitudes do governo, como o bloqueio de contas bancárias. Na comunidade da internet, onde há mais de 3 milhões e 500 mil usuários, o disparo em cadeia de e-mails organizou o movimento que utilizou panelas e tampas para fazer barulho em protesto contra o governo. Além das discussões nas reuniões, o grupo de participantes criou um fórum eletrônico na internet, para repassar as informações da reunião àqueles que não conseguiram participar⁴⁹. Como mencionado anteriormente, o efeito e o mecanismo das atividades relacionadas ao design através da internet provavelmente estão sendo disseminados devido à característica estrutural da internet. O website possui um mecanismo de difundir amplamente para as pessoas as atividades das redes e está atrelado à promoção do design aberto ao público com sistema participativo. O uso da internet nas redes da área de design é um fenômeno característico recente, principalmente os serviços de rede social (SNS), que têm uma natureza mútua e uma estrutura horizontal, e é interessante observar, tornou-se um fator de mudança social e econômica. Em relação à internet e à Web 2.0 e sua utilização pelas indústrias culturais, alguns benefícios relacionados à promoção dessas indústrias podem ser apontados. Em contrapartida, a internet pode estar vinculada com algum crime, ou até gerar a perda de conexões sociais reais, entre muitas outras questões levantadas, em relação ao futuro da internet, como o oligopólio de dados pelo Google. No entanto, esses exemplos mostram que as novas tecnologias possibilitam que qualquer pessoa consiga compartilhar informações e trocar opiniões, criando uma rede e contribuindo para a democratização das do design.

Segundo, há a influência da atividade da sociedade civil incluindo práticas da economia social. Na Argentina está ocorrendo a dinamização de algumas organizações da sociedade civil e devido ao seu caráter, a formação de redes e o uso delas

são indispensáveis, portanto, o governo vem implantando medidas para apoiar as redes. Em relação à economia social, no Ministério do Desenvolvimento Social existe o Instituto Nacional de Associativismo e Economia Social (INAES), que é uma plataforma para promover a economia social, os órgãos de auxílio mútuo e as associações cooperativas. Na cidade de Buenos Aires também, no Ministério de Desenvolvimento Social, está sendo instalado o Departamento da Economia Social, onde é oferecido suporte técnico e financeiro como apoio ao emprego ou formação profissional. O Centro Nacional de Organizações de Comunidade (CENOC) é um órgão que realiza a coordenação entre organizações da sociedade civil e o Estado e o número de inscritos no Centro após o ano 2000 teve um aumento repentino, atingindo 15.395 organizações em 2008 (CENOC, 2008). O CENOC, para que a rede tenha um melhor funcionamento, tem como objetivo o networking de cada rede. O Centro de Informação das Organizações da Cidade de Buenos Aires (CIOBA) é uma plataforma para promover a participação das organizações da sociedade civil nas políticas públicas e está instalado no Departamento de Fortalecimento da Sociedade Civil do Ministerio de Desenvolvimento Social da cidade de Buenos Aires. Como ONGs feitas para promover e pesquisar sobre a economia social e solidária, temos: o Centro de Investigações da Economia Social (CIESO) e a Rede de Investigadores Latinoamericanos de Economia Social e Solidária (RILESS) que cooperou com vários países da América Latina, começando por Argentina, Brasil, Colômbia e México. O CIESO começou a se organizar em 1998 como o objetivo de criar uma instituição social para promover a pesquisa do terceiro setor e a formação de recursos humanos. Em 2000 foi realizada a cerimônia de abertura em Córdoba com mais de 300 participantes, e conseguiu cumprir o papel central mesmo dentro do estado e do município, correspondente ao INAES. E em 2007, para expandir mais a atividade, foi instalada uma filial em Buenos Aires. As políticas e o ambiente para a dinamização das atividades da sociedade civil mencionados acima funcionam como um elo entre o design e os movimentos sociais e a economia social.

É notável a utilidade das redes para as pessoas e o avanço do desenvolvimento das redes da área de design. Como por exemplo, a revista digital “Outra Economía” publicada pela Rede de Pesquisadores da Economia Social e Solidária da América Latina (RILESS), mencionada na obra de Pedro Senar “Para o design inclusivo: o papel social do design industrial na Argentina” (SENAR, 2009) que relata as práticas de design. Senar, dentro de sua obra “Design e inovação para o desenvolvimento do Capital Social”. O caso de Manos del Delta. Cooperativa de Artesanos Isleños Bs. As. Argentina” (SENAR, 2007) aponta que “a partir do final da década de 80, a Argentina e vários outros países da América Latina, como uma prática da área de design, deram início à cooperação com a produção dos setores que foram descartados e após o século 21, à medida que crescia se diversificava, devido à cooperação com as práticas da economia social, organizações da sociedade civil e vários programas públicos”. Pode se concluir que a ligação entre o design e a atividade da sociedade civil promoveu o desenvolvimento das redes relacionadas ao design.

Terceiro, a tendência da utilização das redes ou desenvolvimento de Networking nos programas e políticas relacionadas. As políticas de design do governo central promovem a utilização das redes abertas e horizontais e ao organizar a “rede amiga” da ONG, o CMD está tentando melhorar sua funcionalidade. Como, por exemplo, fontes de informação da Rede Nacional de Design, a FOROALFA (5) e a RED (1) estão juntos no Programa de Desenvolvimento das Pequenas e Médias Empresas e ONGs, utilizando a INTI como plataforma para mostrar a ligação entre várias organizações em diversos níveis⁵⁰. A rede das práticas do RED (1) é formada pela cooperação com o programa de política social. Os designers empreendedores e os designers autônomos possuem envolvimento com os programas de incubadoras do CMD e os programas de desenvolvimento dos empreendedores de Buenos Aires por exemplo, mas a maioria dos programas realizado dentro das redes. As atividades relacionadas ao design têm muito contato com as políticas de organização da sociedade civil e da economia social, que fortalecem as redes. O ambiente que enfatiza as redes e o

contato entre redes inevitavelmente leva à criação de novas redes relacionadas ao design.

Quarto, a rede é uma ação que busca a atividade do design alternativo em contrapartida à atividade de design convencional que busca o lucro e o sistema de produção e consumo em massa. Recentemente, há uma tendência mundial à reflexão sobre a atividade de design praticada até o momento e a buscar uma nova forma de design, e a Argentina está particularmente motivada em sua busca, pois foi dramaticamente danificada pela crise econômica. A crise de 2001 foi um fator decisivo para buscar uma atividade de design alternativa. Galán aponta que “A crise econômica que atingiu a Argentina, gerou uma nova situação como a ocorrência de novas formas e mecanismos sociais, e criou um cenário com resultados positivos e muito interessantes em relação ao ensino, às pesquisas e à transferência de tecnologias de design para as mídias sociais”⁵¹. A maioria das novas atividades de design praticadas por Galán tinham o intuito de solucionar os problemas sociais. Como o design alternativo é uma minoria, foi preciso criar a rede, que é um dispositivo de solidariedade ou colaboração. Diego Javier Gómez, diretor do evento de design “EXPO DISEÑO COM ACENTO” conta que “Com uma economia devastada em 2001 o cenário local do design se converteu, paradoxalmente, em terra de oportunidades para o design na Argentina. Os que mais avançaram foram os designers independentes, que criaram séries limitadas e pequenas para vender em locais comerciais e outros circuitos”.

Para conseguir superar a situação difícil da crise, se buscou a forma do design alternativo, ou seja, o empreendimento do designer, mas a rede entre os designers cumpriu um papel fundamental. Na publicação de 2011 mencionada anteriormente “O design de vestuário dos designers autores da Argentina”, foi levantado o caso do Contenidos de Diseño (4), mostrando que os designers autônomos estão desenvolvendo suas próprias estratégias para criarem suas redes. A rede do exemplo, funciona como um sistema que reúne forças e como um dispositivo que cria espaços e ambientes que correspondam ao objetivo, muitos

designers se tornaram redes para explorar e criar o design alternativo.

Estes quatro contextos, promovem a criação das redes na área de design, e assim como foi descrito, cada um possui uma relação muito próxima os outros. A utilização das redes ao nível da política pública apoia as atividades da economia social e da sociedade civil; o progresso do TIC influencia o design alternativo, as políticas públicas, a economia social e a sociedade civil; e a busca do design alternativo acontece dentro da ligação entre a política que enfatiza a rede e a sociedade civil. Ilustrativo disso, em abril de 2010 a faculdade de design e comunicação da Universidade de Palermo realizou um simpósio denominado “O design, as redes sociais e as novas tecnologias: o novo paradigma da solidariedade 2.0”⁵². Apesar de ser um evento para criar espaços de cooperação entre desenvolvedores, designers, empreendedores técnicos e organizações da sociedade civil, mostra o quanto a atividade do design alternativo envolve de forma tão próxima as redes sociais, a tecnologia de internet e as organizações da sociedade civil. Estes elementos do contexto vão se envolvendo, e se influenciando uns aos outros e promovendo o desenvolvimento das redes de design e das atividades relacionadas, o que resulta na democratização do design.

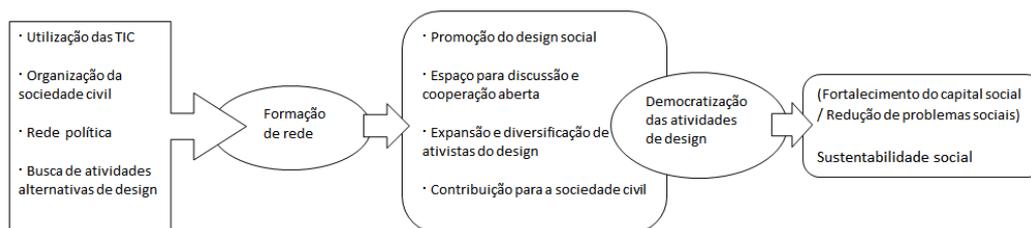


Figura 4-1 Democratização das atividades de design por meio de redes e seu contexto

4.6 A utilização democrática do capital cultural

O caso abordado mostra a elevação da sustentabilidade social, onde o capital cultural do design, através do aumento das redes, transforma-se em uma atividade mais democrática, incentiva o fortalecimento do capital social e ameniza os problemas sociais. E aponta para a possibilidade de a própria atividade de design tornar-se um elemento para a formação de um sistema social sustentável.

Pelo ponto de vista cultural, o caso se enquadra na utilização e aproveitamento justo do capital cultural como indicado nos princípios de sustentabilidade de Throsby. A utilização democrática do capital cultural é um conceito que se relaciona com a inclusão social e com a participação do público, e induz à garantia dos direitos culturais, que são os direitos de criação e aproveitamento da cultura. Através da diversificação dos ativistas, pode se pensar que há grande possibilidade de contribuir também para a diversidade cultural, ou seja, que a democratização da atividade de design é equivalente à utilização democrática do capital cultural, que pode contribuir para a formação do sistema cultural sustentável. O uso e o aproveitamento justos do design, que é um capital imaterial, será a utilização democrática do capital cultural, o que levará à formação de um sistema cultural sustentável e ao mesmo tempo à formação de um sistema social sustentável.

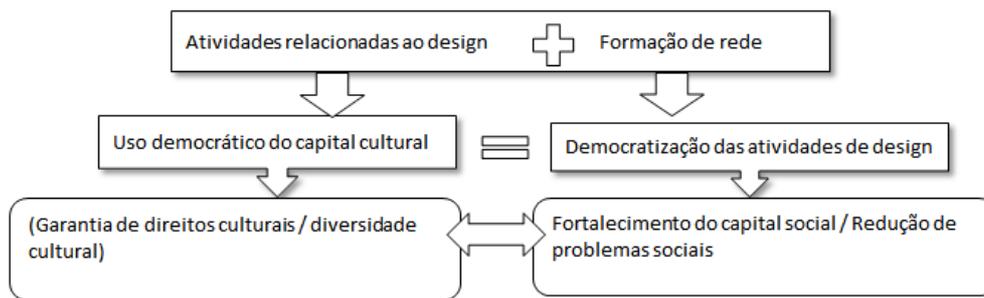


Figura 4-2 Possibilidade de atividades de design na perspectiva da democratização das atividades de design

Throsby toca no mesmo ponto de vista indispensável para a sustentabilidade, “a dependência mútua do sistema” (THROSBY, 2001, p.44-60) possível de confirmar nos casos abordados nesse capítulo. O capital cultural e o capital social, como mostrado nos casos, possuem uma relação mútua e apresentam como a aplicação democrática do design, capital cultural imaterial, desencadeia o fortalecimento do capital social e a sustentabilidade social. Para um design mais democrático é necessário mudar as políticas de design desenvolvidas até agora e pensar em ações que compreendam as políticas de design baseadas no sistema de dependência mútua e, acima de tudo, no valor das redes.

4.7 Os quatro pontos de vista para pensar a política

Dos pontos em comum e contextos dos casos analisados até agora, um ponto importante diz respeito à relação do planejamento e administração da política para a democratização da atividade de design. O que os pontos em comum nos mostram é a necessidade de ações que funcionem para a criação de redes que possam promover as atividades relacionadas ao design e contribuir com a sociedade civil nas práticas de design social, na criação de espaços abertos para discussões e espaços de cooperação, diversificação e aumento de ativistas de design. A sociedade civil e as universidades possuem papéis importantes em relação à democratização do design, e é importante que sustentem a aplicação efetiva da TIC e as atividades de design que utilizam a rede.

O primeiro ponto de uma política, indicado nos pontos comuns do exemplo é: promover as atividades práticas de design social que visam a inclusão social e a solução dos problemas sociais. Em relação à promoção das práticas de design social, é preciso aumentar o número de participantes e de praticantes, e aqui também a importância do aumento das redes está presente. E principalmente como promotor do design social, a universidade tem papel importante e são necessárias políticas que deem suporte às pesquisas e práticas. Como a RED (1) indica, as redes entre as universidades desempenham uma grande função na promoção da atividade. Recentemente no Japão também se observam casos cooperativos entre universidades de design e regiões, mas para ampliar essa atividade, é indispensável redes e cooperação entre universidades e dentro das universidades como as da RED (1). E como mencionado no caso do Brasil no capítulo anterior, é necessária a cooperação com a política social, como por exemplo, a cooperação entre a universidade e a política de

bem-estar no projeto “Design e a Saúde Mental” de Galán e outros. Em 1998, como uma das formas de suporte tecnológico para o Programa Social de Trabalho do Departamento da Atividade Social de Buenos Aires, Galán cooperou com as terapias profissionais do Hospital Psiquiátrico Borda. A terapia ocupacional realiza treinamentos profissionais para que os pacientes possam voltar a viver em sociedade, sendo os treinamentos o próprio tratamento da doença. No atelier dentro do hospital cerca de 10 pacientes realizam a produção e venda dos produtos artesanais de papelaria, como uma empresa social, utilizando materiais e papéis reciclados. Para elevar a qualidade e a originalidade dos produtos, uma vez por semana o Juan Pablo, estagiário do curso de design industrial onde Galán leciona, atua na terapia profissional, transferindo técnicas de design e ajudando no planejamento e nos ajustes das atividades de produção e venda. E ainda, diversas ONGs apoiam a atividade como empresa social. Para a universidade é uma metodologia de design estratégico e pesquisa-ação de design participativo em produtoras de pequena escala e empresa social, empresas sociais, e um projeto conjunto com a Faculdade de Psicologia e de Ciências Sociais. Com a introdução do programa de estágio em pesquisa-ação e em cooperações entre faculdades dentro da Universidade, pode-se entender que a universidade, além de seguir uma postura flexível, está difundindo o design na sociedade, cumprindo assim o papel de uma plataforma que promove o design social.

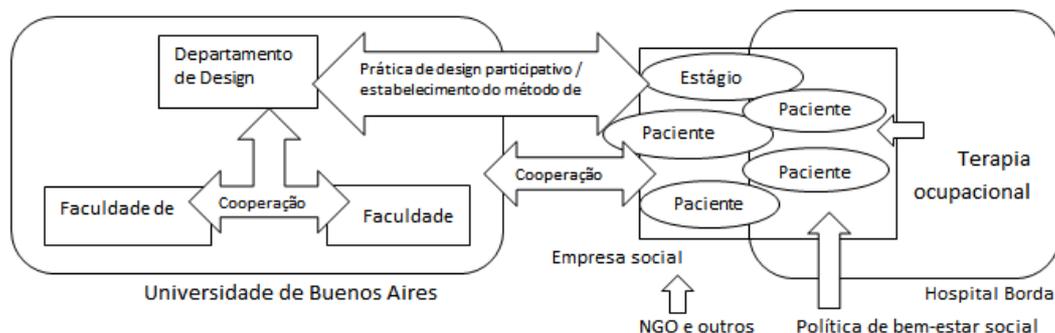


Figura 4-3 Iniciativa “Design e Saúde Mental” do RED

Galán conta que “Em paralelo, gostaria de realizar também a formação de redes de designers com os quais estamos cooperando”. É preciso o auxílio e ações em medidas administrativas, para que as universidades possam se tornar uma plataforma de práticas, não somente para as pesquisas de design social, mas incluindo a cooperação com as políticas sociais.

No “Encontro Internacional do Design e das Políticas Públicas” realizado pela Creatividad ética (6), a documentação do design social está progredindo, através da troca e compartilhamento de casos práticos de design social da América Latina, uma ação de promoção do design social. A documentação do design social que vai além das fronteiras, já tem a sua eficácia adotada pela RED (1), mas será mais eficaz em cooperação com a administração, universidades e organizações da sociedade civil através das redes.

Além disso, assim como mostrado no caso do Brasil, o design social é sustentado pelos designers empreendedores. Os empreendimentos de designers, tem altas chances de gerar empresas sociais como a de Paula Dib, mencionada no capítulo anterior, ou de criar um sistema de cooperação com as mesmas. A característica da ação do renomado designer de moda da Argentina, Martin Churba, não é somente a originalidade do design que chama atenção, mas sim a criação de produtos em cooperação com as comunidades carentes, sendo a postura diante da ação e o conceito o que caracteriza a sua marca de moda. No Brasil e na Argentina há vários designers que cooperam com políticas sociais. As práticas de design social pelos empreendedores designers em cooperação com as políticas sociais teriam mais possibilidades.

O segundo ponto relevante para se pensar uma política, é a cooperação com a sociedade civil. O que tornou a democratização do design na Argentina uma grande onda foi ter como contexto o desenvolvimento da sociedade civil. Através das práticas e dos movimentos da economia social, aumentaram as atividades das empresas sociais e ONGs, organizações de base e organizações de moradores, e essa dinamização influenciou o pensamento e a ação dos designers. E o desenvolvimento do próprio setor da sociedade civil, possibilitou a mudança de

pensamento e a cooperação com a área do design na promoção do design social. Para promover a democratização do design é vital a cooperação com as políticas que incentivam o desenvolvimento da sociedade civil, para isso é importante uma abordagem administrativa proativa que aumente e ative as ONGs ou organizações de base etc., e a formação de uma plataforma que permita ter um ponto de contato com as atividades do design. Na cidade de Buenos Aires, comandado pelo Departamento de Fortalecimento da Sociedade Civil do Ministério de Desenvolvimento Social, estão sendo criadas redes da sociedade civil e a expansão das práticas. No Japão, ainda há poucos casos de cooperação entre ONGs, empresas sociais e organizações da sociedade civil com designers, e há poucas ONGs da área de design. Mas há um aumento de pessoas relacionadas ao design que têm interesse no desenvolvimento regional e na solução dos problemas sociais. No âmbito regional, é de preciso criar uma plataforma que facilite a cooperação com a área de design e políticas que fortaleçam a sociedade civil.

Como terceiro ponto, é importante que haja políticas de auxílio para a criação de espaços de discussões abertas e de cooperação. O cadastro para ser associado da FOROALFA (5) é gratuito e a administração do website é feita voluntariamente por Cassisi. Ele conta que gostaria de continuar para sempre com a atividade, mas também se mostra insatisfeito com a postura do governo “Já houve algumas vezes que cooperei com a CMD nos eventos, mas as organizações do governo não ajudaram nem sequer com 1 peso”. Em relação às cooperações, não esperam um retorno financeiro, mas é uma indicação de que colaborar em um relacionamento de confiança com agências de promoção de design ou agências governamentais, leva à manutenção da rede. Porém mesmo havendo a necessidade, não é algo que seja possível apenas com as redes dos designers, por exemplo, Langg da Contenidos de Diseño (1), no design do cotidiano sente falta de informações de mercado e a necessidade de troca com as outras áreas, mas em meio a uma situação difícil manter as redes entre os designers é inviável apenas com seu próprio empenho. Por exemplo, se as organizações governamentais conseguissem organizar espaços de troca entre outras áreas,

haveria grandes chances de originar novos espaços cooperativos. A iniciativa Salão Criativo do Centro Criativo de Awaza do instituto Praça de Pesquisa Urbana da Osaka City University, dá suporte à criação de espaços de discussão e de cooperação e promove a troca com outras áreas. Como observado nos casos abordados, o que importa para promover espaços de discussão aberta e de cooperação, é a utilização efetiva do TIC. Ao se utilizar o TIC são necessários alguns cuidados, mas é um grande instrumento para formar redes e promover o design democrático. Para isso, a organização promotora do design também deveria planejar as ações, como fazem o Diseño Club (3) e o FOROALFA (5), que se empenham para aumentar a efetividade do TIC.

Quarto, as políticas do ponto de vista da diversificação e do aumento de pessoas em atividades de design. A promoção do design social é o primeiro ponto de uma política para fomentar as práticas e a inclusão social a partir da distribuição dos benefícios do design para mais pessoas, mas por outro lado, também serve a aumentar o número de pessoas atuantes no design e a diversificação.

As pessoas que até então não tinham vínculo algum e/ou que nunca usufruíram do capital cultural imaterial, conseguiram através da participação em atividades de transferência técnica de design dos programas das universidades, se envolver com design para a revitalização das comunidades e solução de problemas sociais, que significam o acesso justo ao capital cultural. Essa ação, semelhante ao design social, exige um plano para a sua difusão.

É importante também dar suporte aos designers empreendedores e designers autônomos como uma política para promover a diversidade e o aumento do número de ativistas do design. Promover o aumento e a diversificação dos ativistas de design é também gerar a diversificação da própria atividade do design e a diversidade cultural. O suporte aos empreendimentos de design, assim mencionado no caso do Brasil, tem grandes chances de associar esses empreendimentos à ativação das pequenas e médias empresas e resolver o problema da desigualdade regional. De acordo com a publicação “O design de vestuário dos designers autores da Argentina” de 2011

mencionada no capítulo anterior, é crescente o número de designers empreendedores também nas cidades do interior, fora de Buenos Aires, que mesmo em pequena escala estão contribuindo para a formação da economia e da identidade da região. A cidade de Nagoya no Japão, através do Centro Internacional de Design Nagoya, deu início ao projeto de suporte ao espaço das empresas de criadores, o *Creators Shop Loop*, uma forma de suporte aos designers oferecendo oportunidade de venda dos produtos e contribuindo para o aumento e a diversificação de ativistas de design.

4.8 A cidade criativa e a democratização da atividade do design

A participação de Buenos Aires na Rede de Cidades Criativas da UNESCO, é uma tentativa que visa o desenvolvimento de uma nova sociedade econômica não neoliberal e a mudança para uma nova maneira de ser da sociedade urbana. Para a cidade criativa que visa um desenvolvimento econômico alternativo e uma outra forma de sociedade urbana, o que importa não é apenas a ativação das indústrias criativas, mas sim o desenvolvimento da economia criativa, que enfatiza o fortalecimento da sociedade civil e a inclusão social, a manutenção da diversidade cultural, a melhora da habilidade de aproveitamento da cultura pelo cidadão e o direito cultural. Na teoria da cidade criativa apresentada por Masayuki Sasaki são classificados os setores sem fins lucrativos, a inclusão social, a diversidade cultural e o estabelecimento do direito cultural como elementos importantes para uma cidade criativa. Como um elemento do “espaço criativo” da indústria e da cultura, Sasaki atentou para a função dos nós das redes que tem como fundamento a relação de confiança humana e apontou que “As redes com liberdade, sustentadas por organizações sem fins lucrativos, produziram a participação dos moradores das bases e como resultado ocasionaram o fortalecimento da democracia na região” (SASAKI, 2009, p.216). Assim como no caso apontado, as atividades relacionadas ao design que utilizam as redes e envolvem a sociedade civil, ao mesmo tempo em que promovem a produção de produtos que valorizam a diversidade cultural e, conseqüentemente, a participação dos cidadãos e a garantia aos direitos culturais. Ou seja, a democratização do design pelo desenvolvimento das redes das atividades relacionadas ao design irá contribuir para a participação dos cidadãos, inclusão social, a manutenção da diversidade cultural e o estabelecimento dos direitos culturais, pontos importantes na construção da cidade

criativa apresentada por Sasaki. E ainda, o design tem uma grande influência na vivência e nas indústrias e um grande potencial como elemento de mudança do cotidiano e das atividades industriais da sociedade urbana. Desta forma, a democratização da atividade do design é uma perspectiva para a base da construção da cidade criativa e, por isso, deve ser inserida nas políticas da cidade criativa.

O CMD está ajudando na ação da ONG do Departamento da Economia Social de Buenos Aires em cooperação com a universidade, chamada “Costurando a Rede”. Dentro do centro é oferecido um workshop gratuito de técnicas de costura para as pessoas que não tem emprego e são disponibilizados diversos suportes ao emprego e aos empreendimentos, aulas de direito e até criação de espaços para apresentação.



Foto 4-10 Pessoas aprendendo a dominar as técnicas de costura no CMD (foto: autora)

Os alunos também participam na semana de moda realizada dentro do CMD e de acordo com a revista iF (2010), publicada por rede amiga do CMD, de 2007 a 2009 alcançou 500 alunos, sendo que 65% deles foram empregados. E da rede dos alunos concluintes também foram criadas associações cooperativas. Em julho de 2010 o CMD realizou no programa de inclusão criativa, o seminário e workshop “Outra economia, outra tecnologia”, promovendo ações de inclusão social. Para promover uma troca mais aberta de informações e opiniões realiza a ação “CMD 2.0” com a introdução de diversos blogs além de aulas gratuitas de

tecnologias digitais para os jovens e visita guiada ao centro às sextas-feiras. Todas são ações indispensáveis para o desenvolvimento sustentável de Buenos Aires como cidade criativa, e contribuem para a democratização da atividade do design.

A crise econômica que assolou a Argentina, por um lado trouxe uma lição de como pode ser uma sociedade sustentável daqui para a frente, por outro, trouxe o desenvolvimento de várias atividades de design alternativo. Em meio à devastação de 2001, muitas das redes que geraram designers empreendedores e práticas de design social levaram à democratização da atividade do design e indicaram a possibilidade de contribuir para a mudança para um sistema de sociedade sustentável. A atividade do design através das redes, que visa a mudança para um sistema social alternativo, nos leva à tentativa de William Morris que, por objeção à disseminação do sistema da produção em massa - consumo em massa pela revolução industrial que levou à desumanização do trabalho e à piora da qualidade de vida, buscou uma nova atividade de design com vistas à uma revolução social. De um lado, onde o movimento *Arts and Crafts* liderado por Morris influenciou fortemente a geração seguinte de pessoas relacionadas ao design, de outro lado, o pensamento do design como propulsor da revolução social estava quase desaparecido. O historiador de design Hiroshi Kashiwagi aponta que “O design pós segunda guerra mundial, em vez de ser um projeto moderno com ímpeto de provocar uma mudança social, acabou se tornando um meio para captar melhor o mercado” (KASHIWAGI, 1998, p.5), e Jiro Ono também aponta em “Os pensamentos de design radical por William Morris” (2011, p.21), que após a segunda guerra mundial no Japão, o interesse em Morris caiu muito. Mas a Argentina, com a dinamização da sociedade civil e o desenvolvimento das redes de atividades relacionadas ao design tendo como contexto o progresso da TIC, criou espaços abertos para discussão, trocas acadêmicas e de cooperação e solidariedade, transformando o design em algo cada vez mais democrático. Ao mesmo tempo sugere ser a força motriz para transformar o sistema socioeconômico em algo mais sustentável. Em meio a essa expansão das redes, democratizar o

design é reviver o pensamento de Morris atualmente. Pode-se dizer que a expansão das redes de design democratiza a própria atividade do design e conseqüentemente, possibilita a mudança do sistema social.

Capítulo 5 - O modelo de mudança para uma sociedade sustentável

Este capítulo apresenta um resumo dos três casos analisados, apontando o potencial da atividade e de uma política de design daqui em diante, tendo como referência pontos de vista e fatores que dão ênfase à teoria socioeconômica alternativa, para indicar de forma sistemática um modelo de mudança através da atividade do design para uma sociedade sustentável e políticas de design para este fim.

5.1 Criando uma estrutura de circulação sustentável a partir da atividade do design

5.1.1 O papel da atividade do design

O significado e o papel da atividade do design no caso do Brasil

No caso do Brasil, a atividade do design é considerada principalmente na perspectiva da sustentabilidade do sistema cultural. A dinamização do artesanato representa a união da atividade do design e da atividade artesanal em nova corrente, ou seja, está nascendo a “artesanização” do design. A artesanização do design significa a recuperação da diversidade e da regionalidade da atividade e do sistema cultural, em vinculação com o fortalecimento do capital cultural, elevando a sustentabilidade do sistema cultural como um todo. A ativação das pequenas e médias empresas; a redução dos problemas ambientais; a amenização da pobreza, do desemprego, da desigualdade e da exclusão social junto ao desenvolvimento dos recursos humanos e à diversificação das indústrias e exportações. O que conduz a pensar que também se eleva a sustentabilidade dos sistemas econômico, social e ambiental.

Em relação à atividade do design, se atentarmos para a relação de sustentabilidade de cada sistema, é possível observar uma estrutura. A atividade do design que tem sua regionalidade e diversidade fortalecidas consegue oferecer maior diversidade e regionalidade para o sistema econômico e para o sistema cultural, transformando ambos em sistemas cada vez mais sustentáveis. A regionalidade é algo que possui grande diversidade cultural, sendo assim um elemento que fortalece a diversidade como um todo. E essa atividade contribui ainda com

práticas de inclusão social e atividades do terceiro setor (sociedade civil), que estimulam o fortalecimento de um sistema social sustentável. Além disso, o que está transformando a atividade do design em algo mais diversificado e regional é o sistema democrático, que inclui as atividades da sociedade civil e práticas de inclusão social. O sistema cultural, fortalecido pela diversidade, tem a função de igualmente fortalecer a atividade do design, regional e diversificada. Com as estruturas de relações mútuas citadas acima, pode se afirmar que a sustentabilidade de cada sistema consegue ser assegurada.

Do ponto de vista político, a artesanização do design está sendo acelerada pelas políticas industriais e sociais, mas a união das práticas, devido à atividade do terceiro setor, está originando uma composição mais efetiva politicamente. Dentro das políticas industriais, as políticas de design e de artesanato, ao mesmo tempo em que estão gerando um efeito sinérgico estão criando uma composição que promove a artesanização do design. Partindo do citado acima, podemos afirmar que o caso Brasil indica a eficácia das políticas de integração e cooperação, e das atividades do terceiro setor.

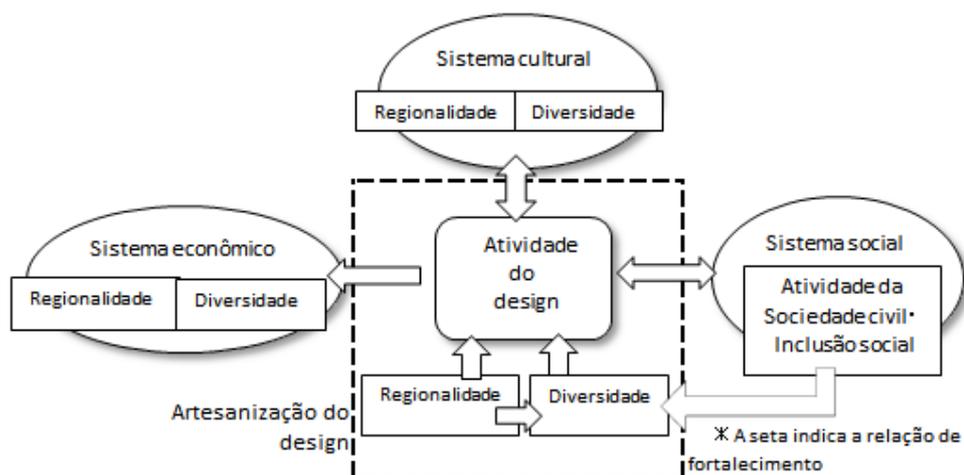


Figura 5-1 O significado e o papel das atividades de design no caso do Brasil (Fonte: autora)

O significado e o papel da atividade do design no caso da Costa Rica

Neste caso, a atividade do design foi analisada pelo ponto de vista do sistema econômico (produção e consumo). A atividade do design que acompanha um empreendimento, caso da Costa Rica, em que os empreendedores são os próprios designers atuando na área da moda, forma uma atividade independente do design que cria valores culturais diversos. Quando vemos que o sistema de produção e consumo consegue interpretar sua ligação com a diversificação, a promoção do consumo independente e sua regionalização, podemos pensar que o sistema econômico está se convertendo para a sustentabilidade. E que do ponto de vista do sistema cultural, por estar ligado à manutenção da diversidade e ao fortalecimento do capital cultural, podemos pensar que também está elevando a sustentabilidade desse sistema.

Similar ao caso do Brasil, o diagrama da relação de sustentabilidade de cada sistema em torno da atividade do design aparece na Figura 5-2. A atividade do design que tem a diversidade intrínseca, consegue transformar o sistema de produção e consumo em algo com elevada diversidade e regionalidade. Ao mesmo tempo em que fortalece o sistema econômico sustentável, traz diversidade e regionalidade para o sistema cultural, fortalecendo assim a sua sustentabilidade. O sistema cultural e o sistema econômico que têm a sua diversidade e regionalidade garantidas, ao mesmo tempo em que mudam um ao outro, estão ligados também à sustentação da atividade do design independente e de alta qualidade.

No plano da política, indica a importância da cooperação e união das políticas públicas baseadas na interdependência dos sistemas, como por exemplo, a cooperação entre políticas culturais e industriais. São necessárias também medidas para a formação de ambientes que possam sugerir uma atividade de design independente e valores culturais diversificados.

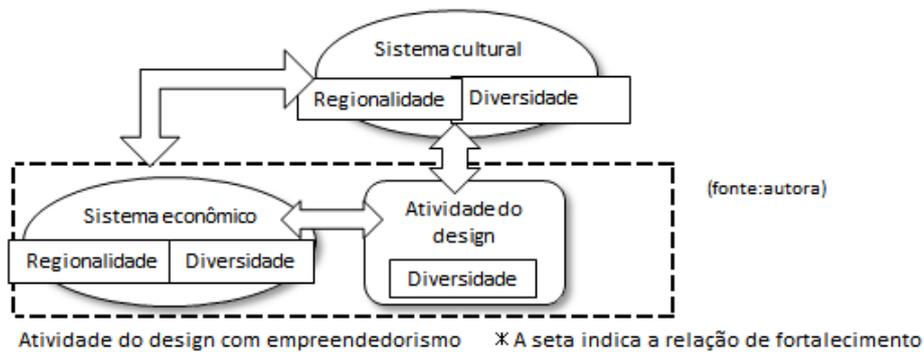


Figura 5-2 O significado e o papel das atividades de design no caso da Costa Rica

O significado e o papel da atividade do design no caso da Argentina

No caso argentino analisamos a relação entre a atividade do design e o sistema social. As atividades relacionadas ao design que se importam com as redes sociais, se conectam com as práticas de inclusão e com atividades da sociedade civil, tornando-se um elemento de promoção do design social. Pode-se pensar que tem a função de transformar a atividade do design em algo mais democrático devido à expansão e diversificação dos seus ativistas e de espaços de cooperação e debate democráticos. A atividade mais democrática do design, em outras palavras, a democratização do design contribui para o fortalecimento do capital social e para a amenização dos problemas sociais, acelerando a formação de um sistema social sustentável.

Observemos a relação da atividade do design com a sustentabilidade de cada sistema no diagrama de correlação da Figura 5-3. O sistema social democrático, que abrange a utilização das redes horizontais, atividades da sociedade civil e práticas de inclusão social, está tornando o design algo cada vez mais democrático. A atividade do design democratizado, além de fortalecer a sustentabilidade do sistema social, também contribui para a inclusão, com atividades da sociedade civil e para o fortalecimento de redes horizontais. A estrutura de fortalecimento do sistema social pela democratização do design, significa a utilização democrática do capital cultural, o que eleva a

Primeiro, ao pensar nos pontos comuns provenientes da análise dos três casos, podemos mencionar a função da atividade do design que consegue elevar as multifaces da sustentabilidade. A atividade do design está contribuindo nas questões regionais, do país e do mundo todo, para a ativação das pequenas e médias empresas e das regiões, a mudança de estrutura da indústria, a diversificação da economia, a amenização dos problemas sociais e ambientais, a recuperação da diversidade cultural, e o fortalecimento do seu próprio capital cultural, elevando assim, a sustentabilidade social, ambiental, cultural e econômica.

O segundo ponto em comum é a indicação do potencial de mudança de cada sistema pela atividade do design, tais como os sistemas econômico, cultural, social e ambiental. No exemplo do Brasil, a atividade do design se une ao artesanato; no exemplo da Costa Rica, a atividade do design é independente e cria os próprios valores culturais; e no exemplo da Argentina, as atividades do design que são mais democráticas. Assim sendo, pensamos que a atividade de o design está tornando mais sustentável cada sistema de cada país. Pode-se afirmar que em cada exemplo está indicado o potencial de mudança dos sistemas social, cultural, econômico e ambiental, em outras palavras, de mudança social através da atividade de design.

Em terceiro, foram levantados os pontos em comum que indicam o potencial da atividade do design como atividade cultural. A atividade do design é uma atividade de criação e cultura, mas sempre foi considerada como um produto com valor agregado, que gera valor econômico. Por esta razão, as atividades de design não deram importância (não focaram) na diversidade e na regionalidade, e não devem ser vistas da perspectiva do sistema cultural unicamente como criação de valor cultural e fortalecimento do capital cultural. Porém, ao considerar as atividades de design como atividade cultural ou a utilização do capital cultural na criação de valores culturais próprios, seria possível esclarecer melhor a sua influência na sustentabilidade dos sistemas social, econômico, ambiental e cultural, então, ter esta perspectiva cultural leva a muitas possibilidades.

Os exemplos do Brasil e da Costa Rica apontam que a atividade de design vem se tornando uma atividade de criação

que consegue criar os próprios valores culturais com diversidade e regionalidade, ligada à sustentabilidade econômica, social, cultural e ambiental. No exemplo da Argentina, a atividade do design está fortemente ligada aos direitos culturais tais como o aproveitamento da cultura e a criação, que se encaixa na ideia do direito à cultura, contribuindo para a sustentabilidade dos sistemas social e cultural. Ou seja, nos três casos a atividade de design como atividade cultural indica que tem um papel na manutenção da sustentabilidade multifacetada e na mudança social.

Os três pontos em comum: a sustentabilidade multifacetada, o potencial de mudança social e o potencial como atividade cultural, dependendo do ponto de vista e do mecanismo da cultura, sugerem o papel potencial da atividade do design que objetiva uma mudança social que garanta a sustentabilidade multifacetada. Como veremos a seguir, a maioria das teorias socioeconômicas alternativas possuem o mesmo direcionamento do caminho apresentado.

A preocupação em relação ao futuro do planeta e da humanidade gerou diversas teorias socioeconômicas, entre as quais, a economia ambiental, economia cultural, teoria do desenvolvimento endógeno, teoria das cidades criativas, *décroissance*, economia solidária e economia social. Ou seja, teorias alternativas e suas práticas. A maioria delas tem como premissa a sustentabilidade não só ambiental, mas também econômica, social e cultural. Essas teorias, estão desenvolvendo discussões em direção à mudança social a partir do vasto ponto de vista que faltava às teorias socioeconômicas tradicionais de até então.

“A teoria do desenvolvimento endógeno” representada por Tsurumi Kazuko e Kenichi Miyamoto tem influência em diversas áreas, como uma alternativa ao modelo de modernização ocidental da teoria do desenvolvimento regional e da sociologia. O modelo de desenvolvimento não ocidental defendido por Tsurumi dá ênfase às culturas locais, ao desenvolvimento regional e à participação das pessoas, em contraponto à teoria da modernização que gerou desigualdade regional e destruição ambiental. Miyamoto considera o “desenvolvimento endógeno”

sustentável, dentro da “economia ambiental”, ao mesmo tempo em que faz críticas ao “desenvolvimento por meio de tecnologia e capital externo” do Japão. O autor define desenvolvimento endógeno como sendo o “desenvolvimento regional que faz melhorar o bem-estar dos habitantes com as ‘próprias mãos’ dos municípios, realizando o desenvolvimento econômico enraizado na cultura local, a partir do aprendizado voluntário de pessoas e grupos de empresas e associações locais. Os planos com base no desenvolvimento tecnológico autônomo, conservam o meio ambiente da região e ao mesmo tempo usam os recursos locais de forma racional” (MIYAMOTO, 1989, p.294).

A teoria das cidades criativas de Peter Hall, Charles Landry e Masayuki Sasaki vem chamando cada vez mais a atenção ao mesmo tempo que vem se expandindo as discussões dinâmicas nas áreas de economia cultural, política cultural, economia urbana e planejamento urbano. Dentro e fora do país observamos o aumento de práticas e iniciativas das “cidades criativas” como a rede de cidades criativas da UNESCO e a aplicação de políticas e estratégias urbanas nos EUA, na Europa e na Ásia. Em um cenário de devastação das cidades devido ao declínio e ao esvaziamento das indústrias de manufatura, chama a atenção o crescimento da expectativa por uma revitalização das cidades através da promoção das indústrias criativas no contexto de uma mudança estrutural para uma economia da informação e do conhecimento. A “cidade criativa” apresentada por Sasaki é “baseada na livre expressão das atividades criativas dos cidadãos, tem muita criatividade na cultura e na indústria, e ao mesmo tempo em um sistema econômico urbano inovador e flexível, que não o da produção em massa, com muitos ‘*creative milieu* (ambientes criativos)’ onde soluções criativas seriam geradas para problemas ambientais globais e questões e locais” (SASAKI, 2001). Buscando o conceito inicial na economia artística de Ruskin e Morris e em Lewis Mumford, que aplicou as ideias dos primeiros à teoria urbana, Sasaki cita os estudos urbanos de Jane Jacobs, bem como a teoria política para cidades criativas do *European Creative Cities Research Group* como representado por Landry. Toshio Kamo argumenta que o conceito de cidades criativas se contrapõe e é uma alternativa ao

conceito das cidades globais. Sasaki faz a comparação entre as “cidades criativas” representadas por Bologna e Kanazawa com as “cidades globais” como Nova Iorque e Tóquio, afirmando: “Há como característica a categorização da ‘cidade criativa’ pelo polo oposto, a ‘cidade global’ que é dominada pelo capitalismo financeiro da atualidade” (SASAKI, 2009). E ainda, para superar as contradições e os pontos fracos das “cidades globais, que tem o capital financeiro e serviços especializados avançados como propulsor da economia e conseguem alcançar o topo da hierarquia global expandindo as desigualdades sociais”. Sasaki incorporou uma perspectiva que visa reconstruir uma sociedade global culturalmente diversificada e uma comunidade socialmente inclusiva, enquanto expande uma rede urbana horizontal, centrada no desenvolvimento da cultura e da indústria (indústria cultural) com base nas atividades criativas dos cidadãos, dentro da teoria de cidades criativas” (SASAKI,2009). Na ECO 92⁵³ também foi discutida a importância do significado que a força da cultura tem para a formação de uma sociedade sustentável, a revitalização das cidades e a integração da sociedade a partir do avanço das indústrias culturais.

A teoria e as práticas da economia solidária tiveram início na América Latina em 1980, e através de fóruns sociais mundiais, a palavra economia solidária começou a ser usada. Porém, a teoria surgiu para retornar as atividades de ajuda mútua e enfrentar os problemas sociais que surgiram com a Revolução Industrial na Europa. Na França, ocorreu por meio de cooperativas e foi nomeada como economia social. De acordo com Jun Nishikawa do Instituto de Política Econômica para Qualidade de Vida (2007), a atividade cooperativa na França teve início com Charles Gide, autor de “Economia Social” (1905), onde encontra-se a frase “economia social e solidária” (*économie sociale et solidaire*) na qual Gide praticamente utiliza a palavra “economia social” como sinônimo de “economia solidária”, mas ao estudar o seu conteúdo encontramos apontado o caminho traçado do desenvolvimento da economia social para a economia solidária. Na Argentina é mais conhecida como economia social, o conteúdo é igual, também referindo à economia solidária social, onde se dá mais ênfase à solidariedade social do que à economia, e tem como base a

oposição à economia capitalista que força sempre a competição. A América Latina, onde a reforma da economia neoliberal e do programa de ajuste estrutural do FMI representou um sacrifício, apresentou um desenvolvimento intenso da economia solidária. No Brasil e na Argentina, o governo central e os municípios instalaram departamentos relacionados para dar suporte jurídico e político às práticas. Como atividades práticas entenda-se: atividades cooperativas, comércio justo, empresas sociais, microcrédito, moeda social (local), financiamento solidário, conservação ambiental, atividades culturais, geração de empregos por empresas sem fins lucrativos, formação de comunidades democráticas endógenas e suporte para a inclusão social. Ao mesmo tempo que estão sendo realizadas atividades conjuntas entre regiões, há um avanço na formação de redes internacionais.

A teoria do decrescimento (*décroissance*) foi proposta desde os anos 2000, principalmente por estudiosos de teorias pós-desenvolvimento na França e na Itália, liderada pelo filósofo econômico Serge Latouche. Yoshihiro Nakano, tradutor da versão japonesa do livro de Serge Latouche “É possível um desenvolvimento social sem um crescimento econômico?” (2007), na passagem “Sobre a área de pensamento de Serge Latouche” da mesma obra, comenta que o pensamento do pós-desenvolvimento e a teoria do decrescimento de Latouche “interpretam as questões de desenvolvimento internacional pós-guerra do ponto de vista da teoria da civilização, e dentro disso as pessoas dos países desenvolvidos e industrializados oferecem um caminho para uma sociedade alternativa junto com os países em desenvolvimento”. De acordo com Nakano, o pensamento do pós-desenvolvimento examina criticamente o fato de que a política internacional de desenvolvimento opera com base no paradigma do crescimento (valores econômicos específicos da civilização moderna ocidental), do sistema nacional moderno e da ciência moderna, “Contra o efeito homogeneizante do sentido de existência produzido pelo domínio mundial da civilização ocidental moderna”. E segue “é preciso revitalizar a autonomia das pessoas nos países em desenvolvimento e criar um mundo com base em diversos valores e estilos de vida para que não

sejam dominados pelos valores do ocidente moderno, principalmente a lógica econômica”, apresentada a eles. A teoria do decrescimento, que tem como fundamento o pensamento do pós-desenvolvimento, representa um movimento social de base, o processo da prática civil que transforma as sociedades industriais de hoje em uma organização pluralista de autogestão enraizada nas culturas e ecossistemas específicos de cada comunidade (um escape do paradigma de crescimento econômico), buscando a realização de uma nova prosperidade que não visa o crescimento econômico. Decrescimento é “um termo que representa uma alternativa ideal: um estado de fuga do paradigma do crescimento econômico”. Pode-se dizer que é uma alternativa ao paradigma de crescimento econômico centrado no ocidente moderno. As práticas da teoria do decrescimento podem ser vistas principalmente na França e na Itália, mas também na Espanha e na Bélgica onde há uma formação voluntária de grupos que apoiam o decrescimento, como movimento social que tem o objetivo de promover uma abordagem ecológica apropriada, o movimento de ecovilas, associações para a manutenção da agricultura nas áreas rurais, grupos de consumo solidário e adeptos da vida simples. Nakano, ao compreender a teoria do decrescimento como um movimento social, classificou-o em uma linhagem do movimento de autogestão e apontou que é um protótipo do movimento da economia solidária que se expande como um experimento que corrige as desigualdades geradas pelo capitalismo. Latouche considera a teoria do decrescimento diferente de tendências como o altermundialismo (*Alter Globalization*) e a economia solidária, e ao mesmo tempo diz que as propostas específicas dos ativistas da globalização e das economias solidárias seriam totalmente bem-vindas no grupo do decrescimento. Portanto, na prática, o decrescimento é considerado como semelhante à economia solidária.

A maioria das teorias socioeconômicas alternativas, incluindo a economia cultural, dão ênfase à cultura e ao seu conceito. A teoria do desenvolvimento endógeno tem como principal fundamento o desenvolvimento baseado na cultura de cada local. Latouche (2007) “que vem propondo saídas ativas para a construção de uma sociedade autônoma ecológica e democrática

(sociedade de decrescimento), ao prever de forma precisa a crise de uma sociedade de mercado globalizada” aponta que “não é apenas uma crise financeira, econômica, social ou biológica, é basicamente uma crise cultural e humana também”. E ainda denomina a destruição da autonomia cultural dos países em desenvolvimento como um “fenômeno de perda cultural” que afirma ser o maior problema da ocidentalização mundial. Prossegue, “o importante é sair do paradigma baseado em um ‘*homo economicus*’ racional unificado (a causa principal do suicídio cultural e da uniformização da terra), para poder revitalizar a diversidade e o pluralismo”. Na teoria do decrescimento, é levantada não só a recuperação e a reconstrução da própria cultura, mas uma revolução cultural como filosofia.

O economista solidário argentino José Luis Coraggio fez críticas à separação entre a cultura e a economia e o desenvolvimento que está sendo promovido pela racionalidade homogênea, dando ênfase à importância da cultura que traz a identidade, a liberação da energia social e habilidade econômica (CORAGGIO, 2007). No painel “Política de formação de organizações, políticas de sustentabilidade e as experiências do desenvolvimento regional com ênfase às políticas culturais” apresentado no “Seminário internacional sobre o desenvolvimento econômico regional” que ocorreu na Colômbia, Yoko Kitazawa disse, sobre o conceito de economia solidária, que “não é um conceito restrito de economia, mas contém uma perspectiva pluralista e cultural⁵⁴” e afirma que a economia solidária possui uma profundidade cultural.

Na economia solidária, a economia e a cultura são consideradas como inseparáveis abrangendo as atividades culturais e a conservação das culturas tradicionais. Pode-se dizer que as teorias socioeconômicas alternativas têm como objetivo, do ponto de vista da cultura, a superação dos problemas gerados pela globalização e modernização. Como uma questão de mudança do sistema social pelo modelo da “cidade criativa”, Sasaki enfatiza a importância da mudança do sistema de produção - consumo em massa - para uma economia criativa baseada na produção cultural da pós-produção em massa.

Também apresenta a necessidade da “revalorização do trabalho criativo que gera um “valor real” apoiado pelo valor cultural e o surgimento de ‘pessoas criativas’ que criam a sua própria cultura de vivência, superando o falso boom de consumo”. E ainda, aponta que a política “do progresso humano e do direito cultural” que a UNESCO está promovendo, é o direito de aproveitamento e de criação da cultura, de extrema importância na vida das pessoas. A mudança social, abarca as diversas funções e possibilidades que a cultura possui, baseada nos conceitos de valor cultural, na produção cultural e nos direitos culturais.

Os requisitos para gerar os três pontos em comum: a sustentabilidade multifacetada, o potencial de mudança social e o potencial como atividade cultural, assim como visto anteriormente, são: regionalidade, diversidade, atividades da sociedade civil (terceiro setor), rede horizontal e as práticas de inclusão social. Estes fatores influenciam a atividade do design que se transforma e consegue converter os sistemas ao redor em algo cada vez mais sustentável. No caso do Brasil, a atividade de design que tem como base a regionalidade e a diversidade está convertendo o sistema econômico, cultural, ambiental e social em sistemas cada vez mais sustentáveis. O fator gerador de um design regional e diversificado é a economia solidária que tem como objetivo a ação da sociedade civil e a inclusão social, e em contrapartida a atividade do design é um reforço destas. No caso da Costa Rica, a atividade do design aporta diversidade e regionalidade para o sistema cultural e para o sistema de produção/consumo, em outras palavras, para o sistema econômico, sendo assim um elemento que converte cada sistema em sustentável. E o campo de atividade de design, neste caso, era moda, que tem a diversidade imanente. No caso da Argentina, as práticas de inclusão social, as atividades sociais e as redes horizontais permitiram o fortalecimento entre si, convertendo a atividade do design em algo mais democrático, tornando os sistemas social e cultural cada vez mais sustentáveis. As atividades do design compostas por redes horizontais trazem diversidade ao sistema de consumo e produção, tornando o sistema econômico cada vez mais sustentável. As redes horizontais, as práticas de inclusão social e

as atividades de sociedade civil são elementos que geram um design democrático, conseqüentemente trazendo diversidade para a atividade.

Esses fatores, abordados posteriormente, têm muito em comum com os fatores relevantes da teoria socioeconômica alternativa.

Regionalidade

A globalização e a economia neoliberal do sistema econômico por meio das multinacionais que buscam o menor custo pela mão de obra em qualquer lugar do mundo, independentemente se o país está em desenvolvimento ou se é um país desenvolvido, arruinaram as indústrias tradicionais das regiões, e ao mesmo tempo foram a causa da perda de características próprias e da regionalidade das indústrias. Na teoria do decrescimento (SERGE LATOUCHE, 2010) é perceptível a interpretação de que as particularidades regionais, como a cultura e o ecossistema, foram perdidas por causa da modernização e da globalização. Entretanto, podemos afirmar que a recuperação dos valores perdidos é importante para assegurar a sustentabilidade e o reconhecimento da importância de promover os diversos crescimentos enraizados na região, pontos comuns das teorias socioeconômicas alternativas. Latouche apresentou oito programas de revitalização como metodologia, entre os quais “Revalorizar (*Réévaluer*)”, “Reduzir (*Réduire*)” e “Relocalizar (*Relocaliser*)” desempenham um papel estratégico. O programa de “Relocalização” objetiva a criação de uma democracia ecológica enraizada na região, o que significa a busca da autossuficiência alimentar, econômica e financeira. Este programa tem como objetivo a “criação de uma sociedade autônoma e local”, que possui uma face de dependência mútua entre a inovação política e a autonomia econômica. E a região é considerada “não como um espaço fechado, mas como um ponto de conexão da rede de relações transversais que tem virtude e solidariedade”. Kenichi Kitajima (2007) aponta que a economia solidária ao mesmo tempo em que expande as práticas regionais

como serviços de vizinhança, sistema de trocas regionais, rede de troca de conhecimento, produção própria, agricultura sustentável, lojas de produtos orgânicos e cozinhas coletivas, mantém práticas de inclusão social, tais como suporte para busca de emprego, ligadas à “projetos de desenvolvimento regional” e temas de cooperação local. A teoria das cidades criativas de Masayuki Sasaki, a princípio tem como objetivo a anulação dos problemas e dos limites da estrutura nacional destacando como seria a economia regional para um progresso regional endógeno e a manutenção de um ciclo balanceado entre produção e consumo.

Como apontado nos casos analisados, a regionalidade se tornou um elemento para superar o design uniforme da produção e do consumo em massa, ligada à diversificação da atividade do design. A regionalidade está associada ao conceito de formação de comunidade, à diversidade cultural e biológica e ao desenvolvimento endógeno, um elemento que promove mudanças em todos os sistemas: ambiental, cultural, econômico e social. Ou seja, quando a atividade do design tem como objetivo a formação de uma sociedade sustentável, para realizar a mudança, a regionalidade é um elemento essencial.

Diversidade

Em 2002, na Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável (Rio+10) em Johannesburgo a “Declaração Mundial para a Diversidade Cultural” da UNESCO (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura), dentro do “plano de execução” juntamente com a paz, segurança, estabilidade, direitos humanos e o respeito pela liberdade, a diversidade cultural, foi determinada como elemento indispensável para se atingir um desenvolvimento sustentável. Ela também pode ser interpretada como um elemento fundamental para a construção da paz e de uma sociedade que convive com diversas culturas.

Sasaki sempre insistiu na importância da diversidade cultural para a construção da cidade criativa. No Fórum Mundial de

Cidades Criativas em Osaka (2007), foi realizada uma sessão com o tema “Cidades Criativas e a diversidade cultural” na qual, o levantamento de problemas aponta “dentro da globalização que aprova a diversidade, existe um direcionamento do desenvolvimento das cidades criativas”. As redes das cidades criativas da UNESCO também visam a promoção da diversidade cultural. A teoria do decrescimento de Latouche tem como finalidade a recuperação da diversidade, tendo em vista a salvação da cultura perdida nos países em desenvolvimento devido às atividades econômicas dos países desenvolvidos. As práticas da economia solidária também são enraizadas nas regiões e por isso tem a diversidade como pré-requisito. A diversidade não é estabelecida apenas com a regionalidade, assim como a produção cultural apresentada por Sasaki, mas também dentro do sistema de produção e consumo, do ponto de vista econômico. A diversidade é um elemento importante para a sustentabilidade e é um elemento que transforma a atividade do design.

Sociedade civil (terceiro setor)

As práticas e a teoria da economia solidária têm como pontos básicos de administração a autonomia, a cooperação, a democracia, a igualdade e a sustentabilidade. E os protagonistas são as cooperativas, as organizações comunitárias de autoajuda, empresas de autogestão do trabalhador, ONGs e organizações da sociedade civil, em outras palavras, o terceiro setor. Coraggio, dentro do comentário indicado anteriormente, apontou as perdas nas regiões sob influência da economia mundial e a busca de medidas para a recuperação por vários atores, da sociedade civil organizada. A sociedade civil pode ser vista como um complemento do capitalismo e do governo, mas setores da sociedade civil organizada (terceiro setor), distintos pela ênfase na economia solidária, “compartilham o interesse pela justiça social, igualdade e a sustentabilidade do ambiente e são críticos aos traços repressivos do estado e do mercado. A sociedade civil compartilha a vontade de encontrar opções que possam substituir

o crescimento impulsionado pelo mercado e pelo estado, com base nos valores da solidariedade, mutualidade e coletivismo” (MATSUSHITA, 2006, p.17). Podemos pensar que a construção de uma sociedade mais democrática, da qual participem cidadãos e residentes, promoverá o desenvolvimento humano e a recuperação da “esfera pública” que estavam em risco. As práticas da teoria do decrescimento, que se assemelham às da economia solidária também têm a sociedade civil desempenhando o papel principal. Em relação à teoria das cidades criativas, Sasaki enfatiza que a atividade das organizações sem fins lucrativos “funciona para expandir a área de trabalhos criativos e de agora em diante há uma grande expectativa” de solução dos problemas pelos cidadãos. Na teoria socioeconômica alternativa são enfatizadas a sociedade civil e o terceiro setor como protagonistas da mudança, e o exemplo mostra que será um fator de mudança também no campo do design.

Redes horizontais

A economia solidária basicamente tem a ideia de encontrar maneiras de escapar do impasse do sistema capitalista, introduzindo no sistema os “princípios horizontais e éticos”, com ênfase nas redes horizontais, na solidariedade social e na solidariedade geracional. Na prática, há progresso na formação de redes horizontais e na formação das redes internacionais das organizações. As práticas da teoria do decrescimento, desde as redes regionais até as mundiais apoiam a atividade. De acordo com Sasaki, a teoria das cidades criativas, segundo atestam os exemplos dos empreendimentos dos artesãos de Bolonha e a fusão da tecnologia digital com a indústrias tradicionais em Kyoto, aponta a importância das redes horizontais que podem conectar pessoas e serem um fator que cria o “*creative milieu*”. As redes das cidades criativas da UNESCO também têm como finalidade fomentar a relação entre cidades horizontais. O caso da América Latina, mostra que as redes horizontais estão gerando novas correntes e estruturas na área de design.

Inclusão Social

Dadas as contradições do sistema econômico do fundamentalismo de mercado e da modernização, a economia social e a economia solidária surgiram originalmente para responder à exclusão social e à marginalização das pessoas. A economia solidária é centrada principalmente nas atividades de inclusão social e na solução de problemas como desemprego e pobreza. A teoria do decrescimento enfatiza a inclusão das pessoas e das regiões marginalizadas por trás do desenvolvimentismo e do universalismo vigentes. Sasaki afirma que na teoria das cidades criativas “o novo modelo de cidade usufrui da criatividade da arte e da cultura aplicadas às novas indústrias e empregos, e na solução de questões como a dos sem teto e dos problemas ambientais, uma tentativa de revitalização da cidade em diversas formas. Um modelo urbano criado a partir da síntese das experiências da Capital Europeia da Cultura que vem trazendo resultados desde o seu início em 1985 na Europa”. Desta forma, Sasaki levanta a inclusão social considerando-a um ponto relevante da teoria da cidade criativa, apontando que “Tanto a cidade criativa quanto a inclusão social, ao superarem a desmontagem do estado de bem-estar pela reforma neoliberal, são uma tentativa de reforma social com uma base comum que visa uma nova sociedade descentralizada de bem-estar” (SASAKI, MIZUUCHI, 2009, pg.4). Na América Latina, o campo do design também está mais consciente na importância da inclusão social, como mostram os exemplos houve avanço das práticas de inclusão através do design social. A inclusão social avançando através do design social, é um elemento essencial para se transformar uma sociedade em sustentável também fora da América Latina. Apesar de a inclusão em si já estar ligada à mudança do sistema social, assim como apontado nos casos analisados, é preciso enfatizar que ela consegue mudar a natureza das atividades do design e através destas consegue mudar os sistemas econômico e cultural.

Com foco na atividade do design, uma síntese do resultado das análises dos três casos resumiu a relação entre cada sistema e os fatores, e verificou-se uma estrutura. A diversidade e a

regionalidade são elementos indispensáveis à atividade do design para a formação de um sistema sustentável, e estes dois elementos transformam a qualidade da atividade do design para a formação de uma sociedade sustentável. A atividade de design que desfruta da diversidade e da regionalidade consegue estimular os sistemas econômico, cultural e social a se tornarem cada vez mais sustentáveis. E ao mesmo tempo, os sistemas econômico e cultural que foram fortalecidos para serem mais sustentáveis pela diversidade e a regionalidade, promovem a atividade do design que contribui para a formação de uma sociedade sustentável. Fatores como a atividade da sociedade civil, a inclusão social e as redes horizontais propiciam a democratização e a diversidade da atividade do design fortalecendo a atividade para a formação de uma sociedade sustentável. A atividade do design diversificada e democratizada, além de contribuir para as práticas de inclusão social e das atividades da sociedade civil e para o fortalecimento das redes horizontais, está tornando sustentável cada sistema. E como ficou claro nas considerações sobre cada exemplo, através da atividade do design cada sistema: econômico, social e cultural influencia a sustentabilidade mútua.

Resumindo as relações de até então, a partir dos cinco fatores, a atividade do design passou a contribuir para a formação de uma sociedade sustentável, por uma estrutura que transforma cada sistema em sustentável. Cada sistema e cada fator se influenciam, possibilitando verificar uma estrutura que fortalece a atividade do design e contribui para a formação de uma sociedade sustentável. Em resumo, a relação de fortalecimento mútuo com foco no design, é uma estrutura em ciclo progressivo para o fortalecimento mútuo. Na análise do modelo de cidade criativa, Sasaki (1997-2001) pontua o diagrama conceitual da produção cultural de Kanazawa. Na estrutura da produção cultural de Kanazawa, o ciclo de consumo e produção geram o aumento da sofisticação do capital cultural e da qualidade do consumo do mercado interno da cidade, uma estrutura que se desenvolve para o próximo ciclo. O ciclo regional garante a endogeneidade e a sustentabilidade e promove a mudança, um

ponto de vista importante também para o modo de ser da atividade do design.

Essa estrutura cíclica também pode significar uma mudança para um sistema ambiental mais sustentável. Por exemplo, na “Economia Ambiental” de Kazuhiro Ueda, Hitoshi Ochiai, Yoshifusa Kitabatake e Shunichi Teranishi, os problemas ambientais são separados em três: poluição ambiental, como a do ar; destruição ambiental, como a das florestas e do ecossistema; e destruição da amenidade, que significa a violação do ambiente cotidiano, a perda da paisagem única da região e destruição do estoque de cultura material e imaterial (UEDA, OCHIAI, KITABATAKE, TERANISHI, 1991, p.5). Kenichi Miyamoto também menciona a necessidade de medição da qualidade do ambiente, e aponta que a cultura também faz parte dessa medição (MIYAMOTO, 1989, p.276-277). Miyamoto e os demais autores pensam em um sistema ambiental que inclui o sistema social, cultural e econômico, e que a mudança feita pelo sistema econômico, cultural e social para um sistema mais sustentável pode estabelecer um sistema ambiental sustentável. Como mostra diagrama 5-4, essa estrutura cíclica que consegue transformar o sistema ambiental em sustentável consegue elevar a sustentabilidade em diversos campos, contribuindo para a formação de uma sociedade “de possível manutenção” apontada por Shigueto Tsuru e Kenichi Miyamoto.

A estrutura cíclica que fortalece a sustentabilidade da atividade do design por meio da própria atividade do design, significa a superação dos próprios limites da atividade e indica como o design atua para a formação de uma sociedade sustentável. Os cinco fatores que formam a estrutura cíclica elevam o potencial do design como atividade cultural. Estes fatores devem ser as perspectivas utilizadas nas políticas como condição ambiental para melhorar o potencial multifacetado das atividades de design e reformar a sociedade.

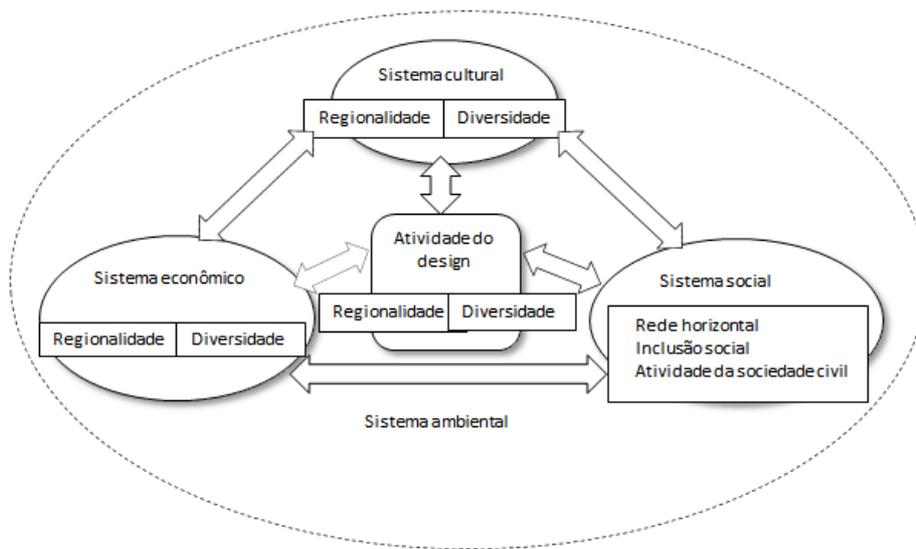


Figura 5-4 Relação entre as atividades do design, fatores e sistemas a partir dos três casos

5.2 Pela individualização e democratização da política de design

Por último, considerando as análises e as propostas políticas de cada exemplo do tópico anterior, gostaria de concluir a partir do ponto maior, sobre as atribuições das políticas de design.

As políticas de design de até então eram basicamente políticas que apoiavam a atividade para vender produtos, ou seja, uma política de dinamização da economia. Isso gerou problemas em escala mundial, como resíduos em massa e uniformização de produtos. O que se busca atualmente não é apenas a dinamização da atividade do design, mas sim uma atividade do design que possa realizar a formação de uma sociedade alternativa que objetiva o crescimento social e cultural em acordo com a natureza, sendo este o papel consolidado para uma política de design de agora em diante.

Em primeiro lugar, é necessária a individualização da política de design. O que a teoria socioeconômica alternativa e os casos levantados sugerem é a necessidade de definir a atividade do design neste contexto de regeneração regional e superação dos vários problemas em escala global a partir da diversidade cultural e da restauração da regionalidade. Para isso, é necessário classificar a política de design como política regional e cultural. Pois, ao avançar a atividade do design como política regional e cultural, com certeza a política de design se tornará particular, individual.

A modernização vem sendo promovida pela iniciativa do sistema econômico. Na política de design até então, a própria atividade do design também era assim, inclinada aos objetivos econômicos.

A maioria das políticas de design foram formuladas de acordo com a classificação dada à atividade do design que mirava valores modernos tais como a universalização e a padronização.

A modernização era um processo de universalização e padronização para tornar o mundo um sistema único. E por isso, a atividade do design desde a era moderna, não conseguia evitar o direcionamento para a similaridade e a homogeneização. A política de design como política econômica e de indústria também foi se inclinando em direção à universalização e à padronização. Nessa inclinação para o lado econômico e a padronização, a política passou a negligenciar o design como atividade cultural. Podemos dizer que faltam perspectivas em relação à regionalidade e à diversidade regional nas políticas de design. Não que o design não fosse visto como atividade cultural, mas por essa visão do design, principalmente no Japão a política de design foi aprisionada na estrutura da política econômica levando à insignificância do design no sistema cultural em termos de uma política específica.

Ao ver o design como atividade cultural, é indispensável haver uma política para o design inserida na política cultural. Existe a necessidade de políticas que permitam ao público em geral desempenhar um papel de liderança nas atividades de design, bem como de políticas que permitam ao público em geral usufruir independentemente dos benefícios do design. As condições que são apresentadas na “cidade criativa” de Sasaki (2000), menciona que não só os artistas e os cientistas, mas, também os “trabalhadores e artesãos podem se envolver em trabalhos úteis e enriquecer suas vidas, não como um trabalho duro, tornando artística a vida cotidiana”. No âmbito da política cultural, a política de promoção do artesanato também é importante. Só com a promoção do artesanato ocorre a ativação das indústrias e a geração de empregos, a formação da identidade regional e a utilização dos recursos naturais promovendo a sustentabilidade econômica, cultural, ambiental e social, e assim como os exemplos apontam, influenciando também a atividade de design. E o fortalecimento do sistema cultural está ligado à atividade de design, capital cultural imaterial, e por isso será necessário um investimento em muitas atividades culturais. A medida política para proteger o patrimônio cultural e a cultura tradicional e dinamizar a atividade está indiretamente ligada à geração de diversas iniciativas de design.

Para a política de design ser uma política regional é importante a cooperação e a incorporação às políticas ambientais adaptadas à região e às políticas sociais que abrangem iniciativas de inclusão social, bem como às políticas econômicas e industriais. Principalmente a política da indústria regional, a política de empreendimento, a política de TCI e as políticas de artesanato são elementos importantes para a promoção das pequenas e médias empresas, é indispensável classificar a atividade de design vinculando essas políticas. A política de design regional é eficiente tanto para a manutenção da diversidade cultural quanto para facilitar o uso do capital cultural regional e é necessário formular políticas de design que operem de maneira apropriada em cada região e com a tradição e a história de cada local.

G. Raulik Murphy, era pesquisadora sênior do *Design Wales*, centro de pesquisa de design da Universidade de Cardiff em Gales, conhecida como líder das redes da Europa e do Reino Unido. Ela fez a análise comparativa do nível de progresso da política de design de cada país. Porém, no painel de discussão da “Capital Mundial de Design em Turim 2008” ela mencionou que “é necessário um modelo de política que corresponda ao contexto e às necessidades de cada região, e não uma cópia”⁵⁵. As formas de cooperação com as políticas sociais, culturais e ambientais devem ser diferentes em cada região. É possível que a maioria das falhas do centro de design regional do Japão ocorreu devido à uniformidade das políticas de design.

Construir a política de design dentro das políticas cultural e regional, significa recuperar a regionalidade e a diversidade na atividade do design além de promover a formação do ambiente da atividade do design que consiga gerar os seus próprios valores. Construção esta, que também está ligada ao avanço da formação de redes horizontais e à cooperação da atividade de design com organizações da sociedade civil. Quem irá conservar a diversidade e a regionalidade não são as grandes empresas e nem as multinacionais, mas sim as pequenas empresas regionais, os designers e os moradores conscientes da região. Como apontado pela teoria socioeconômica alternativa e pelos exemplos estudados, a solução está nas atividades da sociedade

civil organizada (terceiro setor) e nas redes horizontais. Os empreendimentos dos designers, as empresas sociais da área de design e o suporte às atividades informais também são importantes. Por exemplo, os empreendimentos pelos designers, possibilitam a cooperação com as regiões rurais e, como pode ser observado nos três exemplos anteriores, o protagonista da atividade de design é o sujeito que facilmente pode expandir uma atividade alternativa como essa. O aumento de praticantes da atividade do design alternativo através das redes horizontais está ligado à mudança para a formação de uma sociedade sustentável.

Em segundo lugar, se busca a democratização da política de design. Ao ver a atividade de design como capital cultural, pode-se afirmar que a atividade do design é um bem público. Assim como apontado no caso da Argentina, para tornar os sistemas cultural e social sustentáveis são necessários o aproveitamento e a aplicação democrática do design que é um capital cultural. Assim como é necessário trabalhar como uma política cultural ao buscar a individualização das políticas de design, é essencial trabalhar como uma política cultural ao buscar a democratização das políticas de design. O mais importante para o desenvolvimento da política cultural, que objetiva a democratização da atividade do design é que os cidadãos comuns saibam o significado da atividade do design, bem como a criação de um sistema em que todas as pessoas estejam envolvidas. Ou seja, é estabelecer a política de design como política cultural atrelada à garantia da participação civil e nos direitos culturais. Para isso, há medidas específicas a serem executadas em política educacional, principalmente na educação formal e na educação social é desejável promover a compreensão da atividade do design. Mesmo em meio à uma verdadeira inundação de produtos e de eventos de design, é difícil dizer que o significado da atividade é compreendido pelos cidadãos em geral. Os próprios designers não são exceção. Em relação à educação, formal e social, pode se afirmar que promover uma compreensão maior do design, como o significado e o papel da atividade do design, os méritos e os deméritos até o momento e a influência que exerce em cada sistema está ligado à

garantia dos direitos culturais e à elevação da habilidade do aproveitamento cultural pelas pessoas em geral. Na tentativa de estruturar uma política de design no nível da União Europeia, a consulta pública “O design como um impulsionador da inovação centrada no usuário” (*Design as a driver of user centred innovation*) indicou que o mais necessário é a compreensão por parte dos elaboradores da política⁵⁶. Com base no documento publicado pelo Comitê Europeu em abril de 2009, que analisa se o design contribui para a geração de inovação e melhora da competição de acordo com o resultado da consulta pública “O design como um impulsionador da inovação centrada no usuário”, o maior obstáculo para uma melhor aplicação do design na Europa está no fato de que “os elaboradores da políticas não compreendem o potencial do design (78%)”. E apresenta a falta de reconhecimento por parte do cliente que aplica o design em negócios (68%) e a falta de reconhecimento pelo consumidor final (46%). O fator mais importante para a elaboração de uma política é a compreensão de que a própria atividade do design tem influência sobre diversos sistemas. Como a política de design estava posicionada dentro da política de indústria e economia, foi útil apenas para as partes interessadas. Por outro lado, por não ter sido posicionada como uma atividade cultural, não necessitava da compreensão e da participação das pessoas no geral. Mesmo que a política de design trabalhasse com o conceito de consumidor usuário, durante muito tempo não houve questionamento em relação à sua compreensão pela sociedade. O alvo da política de design eram empresas e especialistas, enquanto as pessoas em geral quase não faziam parte. Como citado anteriormente, apenas os especialistas participam da consulta pública, o que indica que finalmente pouco a pouco atividade do design foi compreendida no mundo da política. No ensino em geral, bem como em instituições educacionais especializadas na aprendizagem de designers, deveria ser informado o impacto das atividades de design, incluindo as questões globais. No Instituto de Design do Japão, discute-se a necessidade do ensino do design no ensino geral, e o Instituto realizou a publicação de livros didáticos sobre design para crianças. Os objetivos diferem, mas a necessidade do

aprendizado de design no ensino comum é mencionada como um dos três pilares da política de design do Ministério da Indústria e Economia do Japão.

Para a democratização da política de design é necessária uma abordagem conjunta com a política social. Seria de se esperar a promoção do design social, que tem como finalidade a solução dos problemas sociais e a inclusão. Para isso são importantes: a participação da sociedade civil organizada (terceiro setor), políticas que promovam a atividade de empresas sociais, formação de redes horizontais, intercâmbios acadêmicos abertos e a integração com as políticas de promoção de TCI que possam facilitar os espaços abertos de cooperação e debates. E o uso da internet e afins, como foi visto nos exemplos, é um fator que eleva o potencial do design, entretanto, nem todos têm condição de usar internet e TCI. Desta forma, uma política que possa anular esta exclusão digital seria uma medida de assistência eficiente no âmbito de uma política de design.

Uma abordagem integrada à política social necessita de uma visão em escala global e valores éticos. Ao pensar no futuro do planeta, a atividade do design precisa não somente de medidas que fortaleçam a competição no próprio país, mas sim levar em consideração, por exemplo, os problemas ambientais e os problemas sociais dos outros países. A atividade do design tem um aspecto que evoluiu longe dos valores éticos na medida do progresso do capitalismo. Porém, a atividade do design que promove a formação de uma sociedade sustentável, assim como foi visto nos exemplos, possui uma relação inseparável dos valores éticos como a economia social e a inclusão social. Com a junção de valores éticos, a atividade do design se democratiza e para promover um design democrático, é importante considerar o desenvolvimento como política social.

Em terceiro lugar, é necessária a integração das políticas e a cooperação com outros setores. Um ponto importante mostrado nos exemplos, foi a eficácia da integração das políticas e da cooperação interpública, considerando a dependência mútua do sistema. Para que a política de design poder possa usufruir os seus diversos papéis e o potencial dela, é de grande importância a integração das políticas e a cooperação Interpública baseada

na dependência mútua do sistema. Para promover a utilização democrática do design é indispensável a cooperação com as políticas culturais, sociais e educacionais. Para a promoção de uma atividade de design autônomo, é necessária a integração das políticas de ensino de design, de emprego e de promoção de empreendimentos. E para praticar o design social é necessária uma perspectiva integrada além das políticas sociais, educacionais, ambientais e de promoção do TCI. A operação das políticas acima está resumida na Figura 5-5.



Figura 5-5 Modelo desejável para uma política de design

A forma da política de design está ligada diretamente com a forma do ensino especializado de design, ou seja, com a formação do designer. Repito frequentemente que o design é uma atividade abrangente que ultrapassa a sua área, necessitando de conhecimento e práticas e cooperação de várias áreas. Porém, principalmente no caso do Japão, havia a tendência de enfatizar demais a modelagem e a tecnologia. A atividade do design para a formação de uma sociedade sustentável precisa ter perspectiva interdisciplinar e pluralista. Tanto para o ensino de design quanto para a política de design, é necessário ampliar a perspectiva. As ciências sociais, por exemplo, política social e questões sociais, e as práticas do setor da sociedade civil devem ser indispensáveis no ensino do design.

Conclusão

Este livro é um desafio ao grande tema da atividade do design para a formação de uma sociedade sustentável e da formatação de sua política. Um dos resultados desse trabalho foi a realização de um novo enquadramento teórico para análise e nova abordagem da pesquisa na área de design. Acho que esta abordagem pode não só contribuir para a área de design, mas também para o desenvolvimento de pesquisas na área da economia social de forma ampla. Outro resultado foi a apresentação de parâmetros para práticas, em várias direções, tendo como alvo desde designers até administradores. E ainda a indicação de como a atividade do design e suas políticas devem ser elaborados concomitantemente às políticas urbanas e regionais.

Por último, gostaria de concluir os conhecimentos resultantes das análises gerais. Em primeiro, os pontos em comum que os três casos apontam: 1. a função (contribuição) da atividade do design na elevação, em diversas formas, da sustentabilidade; 2. o potencial da atividade do design para mudar o sistema econômico, social, cultural e ambiental em um sistema cada vez mais sustentável, ou seja, o potencial do design para realizar uma mudança social; 3. o potencial do design como atividade cultural, que gera valores culturais como capital cultural. Em segundo, para a formação de uma sociedade sustentável é importante que o design incorpore a estrutura cíclica de fortalecimento mútuo, que inclui fatores como diversidade, regionalidade, atividades de sociedade civil, redes horizontais e inclusão social, enfatizados em muitas das teorias socioeconômicas alternativas. Em terceiro, para promover o design que promove a formação da sociedade sustentável, é necessário a individualização e a democratização da política de design, e para isso, ao mesmo tempo em que se empenha como política regional e cultural, é importante que haja

uma proposta de integração e cooperação com as políticas de outras áreas.

Para analisar o funcionamento da atividade do design, sempre existiu a dificuldade em avaliar os valores culturais que não podem ser expressos em números. Comparando com o lado econômico da atividade de design, faltam dados objetivos dos lados cultural, social e ambiental, sendo difícil uma análise objetiva. E por isso penso, como uma das tarefas para as próximas pesquisas, em desenvolver uma forma de análise e abordagem que supere estas questões. O conteúdo abordado neste livro não foi possível de ser analisado usando dados estatísticos, porém tentei garantir a objetividade através da obtenção de informações multifacetadas e de uma grande quantidade de informações. No futuro, será necessário inovar para encontrar outros métodos analíticos. Toda a pesquisa de caso foi trabalhada só a nível nacional, portanto, (no futuro) para analisar o desempenho da política e a atividade do design que enfatiza a regionalidade será necessária uma abordagem em nível regional, incluindo os meios urbano e rural. A segunda tarefa é avançar com a pesquisa do nível regional incluindo as pesquisas regionais além da América Latina e as análises comparativas da região de alcance. E a terceira tarefa é realizar a análise do papel do design e as políticas de promoção do ponto de vista das indústrias criativas que atualmente vêm sendo destacadas. Neste caso, é necessária a análise também dos problemas de desigualdade do design devido à distribuição desigual de designers, e políticas de promoção nas regiões rurais.

Posfácio

Meu primeiro encontro com a América Latina foi como membro do programa Voluntários de Cooperação no Exterior do Japão. Essa experiência foi o ponto de partida para minha pesquisa no campo do design. Por dois anos, desde 1987, tive a oportunidade de trabalhar no Instituto de Tecnologia da Costa Rica, Departamento de Design Industrial. Além de palestras e livros didáticos especiais, também planejei e implementei um projeto de concurso em design têxtil com meus colegas como atividade de extensão. O que ganhei com minhas atividades na Costa Rica foi importante para mim e comecei a pensar nas atividades internacionais de cooperação e design do Japão. Isso levou ao atual tema de pesquisa “Como deve ser a atividade do design?” e “Como devem ser as suas políticas?”

Luis Fernando Quirós, um amigo próximo desde os tempos de cooperação, me perguntou: “O que o design pode fazer em resposta à crise econômica?”. Fiquei confusa com a pergunta dele e apenas respondi: “Essas são atividades de design que indiretamente levarão à revitalização das pequenas e médias empresas?”. Eu não percebi naquele momento, mas de fato, o caso latino-americano discutido neste livro, é exatamente a resposta para Quirós. Os próprios profissionais de design da América Latina já haviam dado a resposta para ele.

Embora não discutidas neste livro, as práticas e as abordagens de novos tipos de design socialmente conscientes também estão aumentando no Japão. As atividades de design são cada vez mais esperadas em áreas como agricultura, regeneração das comunidades e bem-estar. No futuro, será necessário assimilar as iniciativas de design japonesas e aprofundar a pesquisa.

Este livro é baseado em uma dissertação de doutorado da Escola de Pós-Graduação em Cidades Criativas da Universidade

da Cidade de Osaka, “Pesquisa sobre atividades de design para políticas e formação da sociedade sustentável: Através do caso latino-americano” (2011). O livro foi compilado, complementando o conteúdo da nova pesquisa, fazendo grandes correções. Os textos originais de antes da edição deste livro são os seguintes.

Capítulo 2: “Atividades de design como cultura: ativação do artesanato e políticas relacionadas no Brasil” (2008), “*Economia cultural*”, Vol. 6, n. 4 (pp.35-48);

Capítulo 3: “Significado e possibilidades da atividade de design através do setor de moda: O caso da Costa Rica” (2009), “*Economia cultural*”, Vol. 6, n. 4 (pp.37-50);

Capítulo 4: “Possibilidades da atividade de design através da rede social: O caso da Argentina” (2011), Revista de Pesquisa para Cidades Criativas, Vol. 7, n. 1, (pp.69-92).

O professor Masayuki Sasaki, da Escola de Pós-Graduação em Cidades Criativas, tem fornecido orientações extensas e cuidadosas desde que entrei no programa de doutorado. Professor Sasaki não apenas orientou minha dissertação, mas também me aconselhou de várias maneiras na compilação deste livro. Olhando para trás, acho que tive muita sorte de poder estudar com o professor Sasaki. Também aprendi muito com meus colegas de seminário, o que foi um grande incentivo para continuar minha pesquisa. Além disso, gostaria de agradecer a Kosei Sendo, presidente da Suiyosha Publishing, e Yumiko Fukushima do departamento editorial, por seus valiosos conselhos e palavras de incentivo. Finalmente, gostaria de agradecer aos meus amigos latino-americanos. Sem a amizade e cooperação deles, eu não seria capaz de realizar ou resumir os resultados de minha pesquisa

Aditamento para publicação da versão em português

Minha primeira visita ao Brasil foi em 2006.

No Brasil, onde a criatividade se destaca em vários campos, sem mencionar o campo do design, acho que há muito a aprender quando se pensa nos ideais de sociedade.

Este livro foi publicado no Japão em 2013, mas a maioria dos casos do Brasil, por exemplo, é fruto de uma pesquisa iniciada há 15 anos. Como resultado, seu conteúdo pode ser diferente da situação atual e algumas das instituições e sites mencionados neste livro não existem mais. Infelizmente, alguns morreram. No entanto, acredito que é importante fornecer um conhecimento no campo do design, em rápida mudança.

Gostaria de agradecer à tradutora Mei Kawahara, Caetana Britto pela revisão, Editora Blucher, ao editor Jonatas Eliakim e Silvia Sasaoka por fazer as pontes para esta publicação.

Bibliografia

(Japonesa)

Abe, Kimimasa Supervisão [1998] História mundial do design, BIJUTSU SHUPPANSCHA

Agou, Kenji, Makoto Sano, Tokutaro Shibata compilação [2008] Economia moderna: Mercado, sistema e organização, Iwanamishoten Asai , Haruhiko e Fumikazu Masuda (compilação) [2010] Eco design, Imprensa da Universidade de Tóquio

Associação Japonesa da América Latina e Caribe [2006] Informações Latinoamericanas NO.3

AXIS [2004] AXIS, Edição de outubro, vol.111

AXIS [2006] AXIS, Edição de junho, vol.121

Bijutsu shuppansha [1999] Site de design, vol.16 / no.106

Bijutsu shuppansha [2005] Site de design, vol.22 / no.138

Bijutsu shuppansha [2008] Site de design, vol.25 / no.159

Câmara de Comércio e Indústria Japonesa do Brasil compilação [2005] Enciclopédia do Brasil Contemporâneo, SHINHYORON PUBLISHING

Centro de Recursos da Ásia-Pacífico [2009] Alta 3/4 edição

Comitê Executivo da Conferência Internacional de Design Sustentável compilação [2006] O amanhã será sustentável Guia de exibição do Sustainable Everyday Project Tokyo Creative City Consortium [2010] Relatório sobre o Projeto de Promoção da Cidade de Criação de Artes Culturais

- Design History Workshop Japan [2006] História do design
No.4
- Ekuan, Kenji Supervisão [1996] Espalhando o design ③
Desempenho industrial do design, KAJIMA INSTITUTE
PUBLISHING
- Fujita, Haruhiko [2004] SD Séries 226 William Morris [A
origem do design moderno], Kajima Institute Publishing
- Goto, Kazuko [2005] Políticas públicas para cultura e
cidades, YUHIKAKU
- Goto, Kazuko e Yoshiharu Fukuhara compilação [2005] Teoria
da atividade civil: Rumo a uma sociedade sustentável e
criativa, YUHIKAKU
- Hankyu Communications [2005] 『pen』 No.155
- Hankyu Communications [2006] 『pen』 No.188
- Ikegami, Jun [1991] Recomendações para economia cultural,
Maruzen Library
- Institute of Developing Economies [2006] Relatório da América
Latina VOL.23 NO.2
- Institute of Developing Economies [2008] Relatório da América
Latina VOL.25 NO.1
- Japan Association for Cultural Economics (Japan) [2009]
Cultural Economics, Vol. 6 ,No. 4
- Hosono, Akio “CAFTA e relações econômicas Japão-América
Central” [2007] Japan Society of Social Science on Latin
America, Estudos Latino-Americanos, No.41
- Horisaka, Kotaro compilação [2005] Uma nova era no Brasil,
Keiso Shobo
- Horisaka, Kotaro [2012] Brasil, trajetória de salto, Iwanami
Shoten
- Japan Design Foundation [2007] “Relatório de Negócios do
Fórum de Estratégia de Design 2007”

Japan Industrial Designers' Association (JIDA) [1993] Atas do 40º aniversário da conferência de design industrial do Japão: 1993 [O futuro da indústria criativa] - Design em expansão -

Japan Industrial Designers' Association (JIDA)[2001] Revolução de TI e o novo século de design - novo papel do designer industrial na sociedade digital Japanese Society for Science of Design [2007] Special Issue of

Japanese Society for Science of Design, Vol.14, No.3 Japanese Society for Science of Design [2008] Special Issue of Japanese Society for Science of Design, Vol.16, No.1

Japanese Society for Science of Design [2010] Special Issue of Japanese Society for Science of Design, Vol.17, No.1

Japanese Society for Science of Design [2011] Special Issue of Japanese Society for Science of Design, Vol.17, No.4

Japanese Society for Science of Design [2011] Special Issue of Japanese Society for Science of Design, Vol.18, No.1

Japanese Society for Science of Design [2011] Special Issue of Japanese Society for Science of Design, Vol.18, No.3

Japan Institute of Design compilação [1996] O futuro do design, Shobunsha

Japan Institute of Design supervisão [2009] Redesign da sociedade automobilística: propostas de mobilidade em um futuro próximo, Kajima Institute Publishing Japan Institute of Design supervisão [2009] Redesign da sociedade de consumo: o que é riqueza?, University Education Press

Kashiwagi Hiroshi [1998] Século 20 do design, NHK Books

Kashiwagi Hiroshi [2000] Século 20 da moda , NHK Publishing

Kashiwagi Hiroshi [2002] Críticas ao design moderno, IWANAMI SHOTEN

Kashiwagi Hiroshi [2011] Livro didático de design, KODANSHA

Katui, Mituo, Ikko Tanaka e Shutaro Mukai Supervisão [2009] Nova edição enciclopédia de design moderno Edição 2010, HEIBONSHA

Kitazawa Yoko [2007] Lucro ou humano? A

realidade da globalização e um novo movimento social, commons

Kitajima Keniti [2007] “Direção da economia solidária - Da organização de apoio ao emprego à economia híbrida –”, Nishikawa Jun /Instituto de Política Econômica para a Vida, Economia solidária Contramedidas à globalização, Akashishoten Kunimoto, Iyo compilação [2004] 55 capítulos para conhecer Costa Rica, Akashishoten Departamento da Indústria de Transformação, Ministério da Economia, Comércio e Indústria [2009] “Manual de Política de Design 2009”

Koike, Yoichi [2006] “Incorporar os estados e os mercados na sociedade - Desafio para criar uma sociedade pluralista no Brasil, Nomura, Toru e Junichi Yamamoto compilação, Status atual global, nacional e local,,Keio University Press Koike, Yoichi e Shoji Nishijima compilação [1999] Economia latino-americana, SHINHYORON

Koike, Yoichi e Kotaro Horisaka compilação [1999] Nova teoria do sistema de produção na América Latina, Institute of Developing Economies Research Institute for Development and Finance, Japan Bank for International Cooperation [2003] “Estratégias de desenvolvimento nos países da América Central (JBICI Research Paper No.23) ”

Matsuoka, Yoshiyuki compilação [2008] Outro design, KYORITSU SHUPPAN

Matsushita, Kiyoshi [2006] Estado atual da sociedade dos países em desenvolvimento, Horitsu Bunka Sha

Matsushita, Kiyoshi [2007] As dificuldades e desafios dos países em desenvolvimento: além do neoliberalismo, Minerva shobo Matsumoto, Alberto [2007] 54 Capítulos para conhecer a Argentina, Akashisyoten

Mizuno, Seiichi supervisão [2000] Século 20—21 DESIGN INDEX, INAX PUBLICATION

Miyakawa, Tadao and Takashi Omori compilação [2004] Capital social, Toyo Keizai

- Miyazaki, Kiyoshi [1995] Cultura de palha (Ilustração), Hosei University Press
- Miyamoto, Kenichi [2004] Possibilidades da sociedade japonesa: rumo a uma sociedade sustentável, Iwanami Shoten
- Miyamoto, Kenichi [1989] Economia ambiental, Iwanami Shoten
- Miyamoto, Kenichi [2007] Economia ambiental Nova edição, Iwanami Shoten
- Miyawaki, Osamu [1993] Dinamismo da Educação em Design, Kenpakusha Murata, Chiaki, Eriko Ynase, Makoto Ise e Shingo Wada [2012] 『SOCIAL DESIGN CONFERENCE 2012』 Comitê Executivo do SOCIAL DESIGN CONFERENCE
- Latouche, Serge [2010] O desenvolvimento social é possível sem crescimento econômico? Nakano, Yoshihiro tradução, Sakuhinsha Ninomiya, Yasushi [2005] “As PME são a chave da competitividade industrial”, Horisaka, Kotaro compilação, Nova Era do Brasil, Keiso Shobo Ninomiya, Yasushi [2007] Conhecimentos Básicos da Economia Brasileira, Japan External Trade Organization (JETRO)
- Nishijima Shoji e Yoichi Koike compilação [2011] Série da Economia mundial contemporânea 7-Economia latino-americana contemporânea, Minerva Shobo Nishikawa, Jun/ Economic Policy Institute for Quality Life [2007] Economia Solidária: Contramedidas para a Globalização, Akashi Shoten Nomura, Toru and Jyunichi Yamamoto compilação [2006] O atual local, nacional e global, Keio University Press Ono Jirou [2011] William Morris a filosofia de design radical, CHUOKOURON-SHINSHA
- Ooshita, Yoshiyuki [2009] Estudo sobre a política da "Indústria criativa" do Reino Unido *Criatividade e design na política*, Mitsubishi UFJ Research and Consulting, Trimestral Pesquisa de políticas e gestão, Vol.3

Osonoi Shigeo y Usami Koiti compilação [2008] Governo de esquerda latino-americano do século XXI: virtual e real, Institute of Developing Economies Planejamento conjunto *Comitê Executivo [Tóquio Osaka / Kumamoto [2006]* , A ascensão da empresa social e da economia social, Doujidasya Sasaki Masayuki [1997 · 2005] Economia da cidade criativa, Keisoshobo

Sasaki Masayuki [2001] Desafio à cidade criativa, Iwanamishoten

Sasaki Masayuki [2009] “Rumo à reconstrução da cidade criativa”, Japan Association of Cultural Economics, Cultural, Economics Vol.6, No.3

Sasaki Masayuki [2011] “Cidade criativa e inclusão social” Osaka Institute of Local Governments, Cidade e cultura, Relatório anual, No.14

Sasaki Masayuki, Kenichi Kawasaki e Nobuko Kawashima [2009] Fronteira da Política Cultural 1 A política cultural globalizada, Keisoshobo Sasaki Masayuki + Nippon Institute for Research Advancemen [2007] Perspectivas para as cidades criativas, Gakugei ShuppanSha Sasaki Masayuki e Toshio Mizuuchi compilação [2009] Cidade criativa e inclusão social, Suiyosha

Sano, Makoto [2009] Além da "Outra Década Perdida", SHINHYORON

Shinoda Takeshi e Koichi Usami compilação [2009] Criar uma sociedade segura Aprenda os desafios da sociedade civil latino-americana, SHINHYORON

Shinoda, Takeshi, Kiyokatu Nishiguchi e Kiyoshi Matsushita compilação [2009] Globalização e regionalismo , Ochanomizushobo Services to the executive and judicial agencies, National Diet Library, Japan [2010] “Construção da sociedade sustentável, Relatório de pesquisa geral”

Sugaya, Minoru e Tomoko Kanayama compilação [2007] Formação de capital social e conscientização do público na era da Internet, Keio University Press Suga, Yasuko [2005]

- Sociedade britânica e design Ciência política de Morris e Modernismo, Sairyusha
- Tanaka, Yuji e Yoichi Koike compilação [2010] A economia local será revitalizada? Aprenda com aglomerações industriais na América Latina, SHINHYORON
- Tanita Hiroyuki [1997] “Recurso especial :A vida decorativa de William Morris”, Art Shincho Edição de junho, Shinchosha
- Turumi, Kazuko e Tadashi Kawata compilação [1989] A teoria do desenvolvimento endógeno, University of Tokyo Press
- Ueda, Kazuhiro Hitoshi Ochiai, Yoshihusa Kitabatake, Shunichi Teranishi [1991] Economia ambiental, YUHIKAKU Books
- Utihashi, Katuto e Makoto Sano [2005] América Latina alerta "reforma estrutural" O futuro do Japão, SHINHYORON
- Yamazaki, Keiichi 2006] Economia da Rio Beach, Shinnihonshuppansha
- Yamazaki, Ryo [2012] Design da comunidade: criando um sistema que conecta pessoas, Gakugei Shuppansha
- Yamamoto, Masaya [2005] In-house designer é um termo depreciativo?, Rutles

(Português, espanhol, inglês)

- Angulo José Eduardo [2005] ‘UNDÉCIMO INFORMAE SOBRE EL ESTADO DE LA NACION EN DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE PYME y Banca de Deserrollo’ Consejo Nacional de Rectores
http://www.estadonacion.or.cr/images/stories/informes/011/docs/Pyme_Banca_Desarrollo.pdf (21/5/2012 acceso final)
- ARC DESIGN [2006] “ARC DESIGN ”, No.48, São Paulo Arce
- Perez Ronaldo [2007] ‘Posicionamiento 2002-2006 y concentracion en 2006 de las exportaciones costarricenses’

Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica:
PROCOMER

[http://www.procomer.com/contenido/descargables/investigaciones_economicas/2007/Posicionamiento%20y%20concentracion%20de%20nuestras%20exportaciones%20\(May.%2007\).pdf](http://www.procomer.com/contenido/descargables/investigaciones_economicas/2007/Posicionamiento%20y%20concentracion%20de%20nuestras%20exportaciones%20(May.%2007).pdf) (21/5/2012 acceso final) Ascúa Rubén [2009] “La importancia del proceso emprendedor en la Argentina post-crisis 2002 y las asimetrías en la evaluación de factores influyentes en el financiamiento de empresas jóvenes”, Santiago de Chile, CEPAL

Associação Objeto Brasil [2005] “A GLIMPSE OF BRAZILIAN DESIGN” , São Paulo, IMPRENSA OFICIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO

Barnard Malcolm, [1998] “ART, DESIGN AND VISUAL CULTURE”, Great Britain, MACMILLAN PRESS LTD

Barratt Brown Michael [1993] “Fair Trade: Reform and Realities in the International Trading System”, Zed Books, London

Baudrillard Jean [1970] “La Société de consommation, Ses mythes, Ses structures”, Gallimard

BEDA (Bureau of European Design Association) [2000] ‘European competitiveness and innovation through design’

<http://90plan.ovh.net/~bedafvpv/admin/web/uploads/files/48630e386aae67f360f331cbb5d6c85f.pdf> (21/5/2012, acesso final)

BEDA[2000] ‘Design as a key intangible-delivering value to the bottom line’

<http://beda.org/index.php/resources/item/120-design-as-a-key-intangible> (21/5/2012, acesso final)

BEDA [2001] ‘Embracing Sustainability’

<http://90plan.ovh.net/~bedafvpv/admin/web/uploads/files/9bf1cab8c9ca8124146c48fb3ad02dc0.pdf> (21/5/2012, acesso final)

BEDA[2002] ‘Stimulating wealth creation: the European creative industries and role of design within them’

<http://beda.org/index.php/resources/item/119-stimulating-wealth-and-creation>(21/5/2012, acesso final)

BEDA [2003] ‘Design and Regions-Supporting regional Growth and Development through Design’

<http://beda.org/index.php/resources/item/118-design-and-the->

regions (21/5/2012, acesso final) BEDA[2004] 'DESIGN ISSUES IN EUROPE TODAY'
<http://beda.org/index.php/resources/item/117-design-issues-in-europe-today> (21/5/2012, acesso final) Berz Isabel [2007] 'Moda y nuevas sensibilidades' Instituto Europeo di Design "ZONA DE EMERGENCIA NUEVOS VOLORES DEL DISEÑO" Madrid, Instituto Europeo di Design Bonaldi Pablo [2007]'La larga historia de una política social. Disputas y tensiones en la ejecución del Programa de Apoyo a Grupos Comunitarios de la Ciudad de Buenos Aires,1986-2003' Centro de Documentación en Políticas Sociales Dirección General de Promoción del Voluntariado y Sociedad Civil Subsecretaría de Gestión social y Comunitaria Ministerio de Derechos Humanos y Sociales del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Bordin Rodrigues Culaudia, Merikle Luiz Ernesto, Ono Maristela Mitsuko [2006] 'Dimensões Sociais e Culturais do Design de Interação: algumas considerações para a teoria e prática do design', Congresso Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design, "P & D paraná 2006", Curitiba Borges Adélia [2012] "Design + Artesanato : o caminho brasileiro", São Paulo, Editora Terceiro Nome

Braga Christiano [2003] 'A cultura nas políticas e programas do SEBRAE' ,UNESCO "Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura", São Paulo, UNESCO

Brasil Faz Design Ltd [2002] "Brasil Faz Design" , São Paulo, Brasil Faz Design Ltd

BUMBA Editora [2006] "BUMBA" No.27 ,São Paulo

Brown Lester R [2011] "WORLD ON THE EDGE How to Prevent Environmental and Economic Collapse", New York, W • W • NORTON e COMPANY Cavalcanti Virginia Pereira, Andrade Ana Maria, Silva Germannya D'Garcia, Rogrigues Josivan Bacharel,Cordeiro Erimar Jose Bacharel, Vale Joao, Costa Quesia Bacharel [2006] 'Cultura,Design e Desenvolvement Sustentável:Um experimento no Cabo de

- Santo Agostinho' Congresso Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design "P & D parana 2006", Curitiba
- Calcagno y D'Alessio[2009] 'Sobrecrecimiento y valor agregado.La dinamica de la economia cultural' "Indicadores Culturales/Argentina 2009"
- http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores_culturales/2009/Sobrecrecimiento%20-%20Francisco%20DAlessio.pdf (20/5/2012, acceso final)
- Casacuberta David [2008] 'Industrias Culturales en la web2.0' Fondo Multilateral de Inversiones Banco Inter-Americano de Desarrollo Centro Metropolitano de Diseño [2009] "EMPRESAS + DISEÑO" ,Buenos Aires, CMD
- Centro Metropolitano de Diseño [2011] "Aportes de Diseño una herramienta para mejorar el desempeño empresarial " ,Buenos Aires, CMD
- Centro Metropolitano de Diseño [2011] "PyME + Diseño Un estudio sobre la demanda de diseño entre las Pyme industriales del Área metropolitana de Buenos Aires " ,Buenos Aires, CMD
- Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad[2003] "Acerca de la Constitución del Tercer Sector en la Argentina" , Buenos Aires, CENOC
- Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad [2007] "Organizaciones de la Sociedad Civil en la Argentina", Buenos Aires, Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales
- Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad [2008] "Manual Metodológico para el fortalecimiento Institucional de Redes Territoriales de Organizaciones de Basea" , Buenos Aires, Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales
- Centro São Paulo Design [2005] "Requisitos Ambientais para o Desenvolvimento de Produtos" , São Paulo, Centro São Paulo Design
- CEPAL[2002] "Social Panorama of Latin America 2001-2002", Santiago de Chile, CEPAL
- CEPAL[2003] "Anuario estadístico de América Latina y Caribe 2001-2002", Santiago de Chile, CEPAL

CEPAL[2007] “Panorama Social de America Latina 2007”,
Santiago de Chile, CEPAL

Cerqueira Freitas Ana Luiza [2011] “Design e Artesanato”, São
Paulo, Editora Blucher

Consumer Citizenship Network and Everyday Project (SEP)
[2009] “LOLA Looking for Likely Alternatives”,
Norway, Hedmark University College Coraggio José Luis
[2007] ‘Instituciones, cultura y ética en desarrollo local’
Comentario presentado en el panel ‘Experiencias de
Desarrollo Local con diferentes énfasis: político institucional,
sostenibilidad, cultural en el Seminario Internacional sobre
Desarrollo Económico Local’, 25-27 de julio de 2007, en
Bogotá D.C. , Colombia
[http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20de
scargar/Instituciones,%20cultura%20y%20etica%20en%20el
%20desarrollo%20local.pdf](http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Instituciones,%20cultura%20y%20etica%20en%20el%20desarrollo%20local.pdf) (21/5/2012, acceso final)

Coraggio José Luis [2009] ‘TERRITORIO Y ECONOMÍAS
ALTERNATIVAS’ Ponencia presentada en el I SEMINARIO
INTERNACIONAL PLANIFICACIÓN REGIONAL PARA EL
DESARROLLO NACIONAL, Visiones, desafíos y propuestas,
La Paz, Bolivia, 30-31 de Julio 2009

De Moraes A Dijon [2006] “Análise do Design Brasileiro”, São
Paulo , EDITORA EDGARD BLUHR

Moultrie James, Livesey Finbarr [2009] “International Design
Scoreboard: Initial indicators of international design
capabilities”, Cambridge, Institute for Manufacturing,
University of Cambridge Design Wales [2009] “SEE Policy
Booklet 01 Integrating Design into Regional Innovation
Policy”, Cardiff,
[http://www.seeproject.org/docs/SEE%20Policy%20Booklet%2
01\(3\).pdf](http://www.seeproject.org/docs/SEE%20Policy%20Booklet%2001(3).pdf) (21/5/2012, acceso final) Dirección de Industrias
creativas y Comercio Exterior, Ministerio de Desarrollo
Economico ,Gobierno de Ciudad de Buenos Aires [2010]
“ANUARIO2009 Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos
Aires”, Buenos Aires, Ciudad de Buenos Aires Entwistle
Joanne [2000] “The Fashioned Body”, Oxford, Polito press,

Facultad Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires [2008] “Artesanía y Diseño Laboratorio para el fortalecimiento productivo institucional”, Buenos Aires, FADU, UBA Fiorini Marcos ,Martínez Florez Alvaro, Siro Ana [2008] ‘Estrategias de producto para una empresa social’ http://www.investigacionaccion.com.ar/catedragalan/trabajos/9151ea09f490a2d3af877ef22dfdee5f_monografia_ybytu_g.pdf (21/5/2012, acceso final) Fisher William, Ponniah Thomas [2003] “ANOTHER WORLD IS POSSIBLE “, London, Zed Books

Fonseca Reis Ana Carla [2008] “Economía creativa; como estrategia de desarrollo ; una visión de los países en desarrollo” , São Paulo, Itaú Cultural Galán Beatriz [2003] ‘The economical and social crisis as a context for the assimilation of New technologies in Argentina’ Sapio B.(eds.) “The good, the bad and the irrelevant, the user and the future of the information and communication technologies”, Helsinki, COST European Cooperation in Science and Technology Foundation & University of Art & Design Galán Beatriz [2007] ‘Transferencia de diseño en comunidades productivas emergentes’ Programa Acunar, Facultad de Artes, Universidad Nacional de Colombia, “diseño & territorio”, Bogotá, Colombia, Universidad Nacional de Colombia Galán María Beatriz [2008a] ‘El sistema del diseño en Argentina, oportunidades para cooperación italo argentina.’ Panel Contexto Actual del Diseño, Workshop Argentino-Italiano sobre diseño industrial Dirección Nacional de Relaciones Internacionales, Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación Productiva Galán María Beatriz [2008b] ‘Diseño y complejidad en la cátedra de Metodología de la Carrera de Diseño Industrial’ Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Artes y Diseño “huellas...Búsquedas en Artes y Diseño No.6”, Mendoza, Argentina, Universidad Nacional de Cuyo Galán María Beatriz [2008c] ‘DISEÑO ESTRATEGICO, NUEVAS TECNOLOGIAS: UNA ALIANZA ESTRATEGICA PARA LA SUSTENTABILIDAD’ FADU, UBA Galán María Beatriz [2008d] ‘El diseño en Agenda de la Transferencia. El Rol de la Universidad’ IIJORNADAS RedVITEC 19,20 de Noviembre

de 2008, Universidad de Entre Ríos Galán Beatriz (compiladora) [2011] “Diseño, proyecto y desarrollo Miradas del período 2007-2010 en Argentina y Latinoamérica”, Buenos Aires, WOLKOWICZ EDITORES Galán Beatriz, Maidana Legal A, Senar P [2007] ‘Design for development’ Sapio B. et al(eds.) “The good, the bad and the Unexpected, The user and the future of the information and communication technologies”, Helsinki, COST European Cooperation in Science and Technology Foundation & Russian Federation Galán B, Orsi Lidia [2008] ‘LA MIRADA DEL DISEÑO ENTRE EL PROCESO Y EL PROYECTO: IMPLEMENTACION DE UNA DIDACTICA DE LA COMPLEJIDAD EN LA CATEDRA DE METODOLOGIA APLICADA AL DISEÑO’, FADU, UBA Galán B. y Rodríguez Barros D. [2009] ‘Internet and dynamics of networks: a case of the academic environment’. Sapio, B. et al. edits. “Conference Proceedings COST-Action-298”, Copenhagen, COST European Science Foundation e Aalborg University Garavello Maria Elisa de P.E., G Molina Silvia M [2006] ‘O ARTESANATO COM FIBRA DE BANANEIRA’, Congresso Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design “P & D Paraná 2006”, Curitiba Gert L. Kootstra [2009] “THE INCORPORATION OF DESIGN MANAGEMENT IN TODAY’S BUSINESS PRACTICE”, DME (Design Management Europe) <http://www.designmanagementeurope.com> (18/10/2010, acceso final) Grootaert Christiaan [1998] ‘Social Capital: The Missing Link?’ Social Capital Initiative Working Paper No.3, The World Bank <http://siteresources.worldbank.org/INTSOCIALCAPITAL/Resources/Social-Capital-Initiative-Working-Paper-Series/SCI-WPS-03.pdf> (2/5/2010, acceso final) Guimarães Luiz Eduardo Cid, Dantas Leiliam Cruz [2006] ‘Disenho industrial e artesanato no NE do Brasil’, Congresso Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design “P & D Paraná 2006”, Curitiba Hantouch Julieta, Sola Alvarez María de los Angeles [2007] ‘Una aproximación a las Redes de Organización de la Sociedad Civil en Argentina’ 8th Conferencia de la sociedad internacional de investigadores del Tercer Sector,

- Barcelona,
<http://www.istr.org/conferences/barcelona/WPVolume/Hantouch.Sola%20Alvarez.Esp.pdf> (2/5/2010, acesso final) Hawken Paul, Lovins Amory B, Lovins L. Hunter [1999] "NATURAL CAPITALISM Creating The Next Industrial Revolution", London, Little, Brown and Company Heskett John [2002] "Toothpicks and Logos: Design in Everyday Life", Oxford, Oxford University Press,
- Hirschman Albert,[1984]"Getting Ahead Collectively: Grassroots Experience in Latin America", New York, Pergamon Press Inc Hollanders Hugo, Tarantola Stefano, Loschky Alexander [2009] 'Regional Innovation Scorebard (RIS)2009' INNO METRICS (PRO INNO EUROPE) December 2009, <http://www.proinno-europe.eu/page/regional-innovation-scoreboard> (21/5/2012, acesso final)
- Hollanders Hugo & Adriana Van Cruysen , Maastricht [2008]'Economic and Social Research and traning center on Innovation and Technology', Maastricht University http://www.proinno-europe.eu/admin/uploaded_documents/EIS_2008_Creativity_and_Design.pdf (21/5/2012, acesso final)
- ICOGRADA (International council of grafic design association) [2009] 'Seoul Design Survey' http://www.icograda.org/news/year/2010_news/articles1710.htm (21/5/2012, acesso final) INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA [2006] "Anuário Estatístico do Brasil 2005", Rio de Janeiro, IBGE
- INSTITUTO CENTRO DE CAPACITAÇÃO E APOIO AO EMPREENDEDOR (CENTRO CAPE)[2006] "PESQUISA VOX POPULI FNA" Belo horizonte, MG, Brasil, CENTRO CAPE Instituto de Estudos e Marketing Indutrial Ltda [2006] "BRASIL TEXTIL 2006 ", São Paulo, IEMI Instituto Itaú Cultural [2008] "ECONOMÍA CREATIVA como estrategia de desarrollo : una visión de los países en desarrollo" , São Paulo, Instituto Itaú Cultural Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social [2008] "Las Cooperativas y Mutuales en la República Argentina: rempadronamiento

Nacional y censo económico sectorial de cooperativas y mutuales”, Buenos Aires, INAES

Instituto Nacional de Educación Tecnológica [2010] “El sector Indumentaria en Argentina Informe Final”, Buenos Aires, inet Instituto Nacional de Tecnología Industrial [2009] “Diseño en Argentina , estudio del impacto económico 2008 Instituto Nacional de Tecnología industrial Programa de Diseño”, Buenos Aires, INTI Instituto Nacional de Tecnología industrial [2010/2011] “Diseño de indumentaria de autor en Argentina” Buenos Aires, INTI Instituto Nacional de Tecnología industrial [2010] ‘Sumar con diseño Anuario del Programa de Diseño 2009’ INTI

http://www.inti.gov.ar/prodiseno/pdf/prodis_anuario_09.pdf

(2/5/2010, acceso final) Instituto Nacional de Tecnología industrial [2011] “Objeto Fielto Oportunidades de agregar valor a la cadena lanera” Buenos Aires, INTI Kanerva Minna, Hollanders Hugo [2009] ‘The Impact of Economic Crisis on Innovation Analysis based on the Innobarometer 2009 survey’ INNO METRICS(PRO INNO EUROPE) December 2009

<http://www.proinno-europe.eu/page/thematic-papers-2>

(2/5/2010, acceso final)

Kantis Hugo, Sergio Drucaroff [2008] “Nuevas Empresas y Emprendedores de Moda En Buenos Aires: Hacia Un Cluster de Diseño?”, Los Polvorines, Argentina, Universidad Nacional de General Sarmiento Katz Jorge [2006] “Tecnologías de la información y la Comunicación e Industrias Culturales. Una perspectiva Latinoamericana”, Santiago, CEPAL

Klein Naomi [2000] “No Logo”, Toronto, VINTAGE CANADA

Kliksberg Bernardo [1999] ‘Social Capital and Culture: master keys to development’, CEPAL “CEPAL Review No. 69” , Santiago, CEPAL

Koch,Zig , Corrêa,Maria Celeste [2004] “RETRATOS DO BRASIL Curitiba” ,Curitiba, Olhar Brasileiro

Korean Institute of Design Promotion(KIDP) [2008] ‘National Design Competitiveness 2008’
http://cdx.designer.com/article/17907/KIDP_National_Design_

- Competitiveness.pdf (21/5/2012, acceso final) Krippendorff Klaus[2006] “the semantic turn; a new foundation of design” , New York, Taylor & Francis Group, LLC
- Landry Charles [2000] “The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators”, London, Earthscan Pubns Ltd,
- Latouché Serge [2004] “Survivre au développement ; de la décolonisation de l’imaginaire économique á la construction d’une société alternative”, Paris , Mille et une nuits
 Latouché Serge [2007] “Petit traité de la décroissance sereine”, Paris, Mille et une nuits
 Loschiavo dos Santos Maria Cecilia[2007] ‘MOVING BEYOND HOMELESSNESS. HOW DESIGN CAN BE AN INSTRUMENT FOR CHANGE’, International Association of Societies of Design Resrech 07, Hongkong Politechnic University, 12~15, November 2007
- Lovink Geert [2005] “The Principle of Notworking “ Amsterdam, HvA Publicaties.
 Marzi Deux, Victoria María [2006] “Experiencia de economía social y solidaria en Argentina y Brasil: trabajos ganadores del primer concurso Rices para investigadores jóvenes”, Buenos Aires , Elaleph.com
 Ministério da Cultura [2011] “Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014”, Brasília, Ministério da Cultura, Brasil
 Ministerio de Industria [2011] “Sello Buen Diseño”, Buenos Aires, Ministerio de Industria, República Argentina
- Molina Jiménez Iván, Pelmer Steven [1997] “Historia de Costa Rica : breve, actualizada y con ilustraciones”, San José, Costa Rica, Editorial Universidad de Costa Rica
 Monsuerto, Sandro Eduwardo, Machado, Ana Flavia , Braz Golgher ,Andre,[2006] ‘Desigualdad de remuneraciones en Brasil’ “REVISTA DE LA CEPAL 90” , CEPAL
- Montealegre Ana Maria, Alonso Eduardo, Meneses Karla [2006] ‘DUODÉCIMO INFORME SOBRE EL ESTADO DE LA NACIN EN DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE ENFOQUES DE COMPETITIVIDAD PARA EL DESARROLLO’ Consejo Nacional de Lectores, Costa Rica, <http://www.>

- estadonacion.or.cr/images/stories/informes/012/docs/oportunidades/Enfoques_competitividad.pdf (2/5/2010, acceso final)
- Multi-Disciplinary Design network 'Multi-disciplinary design education in the UK' Design Council
http://www.designcouncil.org.uk/Documents/Documents/OurWork/MDnetwork/MDNetwork_Final_Report.pdf (21/5/2012, acceso final)
- Museo de Arte y Diseño Contemporáneo [2010] "Diseño Responsable 1era exposición Carbono Neutral" San José, Costa Rica, MADC
- Nurse Keith [2006] 'THE CULTURAL INDUSTRIES IN CARICOM: TRADE AND DEVELOPMENT CHALLENGES' Caribbean Regional Negotiating Machinery
- Papanek Victor [1971] "Design for the Real World-Human Ecology and Social Change", New York, Pantheon Books
- Papanek Victor [1995] "THE GREEN IMPERATIVE -Ecology and Ethics in Design and Architecture", Thames and Hudson
- Parada Gomez Alvaro Martin, Pelupessy Wim [2006] 'Los efectos ambientales de la cadena global de prendas de vestir en Costa Rica', RACO "Revista Iberoamericana de Economía Ecológica vol.3", REDIBEC
<http://www.raco.cat/index.php/Revibec/article/view/39767/39605>
- Pérez Sainz Juan Pablo edit [2002] "ENCADENAMIENTOS GLOBALES Y PEQUEÑA EMPRESA EN CENTROAMERICA", San José, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) Costa Rica
- Pochmann Marcio [2004] 'ECONOMIA SOLIDARIA NO BRASIL : POSSIBILIDADE E LIMITES' IPEA "Mercado de trabalho no.24" São Paulo, IPEA Program and Selection Committee of 6th Asian Design International Conference [2003] "Journal of the Asian Design International Conference Vol.1", Tukuba-shi, Ibaraki, 6th Asian Design International Conference
- Putnam Robert [1993] "MAKING DEMOCRACY WORK" Princeton, Princeton University Press
- Raulik-Murphy Gisele, Gavin Cawood, Povl Larsen, Alan Lewis 'A comparative analysis of

- strategies for design in Finland and Brazil' , Sheffield Hallam University Research Archive
<http://shura.shu.ac.uk/452/1/fulltext.pdf> (21/5/2012, acceso final) Red de Diseño Asociación Amigos del Centro Metropolitano de Diseño [2006] "iF No.2", Buenos Aires, CMD
- Red de Diseño Asociación Amigos del Centro Metropolitano de Diseño [2009] "iF No.5", Buenos Aires, CMD
- Red de Diseño Asociación Amigos del Centro Metropolitano de Diseño [2010] "iF No.6", Buenos Aires, CMD
- Robertson Roland [1992] "Globalization: Social Theory and Global Culture" London, Sage
- Rodolíguez Herrera Adolfo, Alvarado Ugarte Hernán, CEPAL [2008] "Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe" Santiago de Chile, CEPAL
- Ruthschilling Evelise Anicet, Candia Luciana Chiarelli [2006] 'Ecodesign na Moda-Brasil años 2000' Congreso Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design, "P & D paraná 2006", Curitiba Sachs Wolfgang [1999] "PLANET DIALECTIC Explorations in Environment & Development", London, Zed Books
- Sanchez Marco V [2007] "Liberalizacion comercial en marco del DR-CAFTA:efectos en crecimiento,la pobreza y la desigualdad en Costa Rica" , México ,D.F., CEPAL Santos Daniela Cristina, Santos Flavio A.N.V. [2006] 'Design de moda para mercado do luxo: coleção de pret-a-porter inspirada no Reino de Sabá', Congresso Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design, "P&D paraná 2006", Curitiba Sasaki Masayuki [2010] 'City, Culture and Society Opening up new horizon of urban studies' Elsevier "City, Culture and Society" Volme.1, Issue.1, <http://www.journals.elsevier.com/city-culture-and-society/>
- Sassen Saskia [2001] "THE GLOBAL CITY New York, London, Tokyo", Princeton, Princeton University Prsss

- Saulkin Susana [2006] “Historia de moda en Argentina del miriñaque al diseño de autor”, Buenos Aires, Emece editores
- Singer Paul ‘The Recent Rebirth of the Solidary Economy in Brazil’ <http://www.ces.fe.uc.pt/emancipa/research/enftdifusao.html> (28/8/2007, acceso final)
- Secretaría de Investigación, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo [2008] “Diseño y Artesanía” Buenos Aires, Secretaría de Investigación, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA
- Senar Pedro [2007] ‘Diseño e innovación para el desarrollo del capital social. El caso Manos del Delta. Cooperativa de Artesanos Isleños. Bs. As. Argentina’ [http://www.unisinos.br/revistas/index.php/otraeconomia/article/view/1062\(25/10/2010, acceso final\)](http://www.unisinos.br/revistas/index.php/otraeconomia/article/view/1062(25/10/2010, acceso final))
- Senar Pedro [2009] ‘Hacia un diseño disciplinar inclusivo: Poles sociales del diseño industrial en Argentina’ <http://www.unisinos.br/revistas/index.php/otraeconomia/article/view/1127/306> (18/5/2012, acceso final)
- Spark Penny [1986] “An Introduction to Design & Culture in twentieth Century”, London, Unwin Hyman
- Stolle Dietlind & Hooghe Marc (eds)[2003] “Generating Social Capital: Civil Society and Institutions in Comparative Perspective”, New York, Plagrave Macmillian
- Thackara John [1088] “DESIGN AFTER MODERNISM”, London, Thames and Hudson Ltd.
- Throsby David [2001] “Economics and Culture”, Cambridge, Cambridge University Press
- Throsby David [2010] “The Economics of Cultural Policy”, Cambridge, Cambridge University Press
- Tomlinson John [1991]“CULTURAL IMPERIALISM: A Critical Introduction”, London, Pinter Publishers,
- Yaffa Nahir Ivette Gómez Barrera, Carmen Adriana Pérez Cardona [2009] ‘AMBIENTE, SOCIEDAD Y DISEÑO’ Universidad Católica Popular del Risaralda “Páginas No.85”, Pereira, Colombia, UCPR

Universidad de Palermo [2009]“Actas de Diseño 7 ”, Buenos Aires , Universidad de Palermo

Universidad de Palermo [2010]“Actas de Diseño 8 ”, Buenos Aires , Universidad de Palermo

University of Art and Design Helsinki [2006] “Cumulus Working Papers Nantes 16/06”, Helsinki, University of Art and Design Helsinki UNCTAD[2008] “CREATIVE ECONOMY REPORT 2008”

UNCTAD[2010] “CREATIVE ECONOMY REPORT 2010”

UNEP, Rathenau Instituut and Delft university of Technology [1996] “ECODESIGN a promising approach to sustainable production and consumption” UNEP

UNESCO Brasil [2003] “Políticas culturales para o desenvolvimento ; uma base de dados para a cultura” Brasília, UNESCO

Van der Ryn Sim, Cowan Stuart [1996] “ECOLOGICAL DESIGN”, New York, Island Press

Walker John A. [1989] “Design History and the History of Design”, Chicago, PLUTO PRESS

Wallerstein Immanuel [2006] “European Universalism: The Rhetoric of Power, The New Press

Whan Oh Sung, Min Jeong Song, Jongmin Park, Kyung-won Chung [2007] ‘CHANGING ROLES OF DESIGN PROMOTION ORGANIZATIONS IN GLOBAL CONTEXTO AND A NEW THEORETICAL MODEL FOR A DESIGN PROMOTION SYSTEM’, International Association of Societies of Design Research 90 + 10 [2010]“90 + 10 No.28”, Buenos Aires, 90 + 10

90 + 10 [2010]“90 + 10 No.29”, Buenos Aires, 90 + 10

【website】

International Design Center NAGOYA

International Conference of Design for Sustainability.

Japan Institute of Design Promotion

City, Culture and Society. (ELSEVIER journal)

Cmulus(International association of universities and Colleges of Art, Design and Media)

DESIGN21 (SOCIAL DESIGN NETWORK)

DESIS (Design for Social Innovation and Sustainability) NETWORK

LENS(the Leaning Network on Sustainability).

The World Design Organization (International Council of Societies of Industrial Design (Icsid) anterior)

Miwako Suzuki



Ph.D. of Creative Cities

Research Fellow, Urban Research Plaza, Osaka City University,
Japão

Part-time lecturer, Doshisha University, Japão

Campos de pesquisa: política de design, design social, cidade
criativa, economia cultural, turismo criativo

e-mail : miwaquit at plum.ocn.ne.jp

Livros publicados

1. em espanhol

Miwako Suzuki, 2011, 'Breve reflexión sobre la actividad de diseño desde el concepto de capital cultural. El significado y las posibilidades de activación de la artesanía en Brasil'. In: María Beatriz Galán compilado, "Diseño, proyecto e desarrollo: Miradas del period 2007-2010 en argentina y latinoamerica". Wolkowicz Editores, Buenos Aires, pp.291-322.

1. em japonês

Miwako Suzuki, 2017, 'Design Social: Recuperação da Cultura local'. Editado por Yoichi Koike e Rika Tamura, "Floresta de Resistência e Criação da Amazônia: Desenvolvimento Sustentável e Movimento Popular". Gendaikikakushitsu, Tokio, pp.213-238.

Miwako Suzuki, 2019, 'Futuro da política de design na política urbana: pensando a partir da pesquisa em design social no Brasil', *Journal of Urban Society*, n.3, pp.66-85.

Miwako Suzuki, 2019, 'Papéis do designer e fatores de apoio para o criativo rural: do caso do design social na Amazônia'. Supervisionado por Masayuki Sasaki, "Áreas urbanas e rurais da sociedade criativa : política cultural para SDGs".Suiyosha, Tokio, pp.253-269.

Miwako Suzuki, 2020, 'O papel da universidade no turismo sustentável: a partir do estudo de caso do projeto de turismo de base comunitária na Universidade do Estado da Bahia, Brasil', *Journal of Urban Society*, n.4, pp.42-64.

Créditos

Atividades de design como capital cultural: novas tendências nos países latino-americanos

© 2020 Miwako Suzuki

© 2020 Editora Blucher

© 2013 Suiyosha (Tokyo)

Imagem da capa iStockphoto

Publisher Edgard Blücher *Editor* Eduardo Blücher
Coordenação editorial Silvia Sasaoka *Produção editorial* Jonatas Eliakim e Aline Fernandes *Tradução* Mei Kawahara *Revisão da tradução* Caetana Britto *Revisão de texto* Samira Panini *Capa* Laércio Flenic

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Angélica Ilacqua CRB-8/7057

Suzuki, Miwako

Atividades de design como capital cultural: novas tendências nos países latino-americanos / Miwako Suzuki; tradução de Mei Kawahara. – 1. ed. – São Paulo : Blucher Open Access, 2020.
e-book.

Bibliografia

ISBN 978-65-5506-057-7

Título original *Design Activities as Cultural Capital New currents in Latin American Countries*

1. Administração da produção 2. Artesanato 3. Design 4. Engenharia de produção 5. Produção artesanal – Mercado 6. Produtos artesanais – Design 7. Projeto de produto – Metodologia. I. Título. II. Kawahara, Mei.

CDD 658.5752

Índices para catálogo sistemático:

1. Design e desenvolvimento

Todos os direitos reservados pela Editora Edgard Blücher Ltda.

É proibida a reprodução total ou parcial por quaisquer meios sem autorização escrita da editora.

Segundo o Novo Acordo Ortográfico, conforme 5. ed. do Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa, Academia Brasileira de Letras, março de 2009.

Blucher

Rua Pedroso Alvarenga, 1245, 4o andar 04531-934 – São Paulo – SP – Brasil Tel.: 55 11 3078-5366

contato@blucher.com.br

www.blucher.com.br

Notas

1)

A definição de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável é geralmente baseada na filosofia de uma série de conferências internacionais. Reconhece-se o senso comum de que o equilíbrio dos três aspectos, ambientais, econômicos e sociais, e seu relacionamento mútuo devem ser levados em consideração. Kenichi Miyamoto define uma "sociedade sustentável" como uma sociedade que realiza integralmente as cinco tarefas dos seres humanos: (1) manutenção da paz e prevenção da guerra nuclear, (2) conservação e revitalização do meio ambiente e recursos, manutenção e melhoria de diversos ecossistemas, incluindo os seres humanos, (3) superação da pobreza absoluta e remoção de injustiças sociais e econômicas (4) estabelecimento de democracia, (5) realização de direitos humanos básicos, e de liberdade de pensamento/expressão, simbiose de diversas culturas (MIYAMOTO [2007] p.340). Ressalte-se que o desenvolvimento sustentável tem limitações se promovido apenas pelo aprimoramento técnico e que é necessário mudar os sistemas político e econômico apoiados pelas políticas de crescimento econômico anteriores (MIYAMOTO [2004] pp.16-17). O conceito de "sociedade sustentável" usado neste livro tem como premissa a sustentabilidade multifacetada abrangendo a equidade intergeracional, aspectos ambientais, econômicos, sociais e culturais, e em particular é baseado no pensamento e definição de Miyamoto. ㄷ

2)

No "Plano de Implementação" da Cimeira da Terra de 2002, o respeito pela paz, segurança, estabilidade, direitos humanos, liberdades fundamentais e diversidade cultural foram colocados como elementos indispensáveis para alcançar o desenvolvimento sustentável. A diversidade cultural também é entendida como um fator que contribui para a realização da sociedade de simbiose multicultural e a

construção da paz. Nos últimos anos, tem sido discutido que o poder da cultura como na revitalização urbana e na integração social pela promoção da indústria cultural tem um significado importante para a formação de uma sociedade sustentável. ㄷ

3)

O Instituto de Design do Japão concluiu suas atividades em março de 2018. <https://voice-of-design.com> (Confirmação final em 2 de outubro de 2018). ㄷ

4)

Professor Emérito da Universidade de Chiba ㄷ

5)

CEO da Open House Co., Ltd. openhouse.co.jp. Sustainable Design International Conference sustainabledesign.jp ㄷ

6)

Professor da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Keio. Site do laboratório: www.matsuoka.mech.keio.ac.jp (Confirmação em 2 de outubro de 2018). ㄷ

7)

Gordon Shockley sugere ligar dois conceitos de capital cultural porque o nível individual bourdiano do conceito de capital cultural precisa se combinar com o conceito econômico no nível macro de Throsby, apontando que não é possível explicar os fenômenos sustentáveis sobre o capital cultural, observando que a fraqueza do conceito de capital cultural de Throsby é sua exogeneidade (exogeneity), vide a apresentação da pesquisa da 'Wither Bourdieuan cultural capital?: At the Crossroads of Sociology and Economics. Frontiers of Sociology ', 37th World Congress of the

International Institute of Sociology (2005, Stockholm). ↵

8)

‘Diseñando instituciones para la promoción de artesanía y creatividad’ Palestra presentada al Foro sobre industrias creativas del MERCOSUR, 28.5.2007. ↵

9)

Edna dos Santos-Duisenberg ‘Economía Creativa Es una Opción de Desarrollo Factible?’, Instituto Itaú Cultural [2008] “*ECONOMÍA CREATIVA como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*”, São Paulo, Instituto Itaú Cultural. ↵

10)

Lala Deheinzelin ‘ECONOMIA CREATIVA Y DESARROLLO SOSTENIBLE’
www.scribd.com. ↵

11)

UNESCO [2006] ‘Comprender las Industrias Creativas’ portal.unesco.org. ↵

12)

Acrônimo de “Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul”, grupo de países emergentes na ordem econômica internacional, tornou-se uma nova e promissora entidade político-diplomática, bastante distinta do conceito original formulado para o mercado financeiro. Disponível em: brics.itamaraty.gov.br. Acesso em: 03 jan. 2019. ↵

13)

O Índice de Gini, criado pelo matemático italiano Conrado Gini, é um instrumento para medir o grau de concentração de renda em determinado grupo. Disponível em: www.ipea.gov.br. Acesso em: 03 jan. 2019. ↵

14)

Assessoria de Comunicação Social Últimas Notícias 01/04/2002, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. www.mdic.gov.br. Acesso: 12/08/2007.

HEMZO, Miguel Ângelo, ANDRADE, Josmar; SANTOS, Roberto Mauro dos, O desenvolvimento do setor artesanal paulista: uma análise crítica da sua qualificação gerencial, Revista Gestão & políticas públicas 2011, 1(2):70-86. Disponível em: each.uspnet.usp.br. Acesso em: 21 maio 2012.

↵

15)

Fórum Brasileiro de Economia Solidária. Disponível em: www.fbes.org.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

16)

Disponível em: www.criola.org.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

17)

MOTA Gonçalves Adriana, SUEMITSU Lucas [2005] 'Análise e Construção de propostas para os Empreendimentos solidários Organização Não-Governamental Criola e Associação dos Artesãos do Projeto Arte Criola'. Grupo de Produção Integrada. Disponível em: biblioteca.gpi.ufrj.br. Acesso em: 21 maio 2012.

↵

18)

Disponível em: orientavida.glamurama.uol.com.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

19)

Disponível em: www.mundareu.org.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

20) OCB. Disponível em: www.brasilcooperativo.com.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

21) Casos de sucesso. Disponível em: www.sebrae.com.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

22) Disponível em: www.craftdesign.com.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

23) Disponível em: www.abest.com.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

24) Ministério do Desenvolvimento Agrário. Disponível em: www.mda.gov.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

25) Brochura e site da Rede Design Possível. Disponível em: www.designpossivel.org/sitedp ↵

26) Disponível em: www.transformadesign.com.br. Acesso em: 21 maio 2012. Disponível em: www.pauladib.com.br. Acesso em 21 maio 2012. ↵

27) Anúncio de Notícias premiadas pelo British Council Brasil. Disponível em: www.britishcouncil.org. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

28) Disponível em:
www.feiranacionaldeartesanato.com.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

29) Back Suzana [2002] 'Consolidação do Design Identificando Etapas para Analizar o Processo'.
↵

30) Disponível em: www.brasildesign.org.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

31) Disponível em: www.mdic.gov.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

32) Disponível em:
www.carabrasileira.sebrae.com.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

33) Corrêa, Ronaldo de Oliveira [2003] Design e artesanato Uma reflexão sobre as intervenções realizadas na Costa do Descobrimento – BA. ↵

34) Atualmente é o Centro Brasil Design. Disponível em: centrodedesign.org.br/. ↵

35) Fórum Brasileiro de Economia Solidária. Disponível em: <http://www.fbes.org.br/>. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

36)

Ministério da Ciência e Tecnologia
www.mct.gov.br. Acesso: 28/08/2007. Depois
reorganizado como Ministério da Ciência,
Tecnologia e Inovação. Disponível em:
www.mct.gov.br. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

37)

Disponível em: pnc.culturadigital.br.
www.cultura.gov.br. Acesso em: 21 maio 2012.
↵

38)

Disponível em: www.cultura.gov.br. Acesso em:
21 maio 2012. ↵

39)

Disponível em: www.create.com.ar. Acesso em:
21 maio 2012. ↵

40)

Dengo Obrigón Jorge Manuel 'Plan Nacional
de Desarrollo 2006-2010', Ministerio de
Planificación Nacional y Política Económica.
Disponível em: www.mideplan.go.cr. Acesso
em: 21 nov. 2019. ↵

41)

Ensinou design na Universidade de Veritas.
Anteriormente, lecionou na Universidade da
Costa Rica e no Instituto Tecnológico da Costa
Rica. Ele também trabalha como curador,
jornalista de design, escritor e artista. O
manuscrito de "Ojeada ao desenho de produto
na Costa Rica", que resume a visão geral do
design da Costa Rica, é usado como referência
para este artigo com a permissão do autor.
"Diseño: teoría, acción, sentido" (2018, Editorial
Tecnológico de Costa Rica) como um trabalho
representativo. ↵

42)

Disponíveis em: www.experimenta.es,
issuu.com, wsimag.com etc. ↵

43)

GALÁN, María Beatriz e BARROS, Diana, Rodríguez, [2009] 'Red de Investigación Acción, RED I(a) y la Web 2.0'. Disponível em: itc.scix.net. Acesso em 21 de julho de 2020.

GALÁN, María Beatriz, e BARROS, Diana, Rodríguez, [2009] '*INTERNET AND DYNAMICS OF NET: A CASE FROM ACADEMICAL ENVIRONMENT*', *Conference The Good, the Bad and the Challenging. The user and the future of information and communication technologies. 13-15 may 2009. Copenhagen. Center for Communication, Media and Information Technologies (CMI). Aalborg University*. Disponível em: cumincades.scix.net. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

44)

Buenos Aires Ciudad 'JURISDICCION 45 MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL POLITICA DE LA JURISDICCION Programa General de Acción y Plan de inversiones Año 2011/2013 y el Presupuesto del año 2011'. Disponível em: estatico.buenosaires.gov.ar. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

45)

Buenos Aires Ciudad 'JURISDICCION 65 MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO POLITICA DE LA JURISDICCION Programa General de Acción y Plan de inversiones Año 2011/2013 y el Presupuesto del año 2011'. Disponível em: estatico.buenosaires.gov.ar. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

46)

CMD 'Buenos Aires Design City'. Disponível em: portal.unesco.org. Acesso em 3 out 2009. ↵

47)

Disponível em: fido.palermo.edu. Acesso em 7 maio 2012. ↵

48)

Disponível em: www.argentina.ar. Acesso em 21 maio 2012. ↵

49)

FINQUELIEVICH, Susana, 'Social Organization through the Internet; Citizens Assemblies in Argentina' ITIRA Conference 2002 ITIRA Congreso ,Central Queensland University, Rockhampton, Australia. Disponível em: www.links.org.ar. Acesso em 21 maio 2012. ↵

50)

Disponível em: www.inti.gob.ar. Acesso em 21 maio 2012. ↵

51)

Galán, Orsi L, Neuman M, Argumedo C, Una visión retrospectiva de experiencia de transferencia de diseño en la universidad enfrentada al crisis económica y social en Argentina. Disponível em: www.investigacionaccion.com.ar. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

52)

Diseño, Redes Sociales y Nuevas tecnologías: El nuevo paradigma de la Solidaridad 2.0'. Disponível em: fido.palermo.edu. Acesso em: 21 maio 2012. ↵

53)

A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (Cnumad), foi realizada em junho de 1992 no Rio de Janeiro para discutir políticas ambientais globais. ↵

54)

KITAZAWA, Yoko, "Economia solidária", [2006]. Disponível em: www.jca.apc.org Acesso em 21 fev. 2020. ↵

55)

The Best Design Policies Are Local: A review of the Shaping the Global Design Agenda Conference'. Disponível em: www.core77.com Acesso em 21 fev. 2020. ↵

56)

'Results of the public consultation on design as a driver of user-centred innovation'. Disponível em: ec.europa.eu. Acesso em 21 fev. 2020. ↵