

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.

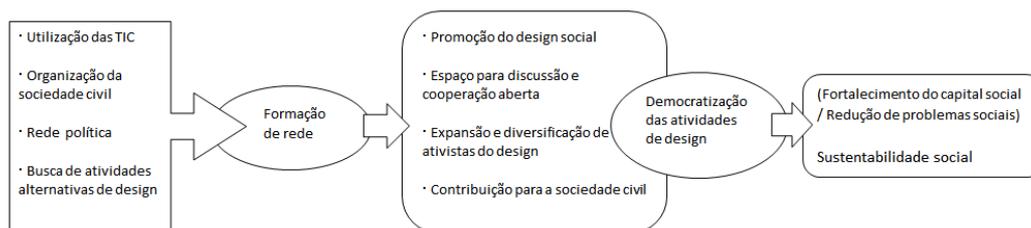


Figura 4-1 Democratização das atividades de design por meio de redes e seu contexto

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.

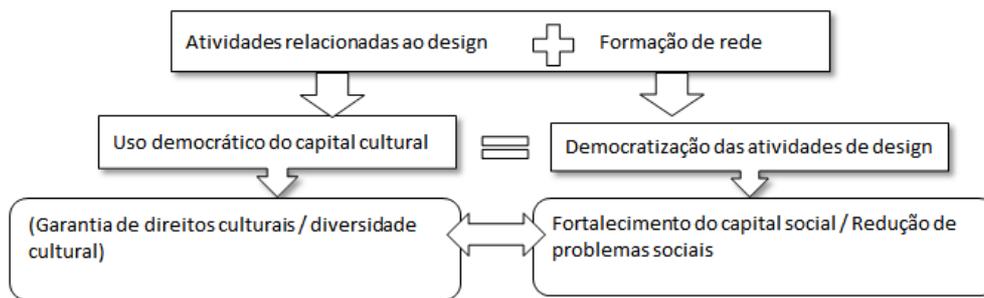


Figura 4-2 Possibilidade de atividades de design na perspectiva da democratização das atividades de design

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.

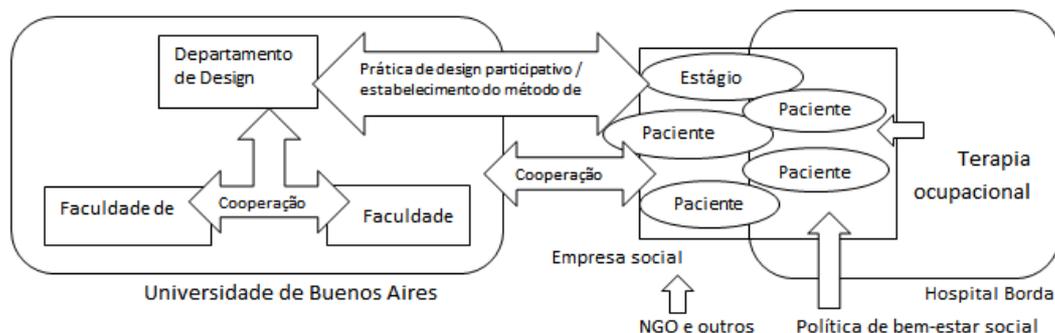


Figura 4-3 Iniciativa “Design e Saúde Mental” do RED

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.