

Universidade Anhembi Morumbi

Hugo Duran

PULSAÇÕES HÍBRIDAS

**Uma Introdução ao Design
de Produto Contemporâneo
na América Latina**

Dissertação de Mestrado

**Mestrado em Design
Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu**

2019

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

HUGO DURAN

**PULSAÇÕES HÍBRIDAS
UMA INTRODUÇÃO AO DESIGN DE PRODUTO
CONTEMPORÂNEO NA AMERICA LATINA**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

MESTRADO EM DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

São Paulo, 2019

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

HUGO DURAN

**PULSAÇÕES HÍBRIDAS
UMA INTRODUÇÃO AO DESIGN DE PRODUTO
CONTEMPORÂNEO NA AMERICA LATINA**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Design – Mestrado, da Universidade Anhembi Morumbi, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design.

Orientadora: Professora Dra. Priscila Arantes.

São Paulo, 2019

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

HUGO DURAN

**PULSAÇÕES HÍBRIDAS
UMA INTRODUÇÃO AO DESIGN DE PRODUTO
CONTEMPORÂNEO NA AMERICA LATINA**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Design – Mestrado, da Universidade Anhembi Morumbi, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design. Aprovada pela seguinte Banca Examinadora:

Prof. Dra. Priscila Arantes
Orientadora
Universidade Anhembi Morumbi

Prof. Dr. Hugo Fortes
Universidade de São Paulo

Prof. Dra. Mirtes Marins de Oliveira
Universidade Anhembi Morumbi

São Paulo, 2019

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da Universidade, do autor e do orientador.

Hugo Duran

Mestre em Design pela Universidade Anhembi Morumbi (2019), Especialista em Design de Produto pela Faculdade de Tecnologia Do Instituto Europeo Di Design – IED São Paulo, (2013). Formado em design industrial pela Universidade Nacional de Colômbia, UNAL (2005).

Experiência profissional na criação, coordenação e desenvolvimento de diferentes produtos, em especial relacionados com mobiliário, espaços comerciais, ambientes cenográficos, visual merchandising e objetos utilitários.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca UAM

Com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

948p

Duran Moreno, Hugo Fernando

Pulsações Híbridas: Uma Introdução ao Design de Produto
Contemporâneo na América Latina / Hugo Fernando Duran Moreno. - 2019.
152f. : il.; 30cm

Orientador: Priscila Arantes.

Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Anhembi Morumbi.
São Paulo, 2019.

Bibliografia: f.

1. Design de Produto. 2. Design Contemporâneo. 3. Design na América
Latina. 4. Design Híbrido. 5. Identidade.

CDD 745

AGRADECIMENTOS

Muitas pessoas fizeram possível a realização deste trabalho com seu estímulo e constante apoio. Agradeço a minha família e a minha companheira que são baluartes e o maior incentivo para percorrer o longo caminho da pesquisa acadêmica.

Agradeço a minha orientadora, paciente e precisa. Proporcionou os ensinamentos necessários para cada cumprir com objetividade e profundidade cada fase do projeto.

Agradeço também à Universidade Anhembi Morumbi a seu corpo docente e aos profissionais que compõem o núcleo de pós-graduação em design, pessoas incansáveis sempre disponíveis e atenciosas com o valioso dom de servir.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Agradeço a todos que com o olhar atento fazem possível que o conhecimento se fortifique e espalhe, semeando possibilidades para o amanhã.

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo identificar aspectos do design de produto contemporâneo na América Latina, com a finalidade de reconhecer algumas das suas características. Parte de um estudo de reconhecimento que visa destacar aspectos no sentido de diversificação, similaridades, afinidades, ressignificação de linguagens e elementos recorrentes que podem denotar relevância por teóricos, entendidos ou estudos semelhantes. São pesquisados aspectos culturais, tecnológicos, temporais e materiais, sobre vieses antropológicos, sociológicos, projetuais, de configuração e semânticos, entre outros, em projetos selecionados, sobre fontes majoritariamente bibliográficas e documentais, relacionadas como projetos e experiências selecionados e das apreciações de autores e especialistas.

De carácter exploratória a pesquisa se desenvolve a partir de duas seções, na primeira são levantadas informações referentes aos processos históricos do design de produto na região. Posteriormente, e a partir dos elementos encontrados são feitas articulações, explorando e abordado conceitos e interpretações do design contemporâneo latino-americano, a partir do aprofundamento de diversos posicionamentos críticos de autores como Nestor Canclini, Walter D Mignolo, Gerardo Mosquera, Gui Bonsiepe, Milton Santos e Oscar Salinas Flores, entre outros, por meio dos quais se analisaram inquietações, linguagens e procedimentos do design na região. Para tal, são apresentadas com maior ênfase produções e projetos selecionados de expoentes do design latino-americano, entre eles: o estúdio chileno GT2p, o designer brasileiro Guto Requena, o grupo chileno Documentary Design GbR, o grupo colombiano Dosuno Design, e outros.

As diferentes análises realizadas, descobrem ambiguidades em torno à ideia de identidade usada local e globalmente como um aspecto atuante na relação do design como território. Da mesma forma foi revelado como entrecruzamentos de diferentes tipos, culturais, tecnológicos, materiais e outros, são determinantes na projeção dos diversos produtos. Esse processo foi sintetizado sobre o conceito de "*hibridação*", como forma de criar um fio condutor para a interpretação dos exemplos selecionados. Pode-se dizer que o design de produto latino-americano transita por um momento de efervescência, de diversificação e influência nos processos de expansão dos vários países, graças em grande parte à força das produções individuais, e em parte pelo reconhecimento comercial e estatal. A expressão do design está desse modo cheia de contrastes e contradições, seu volume e extensão aumenta constantemente, alinhado com as situações que demandam cada contexto. Abrem-se assim caminhos para continuar o aprofundamento no estudo e análise do exuberante e rico material que o design latino-americano produz.

Palavras-chave:

Design de produto. Design contemporâneo. Design na América Latina. Design Híbrido. Identidade.

ABSTRACT

This dissertation aims to identify aspects of contemporary product design in Latin America, in order to recognize some of its characteristics. Part of a study of recognition that aims to highlight aspects in the sense of diversification, similarities, affinities, re-signification of languages and recurrent elements that can denote relevance by theorists, understandings or similar studies. Cultural, technological, temporal and material aspects of anthropological, sociological, projective, configuration and semantic aspects are investigated, among others, in selected projects, mostly bibliographical and documentary sources, related to selected projects and experiments, and author and specialists.

Of exploratory nature the research is developed from two sections, in the first are collected information regarding the historical processes of the product design in the region. Subsequently, and from the elements found are made joints, exploring and approached concepts and interpretations of contemporary Latin American design, from the deepening of several critical positions of authors such as Nestor Canclini, Walter Mignolo, Gerardo Mosquera, Gui Bonsiepe, Milton Santos and Oscar Salinas Flores, among others, through which were analyzed concerns, languages and procedures of design in the region. To this end, they are presented with greater emphasis on selected productions and projects of exponents of the Latin American design, among them: the Chilean studio GT2p, the Brazilian designer Guto Requena, the Chilean group Documentary design GBR, the Colombian group Dosuno Design, and others.

The different analyses performed, discover ambiguities around the idea of identity used locally and globally as an active aspect in the relation of design to territory. In the same way it was revealed as cross-links of different types, cultural, technological, material and others, are determinant in the projection of the various products. This process was synthesized on the concept of "hybridization" as a way to create a guideline for the interpretation of the selected examples. It can be said that Latin American product design is passing through a moment of effervescence, diversification and influence in the processes of expansion of the various countries, thanks in great part to the strength of individual productions, and partly through commercial and state recognition. The expression of design is thus full of contrasts and contradictions, its volume and extension constantly increase, aligned with the situations that require each context. Thus, we open up ways to continue deepening the study and analysis of the exuberant and rich material that Latin American design produces.

Keywords:

Product design. Contemporary design. Design in Latin America. Hybrid Design. Identity.

SUMÁRIO

1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA

1.1	Contextualização da pesquisa	p. 20
1.2	Justificativa	p. 22
1.3	Objeto da pesquisa	p. 23
1.4	Problema fundamental	p. 23
1.5	Objetivo geral	p. 24
1.6	Objetivos específicos	p. 24
1.7	Considerações metodológicas	p. 25
1.7.1.	Subproblema 1	p. 25
1.7.2.	Subproblema 2	p. 26
1.7.3.	Subproblema 3	p. 26
1.7.4.	Subproblema 4	p. 26
1.8	Estrutura da dissertação	p. 27
1.9	Tabela da estrutura metodológica da pesquisa	p. 28

2 BREVES APONTAMENTOS SOBRE O DESIGN CONTEMPORÂNEO NA AMÉRICA LATINA

2.1	Introdução	p. 30
2.2	Apreciações sobre o contemporâneo e o design	p. 38

2.3	Design contemporâneo e sociedade	p. 49
2.4	Considerações sobre o design na América Latina	p. 54
2.4.1	Aspectos Históricos	p. 57
2.4.1.1	Tabela de logomarcas	p. 66
2.4.2	Aspectos Sociais	p. 69
2.4.3	Aspectos Conceituais	p. 79
2.4.4	A exposição do design latino-americano	p. 83

3 ARTICULAÇÕES SOBRE O DESIGN CONTEMPORÂNEO NA AMÉRICA LATINA

3.1	Aspectos Norteadores	p. 93
3.2	O que Torna um Objeto Híbrido?	P. 94
3.3	Apontamentos Sobre Identidade	P. 100
3.4	Identidade e Saberes ancestrais	p. 105
3.5	Noções de Identidade	p. 110
3.6	Design: Entrecruzamentos e Transformações	p. 118
3.7	Pulsações híbridas	p. 128
3.8	É meu: design contemporâneo e autoria	p. 137

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS P. 144

5 BIBLIOGRAFIA P. 150

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

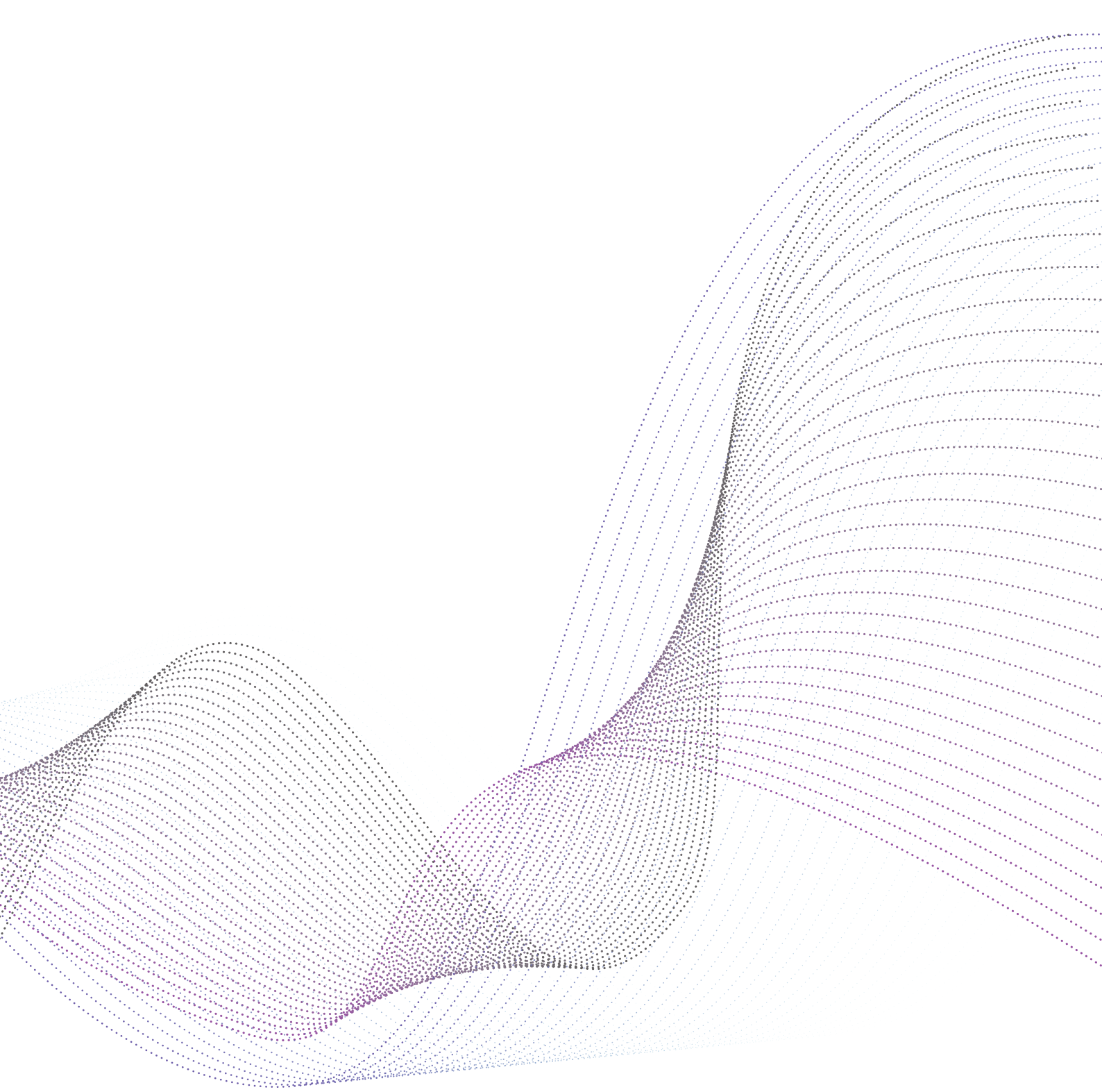
Figura 1, Corazón Coraza.	p. 33
Figura 2, Lâmpara Black Hole.	p. 33
Figura 3, Materia Madura.	p. 34
Figura 4, Ridgid K-pod Holder.	p. 34
Figura 5, BeUrban.	p. 35
Figura 6, Policosmos.	p. 35
Figura 7, Poltrona Morbida.	p. 36
Figura 8, Refugio.	p. 36
Figura 9, Imo Astor Fisiodispenser.	p. 37
Figura 10, Mangue, espaço para brincar.	p. 37
Figura 11, Magiclick.	p. 58
Figura 12, Anúncio fogão Dako.	p. 61
Figura 13, Fogão Dako.	p. 62
Figura 14, Abraço de Camila. Saleiro e Pimenteiro.	p. 64
Figura 15, Projeto Casitas Calientes.	p. 78
Figura 16, Novos Territórios.	p. 85
Figura 17, Novos Territórios.	p. 86
Figura 18, Catrina 1.2.	p. 87
Figura 19, Salão do móvel Milão.	p. 89
Figura 20, Liliana Ovalle.	p. 90
Figura 21, Cestos. Palorosa Project.	p. 93

Figura 22, Silla Viva.	P. 97
Figura 23, Suple: Connecting Form.	p. 98
Figura 24, Luminária	p. 98
Figura 25, Florero Florenkestein.	p. 99
Figura 26, Banco Noah.	p. 100
Figura 27, Sandálias em fibra natural.	p. 105
Figura 28, Sequência de fabricação de sandália de fibra natural.	p. 108
Figura 29, Plato y bowl de fibra de tamo sobre vidro.	p. 109
Figura 30, Figura 1, Colección "Kal" (2014).	p. 112
Figura 31, Colección "Kura" (2012).	p. 112
Figura 32, Colección "Los Andes" (2013).	p. 115
Figura 33, Coleção "Los Andes" (2013).	p. 116
Figura 34, Mapuguaquen.	p. 119
Figura 35, Mapuguaquen, processo de fabricação.	p. 121
Figura 36, Mapuguaquen, processo de fabricação.	p. 122
Figura 37, Mapuguaquen, processo de fabricação.	p. 122
Figura 38, Mapuguaquen.	p. 123
Figura 39, Nossa Senhora DESAapecida.	p. 130
Figura 40, Nossa Senhora DESAapecida processo de fabricação.	p. 132
Figura 41, Nossa Senhora DESAapecida, modelagem 3D.	p. 132
Figura 42, Robert "Mouseman" Thompson.	p. 139
Figura 43, Leo Capote. Luminária Ferro.	p. 140
Figura 44, Leo Capote. Cadeira Saarinen Porcas.	p. 141

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	
Estrutura Metodológica da Pesquisa	p. 28
Tabela 2	
Logomarcas identificando a marca país nos países da região	p. 66

Ao contrário do que se disse, a história não acabou; ela apenas começa. Antes o que havia era uma história de lugares, regiões, países. As histórias podiam ser no máximo, continentais, em função dos impérios que se estabelecem a uma escala mais ampla. O que até então se chamava de história universal era a visão pretenciosa de um país ou continente sobre os outros, considerados bárbaros ou irrelevantes. Chegava-se a dizer de tal ou tal povo que ele era sem história...



caracterização
geral da
Pesquisa

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA

O design na América Latina, tem uma história de mais de 50 anos, tomando como ponto de partida a abertura da primeira instituição de design industrial, o Instituto de *Diseño Industrial* (IDI-UNL) em 1958, na Argentina. Da qual seguiram outras instituições entre elas a *Escola Superior de Design Industrial* (ESDI) em 1968 no Brasil e o *Centro de Investigación del Diseño Industrial* (CIDI) em 1970 no Uruguai. As décadas de 60 e 70 evidenciaram o crescimento de instituições de design nos diferentes países da região, em uma intenção do ensino para contribuir com o crescente interesse na industrialização e nas políticas governamentais de desenvolvimento. “Desta maneira, a origem do design “profissional” se gestou desde o setor acadêmico, distante da produção industrial e dos avances tecnológicos” (ÁLVAREZ, 2011), aspecto que marcou profundamente sua prática e percepção pela sociedade. Desde esse tempo até hoje muito a caminhado o design na região, ocupando cada vez mais espaços relevantes na produção material e cultural.

No entanto, as várias transformações que acontecem no mundo, entre elas a massificação da produção e da informação, a densificação das cidades ou os desenvolvimentos nos processos e meios de produção e distribuição, influenciam também grandes mudanças na América Latina. Mudanças nas que a prática do design é fundamental como meio de adaptação. Torna-se importante indagar sobre o momento atual do design latino-americano, como é percebido, quais são seus enfoques, suas linguagens; como um passo para continuar seu posicionamento local e globalmente.

Este estudo procurou identificar aspectos relevantes do design de produto latino-americano, em relação a diversificação, similaridades, afinidades e

ressignificação de linguagens, recorrentes em tais processos, particularmente desde o ponto de vista cultural.

A seguir poderão ser identificados elementos estruturais do projeto, passando pelas razões que motivaram seu estudo; a questão fundamental norteadora da qual se desprendem os subproblemas, assim como objetivos e métodos empregados para a obtenção, tratamento e análise dos dados brutos recolhidos.

A descrição, categorização e conceitualização são alguns procedimentos de maior ênfase no estudo, os quais permitem abordar o design sob diferentes pontos de vista, como da sua natureza, da sua funcionalidade ou do seu contexto.

Esta pesquisa do tipo qualitativa, se situa na modalidade de reconhecimento, que enfatiza no estudo descritivo ou observacional de fenômenos relacionados com o design de produto contemporâneo na América Latina.

Na seleção das amostras se procurou identificar representantes do design de produto contemporâneo nos diferentes países da América Central e da América do Sul, procurando abarcar uma amostra representativa para a análise, evitando estipular padrões comparativos e seguindo critérios variados como a representatividade, a exploração de características singulares, assim como, a exposição comercial e/ou midiática.

Os métodos de coleta de dados mais utilizados foram a revisão bibliográfica (livros, anais, catálogos, artigos, reportagens, etc.) pesquisa na internet, análise de documentários, participação em eventos, cursos e exposições.

Se espera que os resultados obtidos contribuíssem no aprofundamento de aspectos que reverberem e estimulem o olhar sobre o design latino-americano, que continuem alimentando e enriquecendo sua prática, assim como oferecer novos pontos de vista para posteriores pesquisas.

1.2 JUSTIFICATIVA

Como designer o percurso acadêmico e profissional esteve fortemente vinculado com desenvolvimentos, teorias e práticas provenientes dos países mais desenvolvidos da Europa e dos Estados Unidos. Afirmavam-se por meio desses, os caminhos para estabelecer as bases da área nos países latino-americanos. Dessa forma se distinguiam dois tipos de interesses estrangeiros, o primeiro focado em continuar o processo colonizador, enfatizando relações de dependência e o segundo do tipo conciliador, que busca reverter algumas decorrências outrora causadas em procura de um maior e melhor desenvolvimento. Parece dessa forma que a produção do design latino-americano em grande parte carrega o estigma de ser um modelo de cópia das referências estrangeiras ou uma produção que explora sua autonomia exclusivamente por meio de experiências artesanais exaltando um carácter exótico ao olhar alheio e manifestadas de forma isolada. Parece então que essa forte tradição imposta pelos países chamados de dominantes, se enraíza de tal forma no pensamento coletivo do design latino-americano que continuamente essas abordagens são retomadas dificultando apreciar de forma mais abrangente a produção latino-americana. Então quando se fala de design latino-americano de que estamos a falar? Será possível encontrar um discurso unificados para o campo na região?

De forma exploratória podemos identificar inicialmente como a proliferação do uso do termo design em estruturas narrativas fortemente dominadas por fatores comerciais e/ou mercadológicos priorizam a aparência, a estetização, ao que autores como: Bonsiepe, Maldonado, Cardoso, respondem falando da importância do projeto e dos processos, evidenciando uma forte relação com o legado histórico do ensino e prática do design, alertando dessa forma, sobre a fragilidade de seu reconhecimento de forma consensual. “O problema de se contentar com uma tal ambigüidade em relação à natureza fundamental do campo é que as circunstâncias atuais ameaçam minar profundamente, ou até

mesmo desmontar de vez, a identidade profissional do designer.” (Cardoso, 1998, p.16). O mesmo autor lembra como a funcionalidade no período da pós-guerra e as preocupações sociais nos anos das décadas 70 e 80, constituíram discursos unificadores para a prática dos designers, discursos promovidos desde o centro para os demais países. Na atualidade, a multiplicidade conceitual ao redor do design influencia a ausência de um discurso unificador.

Nesse sentido, observar o design latino-americano contemporâneo que se debate nas contradições da globalização (desigualdade, imposição de mercados, homogeneização) pode contribuir para refletir sobre a ideia de design latino-americano, além de um referencial geográfico.

1.3 OBJETO DA PESQUISA

Design de produto contemporâneo na América Latina.

1.4 PROBLEMA FUNDAMENTAL E OBJETIVOS DA PESQUISA

Partindo de um estudo de reconhecimento do design de produto contemporâneo na América Latina que aspectos podem ser considerados relevantes no sentido de diversificação, similaridades, afinidades e ressignificação de linguagens e elementos recorrentes por tais processos, em aspectos culturais, tecnológicos, temporais e materiais, em termos antropológicos (cultura material, tradições, usos), sociológicos (meios, contextos) projetuais (procedimentos, sistemas) de configuração (linguagem visual, plástica, materiais) semânticos (dimensão do significado cultural), entre

outros, em projetos selecionados, segundo a articulação da bibliografia relacionada, da análise das experiências selecionadas e das apreciações de autores e especialistas?

1. A fim de um maior entendimento e de pautar a abordagem e o desenvolvimento do problema fundamental, este foi dividido nos seguintes subproblemas:
 - Quais são alguns aspectos que permitem identificar a produção contemporânea de design de produto latino-americano?
 - Quais conceitos podem ser relacionados em função de uma possível singularidade do design de produto contemporâneo na América Latina?
 - Como na prática do design latino-americano contemporâneo pode ser percebida a influência dos conceitos antes destacados?

1.5 OBJETIVO GERAL

Investigar aspectos do design de produto contemporâneo na América Latina com a finalidade de explorar as diversas expressões e reconhecer por meio delas possíveis características do design na região.

1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fazer reconhecimento da produção de design de produto contemporâneo na América Latina;
- Identificar as práticas e linguagens de maior recorrência no design de produto contemporâneo na América Latina;

- Identificar questões que influenciam os processos e projetos de design de produto latino-americano contemporâneo;
- Identificar conceitos que pelos quais fazer uma leitura da produção de design de produto contemporâneo na América Latina;

1.7 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Graças à natureza exploratória da pesquisa, que visa o reconhecimento de particularidades na produção do design de produto contemporâneo latino-americano, a investigação se desenvolveu sob dois núcleos principais, o primeiro enfatiza na recopilção de projetos de design contemporâneo latino-americano e a sua articulação com conceitos e teorias sobre o design, o segundo, parte desses conceitos para aprofundar em práticas selecionadas.

Emprega-se um processo contínuo de coleta de dados, usando técnicas como:

1. Levantamento e revisão bibliográfica;
2. Levantamento e revisão de casos já documentados;

A seleção dessas técnicas de coleta de dados foi feita considerando a natureza qualitativa da pesquisa, os tipos de dados que poderão ser encontrados, a disponibilidade da amostra e do pesquisador, o tempo para o desenvolvimento, assim como os custos de execução que incluem deslocamentos, equipamentos de registro, material impresso, entre outros elementos.

Essas técnicas serão empregadas em sua maioria para desenvolver cada subproblema.

1.7.1 SUBPROBLEMA 1

Qual o estado atual da produção de design de produto na região em relação à produção e divulgação?

O primeiro passo para abordar esse questionamento foi a identificação e recopilação de projetos de produtos e designers contemporâneos na região. Tarefa realizada a partir do uso da internet, assim como de jornais, livros e revistas impressos.

1.7.2 SUBPROBLEMA 2

Quais são alguns aspectos que permitem identificar a produção contemporânea de design de produto latino-americano?

Para desenvolver esse subproblema foi preciso aprofundar no significado e na interpretação do contemporâneo, assim como da América Latina. Essa exploração será efetuada por meio da revisão bibliográfica, assim como pelo estudo de casos notáveis.

1.7.3 SUBPROBLEMA 3

Quais conceitos podem ser relacionados em função de uma possível singularidade do design de produto contemporâneo na América Latina?

Para desenvolver esse subproblema foi preciso identificar alguns dos conceitos frequentemente usados para a identificação da América Latina e interpretar uma possível proximidade com o design. Essa exploração será efetuada por meio da revisão bibliográfica, de entrevistas semiestruturadas com designers e especialistas.

1.7.4 SUBPROBLEMA 4

Como na prática do design latino-americano contemporâneo pode ser percebida a influência dos conceitos antes destacados?

Para desenvolver este subproblema foi estabelecida uma classificação, a partir de análises interpretativas e da triangulação dos dados obtidos, que será confrontada com casos selecionados.

1.8 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Com o propósito de apresentar o processo e o resultado da pesquisa de maneira estruturada e sistemática, esta dissertação será dividida em introdução e dois capítulos principais.

Introdução: Descreve os aspectos metodológicos da pesquisa, questão fundamental, motivações, delimitações, são detalhados os procedimentos para coleta de informações, análise, interpretação e geração de dados.

Capítulo 1: BREVES APONTAMENTOS SOBRE O DESIGN CONTEMPORÂNEO NA AMÉRICA LATINA, neste capítulo são estabelecidas algumas bases para identificar o estado atual do design contemporâneo e suas particularidades no contexto latino-americano, a partir de um estudo teórico do qual se destacam aspectos políticos, geográficos, históricos, econômicos, industriais, entre outros que influenciam a prática do design.

Capítulo 2: ARTICULAÇÕES SOBRE O DESIGN CONTEMPORÂNEO NA AMÉRICA LATINA, foca na descrição dos conceitos destacados na teoria e crítica do design latino-americano contemporâneo, realizada por alguns de seus principais expoentes. Por meio destes se configura uma rede de argumentos para a leitura e interpretação do design na região apresentando os projetos selecionados por meio dos quais se destacam as relações estabelecidas entre o design e os conceitos analisados, particularmente, "identidade" e "hibridação". Relacionando características específicas do fenômeno como: transferência tecnológica, aproveitamento de recursos materiais disponíveis, releitura de manifestações tradicionais, populares ou vernaculares, entre outros.

1.8.1 Quadro sinótico da estrutura metodológica da pesquisa

O presente quadro descreve de forma sintética os elementos iniciais que estruturam a pesquisa.

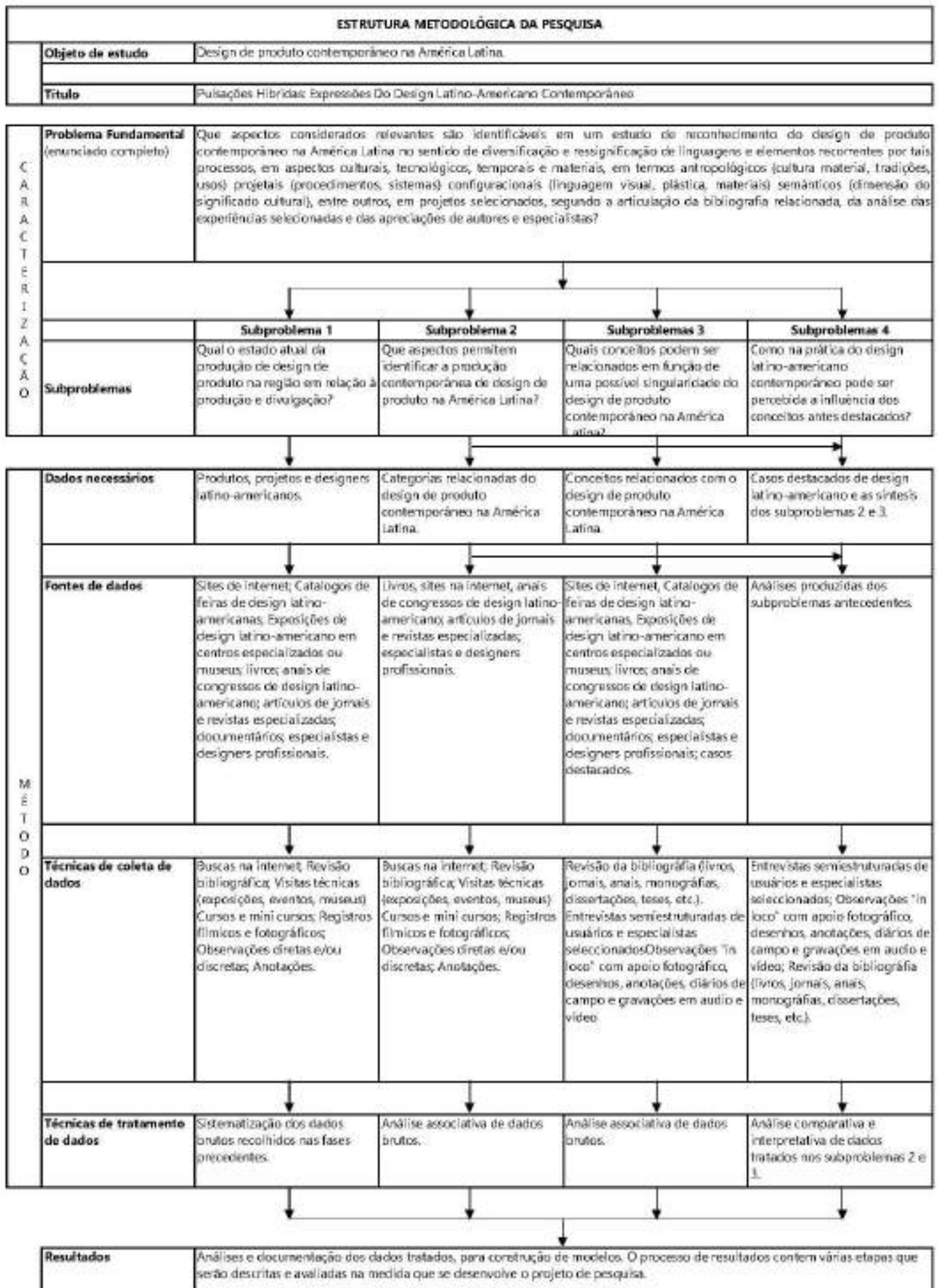
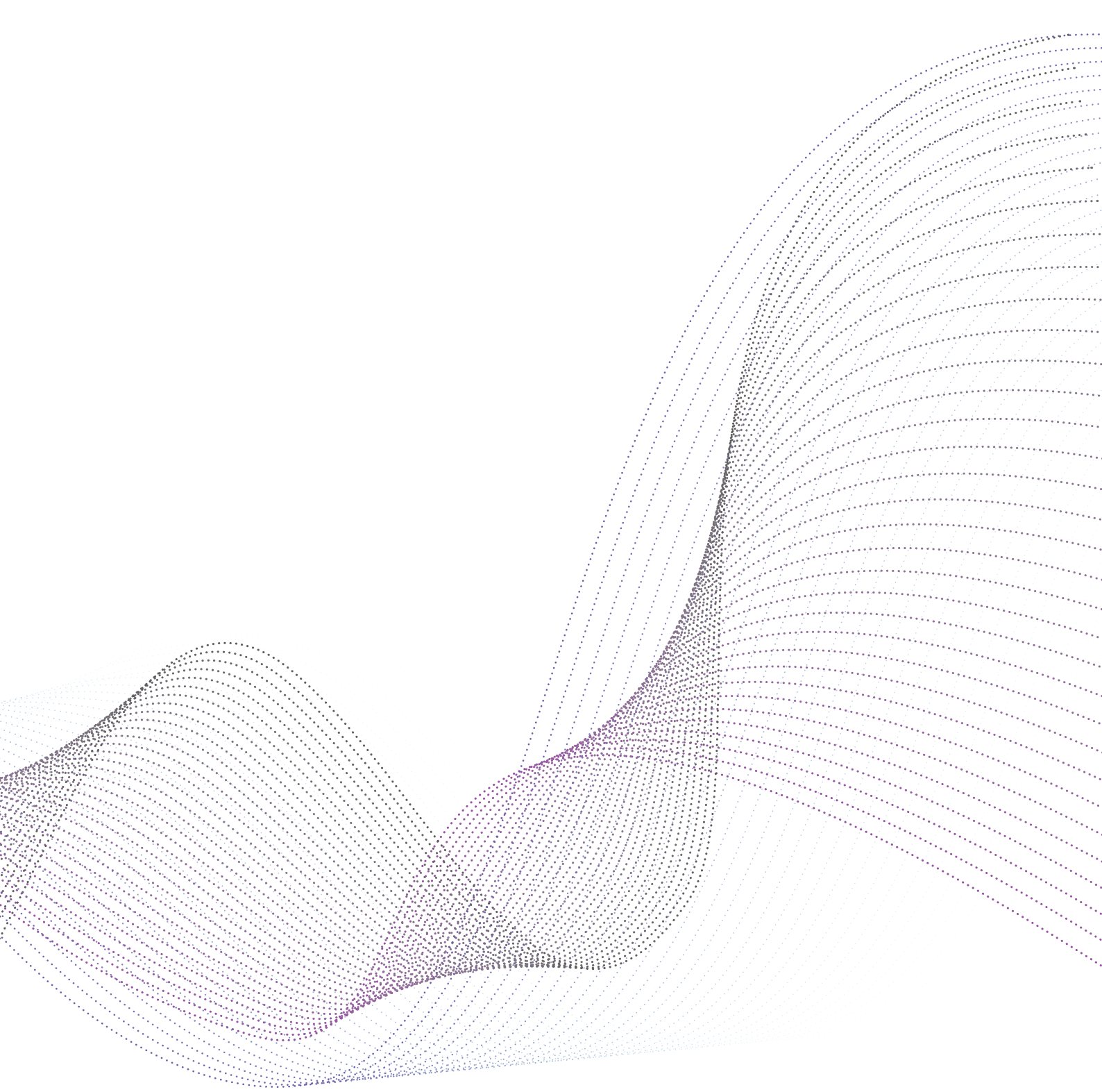


Tabela 1. Estrutura Metodológica da Pesquisa



breves apontamentos
sobre o design
contemporâneo na
América Latina

2.1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o design da América Latina tem adquirido maior reconhecimento e expressividade tanto na região como internacionalmente. O crescente interesse do público e da indústria pelo design latino-americano, bem como sua promoção, se evidencia no aumento de feiras e eventos como semanas de design, exposições em museus e centros culturais, assim como pela organização de encontros e publicações acadêmicas e profissionais.

No ano de 2017, nas semanas de design de Milão, Paris e Londres, foram dispostos espaços privilegiados para os designers latino-americanos. Em Nova York, o MOMA dedicou uma exposição ao design do México, Venezuela e Brasil, e o MAD (*The Museum of Arts and Design*) teve também uma exposição focada na América Latina. Voltando a atenção dos olhos do mundo do design para nosso continente.

Paralelamente, como o *boom* do design latino-americano nos grandes centros, pequenos estúdios ou designers individuais aproveitam os recursos das ferramentas digitais para a promoção, compartilhamento e espalhamento de ideias que enriquecem a diversidade do design e da cultura material, fazendo sua expressividade mais potente.

Durante muito tempo as narrativas hegemônicas do design no ocidente, proclamadas pelos países industrializados da Europa e pelos Estados Unidos, relegaram o design da região a uma posição secundária no cenário mundial; destacavam seu carácter empírico e artesanal, ao mesmo tempo em que criticavam sua pouca relevância no contexto industrial de seus respectivos países, com períodos de exceção mais destacados no México, Argentina, Brasil e Chile. Fortalecido pelas mudanças contemporâneas em relação à informação, o design latino-americano tem assumido um papel protagonista, impulsionado pelo interesse empresarial, comercial e político em suas práticas e métodos. Cada vez mais o design participa das estruturas produtivas e espalha sua visão sistêmica e associativa nos processos, produtos e serviços,

reconhecendo-se sua capacidade de articulação e projeção, como aspectos necessários para o desenvolvimento.

Nesse sentido, surgem questões sobre a singularidade do design latino-americano além de considerações geográficas, estreitamente ligadas com os aspectos culturais.

Possivelmente, uma das características relacionadas com maior destaque é a proximidade com as tradições culturais, destacando a busca por elementos identitários que definam modos próprios de atuação e materialização. Mas, o que se evidencia é a transformação e a adaptação como possíveis pilares de uma idealizada singularidade.

Na maleabilidade do contexto latino-americano surge um design em tensão; global e local, tradicional e inovador, massificado e individualizado, entre outros aspectos, alimentando suas contradições e sua força. São muitas as expressões do design latino-americano contemporâneo, em um continente cheio de possibilidades.

Este estudo exploratório apresenta algumas dessas expressões, com especial interesse nos elementos sensíveis e críticos que o tornam singular.

O primeiro capítulo desta dissertação tem como propósito apresentar algumas particularidades do cenário do design particularmente de produto no contexto contemporâneo na América Latina, visando identificar conexões que baseiem o aprofundamento em conceitos expressivos para a área. Para tal, são percorridos três caminhos que como condição essencial se entrecruzam; em um deles, a tarefa se destina a caracterizar o design contemporâneo, reconhecer algumas das suas peculiaridades como a interdisciplinaridade, a retomada da autoria e a influência tecnológica; outro transita por acontecimentos e conceitos que moldaram o design da região, como a busca pela industrialização e a abertura comercial, a identidade ou a busca da mesma;

o terceiro caminho, como um grande autopista, carrega o design contemporâneo na América Latina, observando seu crescimento local e global, familiaridades e divergências, e a multiplicidade de expressões criativas nos diferentes contextos, compondo assim o cenário.

Não se trata de um capítulo meramente descritivo, que organiza acontecimentos históricos de forma linear desde a origem do design na América Latina até chegar ao design contemporâneo na região; de maneira diferente, procura-se por meio do destaque de fatos determinados, de forma alguma lineares, a exposição transversal de conceitos que permitam o posicionamento do que pode ser relevante para o reconhecimento do design contemporâneo latino-americano, sem a pretensão de reduzi-lo a uma expressão homogênea, tarefa pouco proveitosa e ineficaz em um continente de grandes contrastes e desequilíbrios.

Espera-se que o percurso traçado nesta seção por meio das posições teóricas exploradas, os exemplos utilizados e da literatura exposta, ofereçam elementos consistentes para contextualizar o propósito do estudo e fundamentar as abordagens percorridas nas articulações realizadas.

Procura-se assim conhecer alguns aspectos da produção do design de produto contemporâneo na América Latina, identificando questões, práticas e linguagens recorrentes desses processos.

As imagens a seguir são uma abertura para nosso percurso.



Figura 1, Corazón Coraza por Christian Vivanco com Ânfora. México. Disponível em <<https://ambientesdigital.com/corazon-coraza-christian-vivanco/>> acesso: dezembro 2018.



Figura 2, Lâmpara Black Hole por Darío Narváez. Colômbia. Disponível em <<https://darionarvaez.com/product-design/>> acesso: junho 2018.



Figura 3, Materia Madura por Ana Cristina Quiñones, Puerto Rico. Disponível em <<https://www.anacristinaquinones.com/index-montauk/#/materia-madura/>> acesso: dezembro 2018.



Figura 4, Ridgid K-pod Holder por Alvaro Uribe. Colômbia. Disponível em <<http://www.alvarouribedesign.com/site/>> acesso: junho 2018.



Figura 5, BeUrban por Denis Rodríguez. Paraguai. Disponível em <<https://ambientesdigital.com/corazon-coraza-christian-vivanco/>> acesso: dezembro 2018.



Figura 6, Policosmos por Moises Hernández. México. Disponível em <<https://www.moises-hernandez.com/>> acesso: junho 2018.



Figura 7, Poltrona Morbida por Estudio Campana. Brasil. <<https://ambientesdigital.com/notturmo-1-estudio-campana/>> acesso: dezembro 2018.



Figura 8, Refugio por Maliarts. México. Disponível em: <http://www.maliarts.net/MA/about.html>> acesso: junho 2018.



Figura 9, Imo Astor Fisiodispenser por DMA Company. Argentina. Disponível em: <<http://www.dmo.company/es/work/astor-fisiodispenser/>> acesso: junho 2018.



Figura 10, Mangue, espaço para brincar por Erê Lab. Brasil. Disponível em: <<http://www.erelab.com.br/produtos/mangue.html>> acesso: junho 2018.

2.2 APRECIÇÕES SOBRE O CONTEMPORÂNEO E O DESIGN

Contemporâneo, etimologicamente, significa “que acontece ou tem seu início no presente”¹, está relacionado com o momento atual, há uma condicionante temporal ligada ao termo, em que cada presente é contemporâneo da sua própria época. Entretanto, na descrição da história da humanidade alguns acontecimentos são denominados como contemporâneos, e a partir deles se dá origem a uma determinada era contemporânea. A primeira acepção histórica identifica a era contemporânea a partir da Revolução Francesa, em 1789. Destaca-se esse período como um momento de intensa transformação social e política no qual surgem a república e a democracia, aspectos que alteraram profundamente o desenvolvimento da sociedade. Uma segunda acepção histórica relaciona o contemporâneo com o período acontecido a partir da Pós-Segunda Guerra Mundial, momento no qual se começa a massificação da produção e do consumo, e é experimentada uma mudança radical nas ideias que consolidavam a sociedade. As preocupações políticas e ambientais emergem, contribuindo para a visualização do planeta como um espaço integrado. Nesse período, particularmente, a América Latina evidenciou o crescimento dos grandes centros urbanos e o avanço da industrialização.

Depois da segunda guerra mundial, a urbanização foi acompanhada por mudanças impressionantes na estrutura da população economicamente ativa da América Latina. Em 1950, a agricultura contava com a metade o mais da força de trabalho em todos os países da região exceto cinco (Argentina, Chile, Cuba, Uruguai e Venezuela), e dos terços o mais na República Dominicana, Haiti e vários países da América Central. Em 1980, só três países (Guatemala, Honduras e Haiti) conservavam a

¹ Dicionário Aurélio. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/contemporaneo/>>. Acesso em julho de 2018.

metade o mais da força de trabalho na agricultura. (BETHELL, 1999, p. 196).

A migração das zonas rurais para as nascentes metrópoles foi um evento fundamental na transformação física e cultural dos países latino-americanos. Essa concentração das pessoas em um determinado espaço representou a evidência de como os meios de produção e industrialização se inseriam no pensamento coletivo sobre o desenvolvimento ao qual se atrelava uma melhor qualidade de vida, assim como uma narrativa que exalta as novas oportunidades e enfatizam no crescimento do indivíduo, aspectos que o design e os objetos reforçavam e que hoje são corriqueiros, com tendências como a customização e individualização.

O mundo e a região se preparavam para uma maior abertura comercial, que se consolidaria pelas mudanças tecnológicas em relação à produção, ao transporte e à logística.

Em uma análise de viés filosófico, Agamben questiona sobre *o que é ser contemporâneo?* Expressando por meio de abstrações do cotidiano, em forma de poesia ou de atividades como a moda, um paralelismo entre um ser presente, eufórico e um ser abstrato, contemplativo, onde o contemporâneo se estabelece como uma fantasia temporal que não se encontra em parte nenhuma.

Uma primeira argumentação sobre o contemporâneo coloca a relação entre o indivíduo e o seu tempo, a partir da identificação da distorção da sua linearidade e sua fragmentação. A percepção do tempo, como uma sequência de acontecimentos ordenada, é questionada. O tempo pode continuar a ser interpretado por determinados fatos, mas estes se apresentam em sequências alternadas, se repetem, avançam, retrocedem e se misturam, fazendo do tempo, tempos com qualidades diferentes.

Aqueles que procuram pensar a contemporaneidade puderam fazê-lo apenas com a condição de cindi-la em mais tempos, de introduzir no tempo uma essencial desomogeneidade. Quem pode dizer: "*o meu tempo*" divide o tempo, escreve neste uma

cesura e uma descontinuidade; e, no entanto, exatamente através dessa cesura, dessa interpolação do presente na homogeneidade inerte do tempo linear, o contemporâneo coloca em ação uma relação especial entre os tempos. (AGAMBEN, 2009, p. 71).

Além dos devaneios do tempo, Agamben observa no homem contemporâneo a capacidade de pertencer a um espaço/tempo determinado, mas, mantendo o olhar distante para poder interpretá-lo, como se fosse um agente externo. Um homem duplo, que vive e constrói na sua cotidianidade os laços que o seguram ao seu momento, participa da construção e desconstrução do espaço habitado, sendo afetado e transformado pelo mesmo. O momento no qual habita expressa elementos próprios, características que servem como referência para sua descrição; são a sua vez, os reflexos de momentos passados que estruturam o presente e contribuem para configurá-lo. O espaço/tempo é maior que o homem, continuará preenchendo de presentes inalcançáveis cada momento da vida até que ela se esgote. Participando desse espaço/tempo, o homem vestirá suas vestes sem receio, será conformado a ele, assumindo sua forma.

E por isso que ser contemporâneo é, antes de tudo, uma questão de coragem: porque significa ser capaz não apenas de manter fixo o olhar no escuro da época, mas também de perceber nesse escuro uma luz que, dirigida para nós, distancia-se infinitamente de nós. (AGAMBEN, 2009, p. 65).

A segunda parte dessa duplicidade o coloca como um observador; é a imagem de se ver a si mesmo, de ser o olhar alheio; como se ver a si mesmo passeando pela rua, sem se sentir desesperado, desconfortável? Omitindo a vontade de integrar de novo aquele corpo inconsciente. Como não se sentir sem massa, sem peso, sem estrutura e ter a lucidez para descrever seus fazeres, para questionar seus atos, para antecipar seus passos? Como não só ver seu próprio corpo, seu próprio ser, senão o entorno, a cidade o mundo? Como deixar de ser parte dele, se abstrair, estar em não-lugar indagando-o? Há uma espécie de misticismo no homem contemporâneo, seu olhar o isola. Ensimesmado na

sua contemplação observará com maior atenção as incoerências, os paradoxos do mundo, e sobre eles deitará seu pensamento.

No sentido de viver no seu tempo e ao mesmo tempo estar afastado dele para testemunhá-lo, são poucos os contemporâneos; mas, quem alcança esse status torna-se contemporâneo por muito tempo.

Procurar explicações para o que é contemporâneo pertence ao campo da filosofia; mas o design, para exercer sua prática, precisa dessa proximidade, pois não se projeta para o passado ou para o presente. O olhar contemporâneo pode ser útil para essa missão.

Contudo, é do ponto de vista cultural que nos aproximaremos do contemporâneo para atingir o design. Afirmar Zibel Costa que:

É somente a partir de 1970-80, e definitivamente após 1990, que a produção cultural, em consequência de uma série de crises espontâneas dentro do movimento moderno, consagradas na polêmica, porém historicamente necessária expressão pós-moderno, vem a ser efetivamente denominada *contemporânea* por um número expressivo de divulgadores culturais. (COSTA, 2010, p. 21).

O contemporâneo se estabelece como uma afirmação do pós-moderno. Momento no qual o consumo no ocidente é a principal estratégia comercial; se exalta o individualismo, o hedonismo, o narcisismo, a subjetividade e a efemeridade. A abertura conceitual permite transpassar e misturar estilos e tendências, e os valores que direcionavam o agir dos cidadãos são diluídos, é um estado cacofônico rico em contrastes.

O decorativo e o subjetivismo expressivo não são mais excomungados: em toda parte, na decoração, na arquitetura, no design, na moda, na cozinha, na arte, na música, se afirmam as reutilizações dos códigos do passado, assim como a mistura dos gêneros. Resulta daí um novo universo eclético e descoordenado, que vê conviverem o kitsch e o high-tech, o retrô e as linhas futuristas, o irônico e o polido, as formas emocionais e o anonimato funcional. (LIPOVESKI, 2015, p. 227).

Enquanto as décadas subsequentes à Pós-Segunda Guerra mostravam a aceleração da industrialização e do consumo, o design se expandia para além do espaço industrial, abarcando cada vez mais o espaço comercial, ganhando exposição em revistas e anúncios publicitários; era o começo do design como fator influente no modo de viver, não só pela configuração material do entorno, assim como pela configuração simbólica que tomava conta da sociedade. Os princípios modernistas de racionalização e funcionalidade eram questionados e desafiados por novas tendências. Nos anos 1980 a Europa Ocidental vê grupos como Memphis e “New Design” expressarem uma euforia de formas e cores condizente com o espírito de prosperidade e abundância que anunciava a retomada do entusiasmo, depois dos difíceis tempos predecessores. Mas não tardou muito para que novas crises e mudanças sócio-políticas influenciaram essa percepção.

A recessão e os problemas sociais levaram a uma atmosfera mais depressiva em comparação com a euforia da década de 1980 e, em parte, a uma mudança do comportamento de consumo. Ambas as alterações expressaram-se nas tendências do design e da moda, portanto, em todo o estilo de vida. (SCHNEIDER, 2010, p. 174).

Podem ser destacadas duas novas tendências: uma denominada como *retro*, que saudava o passado e ilustrava a perda na fé de um futuro promissor, na qual produtos ícones de outrora foram repaginados, conservavam suas características principais, mas eram desenvolvidos a partir de novos processos e materiais; e a segunda era o minimalismo, que procurava o retorno às formas arquetípicas, à simplicidade. Eram usados elementos geométricos básicos e materiais em estado puro, quase como o retorno ao racionalismo modernista, sem as preocupações de serialização ou massificação.

Aqueles que tinham a consciência e os meios necessários buscavam, como compradores, não mais o gritante e o representativo, mas uma autenticidade e um sentido de vida além do valor de uso. A simplicidade arcaica apoiava a necessidade de orientação e segurança depois de uma década de provocações. (SCHNEIDER, 2010, p. 174).

Para o campo do design, as últimas décadas trouxeram algumas mudanças fundamentais no paradigma da produção industrial.

Enquanto nos anos 1960 o modelo normativo era ainda a produção em massa, o século XXI caminha célebre em direção à produção flexível. Os conceitos que hoje norteiam a porção avançada da indústria são: "customização" (como é chamada a adaptação do produto a cada consumidor); gestão contínua do fluxo produtivo (por meio de estratégias de eficiência como o chamado *just in time*); qualidade total do processo, incluindo responsabilidade social e ambiental. (CARDOSO, 2016, p. 226).

Cientistas culturais falam que na história da civilização ocidental fizeram-se duas revoluções tecnológicas:

- A descoberta da tipografia por Johannes Gutenberg no século 15, que com a impressão de livros iniciou seu triunfo, e
- A distribuição em massa do computador pessoal desde o início dos anos 80.

Ambas as revoluções mudaram substancialmente o comportamento humano, a comunicação, a centralização e a descentralização, a educação à distância e suplementar, o trabalho e o comportamento, a saúde e os meios de transporte etc. Os modos de vida de grandes segmentos da população modificaram-se substancialmente nas últimas duas décadas, como nunca aconteceu antes em tão curto espaço de tempo. (BURDEK, 2010, p. 403).

Uma segunda fase das mudanças evidenciadas nas últimas décadas é a relacionada com a revolução digital, que acontece com o desenvolvimento dos microprocessadores, a difusão dos computadores, a criação dos softwares de processamento gráfico e da internet. A eletrônica e a programação assumem o papel principal na integração de uma sociedade que tende cada vez mais a estar conectada em um processo que acentua a globalização. A revolução digital "não se caracteriza simplesmente pelo desenvolvimento de novos meios de comunicação, mas sobre tudo pelo fato de que diferentes meios como texto, artes gráficas, imagem, filme, som e música estão disponíveis na mesma forma de dados, isto é, a forma digital". (SCHNEIDER, 2010, p. 182). O que se reconhece é a expansão da informação e do conhecimento. O designer tem a

possibilidade de ampliar seu repertório obtendo referências de qualquer parte do mundo, de compartilhar e estabelecer conexões de forma instantânea.

É no decorrer dos anos 1980-90 que os microcomputadores começam a se difundir, pondo ao alcance de um público mais amplo a potência dos grandes sistemas informáticos. Multiplicam-se os softwares que permitem transpor uma ideia de objeto em modelo virtual em três dimensões mostradas no monitor, modificar facilmente suas características, prever suas reações antes da sua fabricação industrial. (LIPOVETSKI, 2015, p. 225).

Esses elementos mudaram radicalmente o fazer do design, potencializando e acelerando os processos de criação, produção e avaliação nas duas grandes áreas – indústria e comunicação –, ao ponto de parecer inseparável da sua prática o uso dessas ferramentas técnicas, tanto acadêmica como profissionalmente. De certa forma, o design sofre uma transição da demanda e criação de ferramentas próprias para sua atividade, para uma dependência e, por que não, limitações geradas pelo uso das mesmas. Ultrapassou-se uma prática do design que interagia com os materiais, que cortava a madeira, que sentia o peso do metal ou manchava de tinta suas mãos. Cardoso cita que:

A transformação de paradigma que mais afetou a prática do design é ainda mais recente, datando essencialmente dos últimos 25 anos. Trata-se, é claro, do salto revolucionário em tecnologias da informação – em especial, equipamento e programas que possibilitam manipular com facilidade e exatidão, assim como transmitir com extremada rapidez, grande quantidade de dados, inclusive imagens e modelos. (2016, p. 227).

O design se especializa cada vez mais nos aparelhos tecnológicos, criação, produção e avaliação assistida por computador, enquanto que as definições finais dos produtos são realizadas por outros especialistas, evidenciando a crescente subdivisão e especialização dos processos produtivos. Paralelamente, os domínios do design, sua teoria e seus processos se expandem, influenciando outras áreas como a gestão, o marketing ou a engenharia.

Ao se tornar digital (virtual) a idealização dos produtos, o rigor para materializar as ideias e determinar sua concretude sofre de ambiguidades e indefinições outrora superadas nos primórdios da industrialização. Muitas vezes são realizadas inúmeras experimentações, mas os resultados tendem a ser conservadores na maioria dos casos, favorecendo os processos de manufatura estabelecidos, relegando a exploração de grandes inovações técnicas e estruturais nos objetos não digitais para as grandes empresas. Os conhecimentos aprendidos pela manipulação dos materiais e realização de processos produtivos continuam, assim como foi nas oficinas de artes aplicadas no passado, fonte insubstituível de conhecimento para o design. No entanto, "há no design uma capacidade de conexão entre a experiência do desenvolvimento de produtos analógicos com o novo mundo de produtos digitais. Trata-se da transição da matéria para a linguagem e, então, de sua visualização." (BURDEK, 2010, p.409). Schneider, a esse respeito, lembra que "na década de 1980, o design pós-moderno abandonou a doutrina funcionalista e substituiu-a por uma semantização visual exuberante, independente de funções. Os objetos receberam uma nova função como portadores múltiplos de significados". (2010, p. 188).

Motivadas pela revolução digital, outras alternativas, assim como retomadas de antigas linguagens, são procuradas no design contemporâneo. A incerteza, característica predominante na sociedade pós-moderna, permeia a produção dos designers, e muitos optam por explorar caminhos conceituais que colidam com arte e/ou artesanato.

A digitalização tornou inseguros os contemporâneos no final do século XX e levou a uma "trivialização" tecnológica do design. Ambas favoreceram, no sentido de uma reação, a aproximação entre design e arte no design autoral de orientação artesanal das décadas de 1980 e a 1990 (design de artista). (SCHNEIDER, 2010, p. 188).

É possível relacionar a expansão da globalização comercial e da informação com a procura do design por novos argumentos, narrativas que o posicionem como gerador de afirmações; os objetos são pensados para contar histórias,

estão cada vez mais próximos do imaterial, do conceitual. “Assim como a arte conceitual, no design conceitual ‘pretende-se estimular conceitos intelectuais nos observadores’.” (BURDEK, 2010, p.389).

Do ponto de vista antropológico, Milton Santos em seu ensaio intitulado “*Por uma outra globalização*”, observa a atual época contemporânea como a expressão da globalização estendida para todos os aspectos da vida, enfatiza que o modelo aplicado afeta negativamente a sociedade, contribuindo ao aumento da pobreza, do desemprego, da fome, dos deslocamentos forçados, da diminuição dos recursos naturais, entre outros, e propõe alternativas para reverter essas práticas, visualizando uma globalização focada no ser humano.

Na visão atual, a globalização por uma parte, impõe com extrema veemência condições para estabelecer a ordem da sociedade e pela outra potencializa as interrelações e a visão sistêmica do mundo, evidenciando sua interdependência.

Os últimos anos do século XX testemunharam grandes mudanças em toda a face da Terra. O mundo torna-se unificado – em virtude de novas condições técnicas, bases sólidas para uma ação humana mundialização. Esta, entretanto, impõe-se à maior parte da humanidade como uma globalização perversa. (SANTOS, 2013, p. 37)

Nessa perspectiva, a presente globalização está estruturada sobre dois pilares, a informação e o dinheiro, articulados por meio da técnica, que influencia todas as formas de desempenhar atividades humanas. Esses dois aspectos causam relações de controle por meio de ideologias que reforçam o sistema. Alguns exemplos citados, destacam a ideia de aldeia global ou de tempo/espaço comprimido. A primeira, tenta fazer acreditar que habitamos um espaço interacionado, com interesses comuns e compartilhados, fruto dos sistemas de informação e divulgação simultânea.

A noção de aldeia global é uma expressão da globalidade das idéias, padrões e valores sócio-culturais, imaginários. Pode ser

vista como uma teoria da cultura mundial, entendida como cultura de massa, mercado de bens culturais, universo de signos e símbolos, linguagens e significados que povoam o modo pelo qual uns e outros situam-se no mundo, ou pensam, imaginam, sentem e agem. (IANNI, 2001, p. 119).

O segundo, fala sobre a relativa proximidade de países e regiões até pouco tempo atrás, distantes, graças a essa dinâmica o mais recôndito dos lugares é descoberto, integrado, divulgado e posto à disposição com o objetivo de serem consumidos. Essas duas ideias estão ligadas à percepção de território e localidade que permeiam noções de identidade e pertencimento, influenciando conceitos integradores como o da América Latina.

De forma paradoxal é promulgado o estreitamento das relações sociais e a interdependência, ao tempo que se realça a unicidade das pessoas. Apesar de habitar um mundo global parece necessário a ênfases no indivíduo, possivelmente para que evitar que se dilua em uma massa autodeterminada, solidária e suficiente capaz de ocasionalmente desestimular o curso orientado pelo consumo.

Sob essas considerações a ideia de unidade é explorada obedecendo exigências político-econômicas que promovem a unidade no sentido de individualidade, contrário ao sentido de comunhão.

A perversidade sistêmica que está na raiz dessa evolução negativa da humanidade tem relação com a adesão desenfreada aos comportamentos competitivos que atualmente caracterizam as ações hegemônicas. Todas essas mazelas são direita ou indiretamente imputáveis ao presente processo de globalização. (SANTOS, 2013, p. 20).

O individualismo, fator exponencial da contemporaneidade direciona a sociedade para a condição de "todos contra todos", da competitividade no lugar da solidariedade, que outrora proporcionou as bases para o desenvolvimento da sociedade a partir dos primeiros grupos de pessoas que compartilhavam interesses em geral.

Os comportamentos competitivos, potencializam o desinteresse pelo outro, exaltando o ganho e o sucesso particular sobre o coletivo, articulam-se nessa empreitada meios de comunicação, produção e consumo. Aspectos refletidos em parcelas do design como as relacionadas com a moda, ou sobre o surgimento de novas necessidades que paulatinamente se tornam básicas como a comunicação instantânea ou a exposição virtual.

A situação contemporânea revela, entre outras coisas, três tendências: 1. Uma produção acelerada e artificial de necessidades; 2. Uma incorporação ilimitada de modos de vida ditos racionais; 3. Uma produção ilimitada de carência e escassez. (SANTOS, 2013, p. 129).

Nas décadas posteriores à segunda guerra o discurso do design atentava satisfazer as necessidades humanas como um dos seus argumentos mais influentes, alcançadas grandes e eficientes soluções sobre muitas dessas necessidades básicas, porém sem serem espalhadas para a maioria da sociedade, o discurso transformou-se em uma narrativa majoritariamente voltada para o consumo, que tende a homogeneizar as manifestações culturais, sobre o enunciado racional de progresso.

Não obstante, a globalização abre a possibilidade para que novas vozes, diferentes às hegemônicas sejam ouvidas, e novas formas de interpretar o mundo possam transitar grandes distâncias, serem compartilhadas, sensibilizando sobre transformações possíveis do modelo, que entre outras coisas promovam o equilibrado social, produtivo, natural, etc.

2.3 DESIGN CONTEMPORÂNEO E SOCIEDADE

Design é um termo que, popularizado por diferentes agentes, entre eles a publicidade e o marketing, adquiriu nos últimos anos relevância no discurso cotidiano. Inserido na dinâmica da globalização, atribui-se ao design o potencial de influir no reconhecimento, posicionamento e venda de diferentes produtos ou serviços. Paralelamente, em uma esfera especializada, existe a visão de que o design constitui uma ferramenta mais abrangente para a construção do entorno social. Nesse sentido, Victor Margolin, no texto '*O design e a situação mundial*' publicado em 1992, abordava o panorama mundial de desenvolvimento sob duas perspectivas, denominadas como modelo de equilíbrio e modelo de expansão mundial. Ditos posicionamentos estão cada vez mais presentes no discurso atual sobre o progresso e a qualidade de vida. O modelo de equilíbrio

“parte da premissa de que o mundo é um ecossistema de equilíbrio delicado, baseado em recursos finitos. Se os elementos desse sistema forem avariados ou colocados em desequilíbrio, ou ainda se forem esgotados recursos essenciais, o sistema sofrerá um estrago significativo e possivelmente entrará em colapso”. (MARGOLIN, 1992, p. 41).

Enquanto que, para o modelo de expansão mundial,

“o mundo é constituído por mercados em vez de nações, sociedades ou culturas. Os produtos desempenham o papel de valores simbólicos do intercâmbio econômico, atraindo capital que tanto pode vir a ser reinvestido na produção como incorporado na acumulação de riqueza privada ou corporativa”. (idem, p.41).

Pode ser percebido que existe entre os dois modelos grandes diferenças, que só poderiam ser equiparadas amolecendo os fundamentos de um e de outro: como pensar em aumentar a oferta de produtos, sem afetar o usufruir dos recursos finitos? Como gerar riqueza particular, sem produzir pobreza geral? O modelo de expansão mundial parece ser o grande vencedor dessa disputa,

onde a oferta e demanda por produtos aumentam exponencialmente. É possível encontrar nas prateleiras dos mercados todo tipo de objetos, cada vez mais especializados, destinados para atender as atividades mais específicas, sendo continuamente renovados graças à inclusão de elementos eletrônicos ou tendências da moda. Além disso, a aplicação de novas tecnologias motiva a reestruturação dos produtos existentes, alterando também a forma como as pessoas se relacionam com eles. O mercado é condicionado para gerar cada vez mais, e as pessoas são condicionadas a procurar sempre pelo último lançamento. Apesar da grande oferta, os produtos parecem ser insuficientes: “trata-se, porém, de um raciocínio dominado essencialmente pela fé no poder da inovação tecnológica para enriquecer a experiência humana. A relação entre produtores e experiência se pauta na convicção de que os bens materiais são capazes de prover uma satisfação ilimitada”. (idem, p. 42). Sob a perspectiva mercadológica, parece improvável estabelecer limites para o design, para a transformação constante daquilo que já foi feito, só para satisfazer a demanda e o consumo. Em essência o design promove a transformação, a adequação técnica e tecnológica do entorno às condições materiais de cada época. Não teria cabimento sentar em uma cadeira para escrivaninha da Idade Média, e trabalhar 8 horas na frente do computador, desconhecendo os avanços ergonômicos, materiais e produtivos que ajustam uma cadeira de escritório atual para esse tipo de trabalho. Estamos frente a duas leituras do design, uma do superficial e outra do estrutural. Uma não desconhece a outra e se influenciam mutuamente.

“Os novos produtos de hoje não constituem apenas versões desnecessárias e extravagantes de produtos que já existem: são antes a materialização de melhorias concretas que alteram a experiência humana em seu sentido mais profundo”. (idem, p. 43).

Segundo Margolin, o design constitui uma ferramenta para equilibrar os dois modelos de desenvolvimento citados. “Existe um vácuo no que diz respeito à conciliação desses dois modelos que pode ser preenchido através de uma reformulação da prática e do ensino do design”. (idem, p. 47). Se o design deixa

de ser tratado como um apêndice comercial essencialmente destinado à produção material, e estende seus domínios para tratar de problemas estruturais, poderia projetar modelos de transformação adequados para um desenvolvimento mais equilibrado; isso colocaria o design no campo do contemporâneo, onde os conceitos e as ideias predominam sobre o objeto em si mesmo. A estratégia exposta pelo autor enfatiza que a atuação do design estaria dentro do terreno do tangível, propondo “projetos e produtos que demonstrem novos valores em ação”. (idem, p. 48). Nesse sentido, se reforça a ideia de que é o significado outorgado ao produto tem maior importância que sua configuração material. A dimensão simbólica dos produtos determina uma mudança radical na forma como são desenvolvidos, enquanto que deixam de serem projetados para atender uma função específica, e começam a serem projetados para atender um complexo de relações funcionais que posicionam o indivíduo dentro do entorno social. Krippendorff afirma a virada do design centrado no objeto para o design centrado no ser humano: “Os designers dessas coisas intangíveis foram percebendo que os seus produtos eram práticas sociais, símbolos e preferências, e não só coisas; e deveriam ser projetadas para compradores consumidores ou públicos, e não usuários 'racional'”. (2000, p.92)

Há neste ponto uma grande virada na trajetória do design que atendia inicialmente às exigências da indústria, obedecendo parâmetros regidos pela produção, a adequação das técnicas, dos processos e dos materiais, oferecendo produtos aos quais as pessoas deviam se ajustar. O paradigma do controle e da segurança de instituições sociais sólidas, como o estado ou a família, era reforçado pelos produtos produzidos. Na atualidade, essas instituições relegaram sua autoridade dotando o indivíduo de uma maior autonomia para construir seu próprio destino, transformação que o design também reforça mudando do paradigma industrial para o paradigma do design centrado no ser humano, ou no usuário. Consideração que resulta em produtos que procuram se ajustar às condições experimentáveis (reais) de cada pessoa, derivando em produtos individualizados ou customizados; produtos que devem ou podem ser alterados e ajustados segundo as preferências de cada

um. O indivíduo assume para o design o papel principal. Dessa forma é oferecida uma 'pseudoautonomia' ou uma autonomia parcial, já que os produtos estão programados para uma determinada série de ajustes, que estimulam no usuário a sensação de controle. Esta adequação pode ser reconhecida em vários níveis, como por exemplo: uma cadeira para escritório geralmente permite mudar a altura do assento, a inclinação do encosto, a posição dos apoia-braços, em prol de satisfazer necessidades antropométricas ou ergonômicas. Por outra parte, as interfaces de aparelhos eletrônicos, como celulares e notebooks, permitem o ajuste de inúmeras características que passam do layout, fontes, cores a atalhos e novas funções, e nestes pode se reconhecer o conceito de *(re)projetabilidade*, que pode também ser estendido para toda uma gama de outros produtos. Segundo este conceito a prática projetual é derivada às pessoas, dispondo no produto ferramentas que estimulam mudanças dos próprios indivíduos. Assim a atuação do design não pertence mais ao produto final, e sim ao processo e a potencialização do projeto do indivíduo. "Ele delega a atividade projetual a não-designers, poupando os designers do trabalho de se preocupar com detalhes e, ao mesmo tempo, fazendo com que os usuários façam parte do processo através do qual a tecnologia é criada" (Krippendorff, 2000, p.90), abrindo para o design novas formas de explorar e entender o processo do projeto e o desenvolvimento de produtos.

Este novo paradigma no design promove benefícios no uso de muitos produtos, aprimorando o desenvolvimento das atividades com esses realizadas, beneficiando assim a qualidade de vida. "O design centrado no ser humano deve estimular as pessoas". (KRIPPENDORFF, 2000, p.92).

Possivelmente, o conceito de *(re)projetabilidade*, lido desde o ponto de vista do mercado possa ser equiparado com o conceito de *customização*, um dos baluartes da produção e da oferta de produtos na atualidade; permitir que cada pessoa ajuste os produtos da sua escolha aos seus gostos e desejos, tornando-os únicos, direciona parte da produção industrial. A exclusividade é estimulada como diferencial em uma sociedade abarrotada.

É a época da segmentação extrema dos mercados (clientes e produtos), visando faixas etárias e categorias sociais cada vez mais subdivididas, oferecendo produtos cada vez mais direcionados, explorando micromarcas e necessidades cada vez mais diferenciadas. (LIPOVETSKI, 2015, p. 228).

O design contribui, entre outros agentes, para a estetização das coisas. Nesse sentido, tudo é afetado de tal forma a torná-lo “belo”, atrativo para o consumidor. Nessa concepção o designer se aproxima mais de *estetizador*, um arte-finalista de produtos, no lugar de um articulador entre a sociedade e os meios produtivos e comunicacionais. “A vida estetizada pessoal aparece como o ideal mais comumente compartilhado da nossa época: ele é a expressão e a condição do incremento do hiperindividualismo contemporâneo.” (LIPOVETSKY, 2015, p. 32).

São duas faces de um design contemporâneo, ajustado para ser competitivo, adaptado às ferramentas tecnológicas de que dispõe e as demandas comerciais e sociais a que é submetido. Há por uma parte o interesse na melhoria, na adequação favorável das condições de vida em contextos desequilibrados, onde atua de forma simples, muitas vezes rudimentar mais com um grande senso crítico, onde predomina o coletivo. E, por outra parte, o design ligado ao comércio, às narrativas simbólicas, ao individual e à competitividade.

Os argumentos apresentados procuram contextualizar o design contemporâneo, destacando alguns dos seus aspectos e assim criando um vínculo com as expressões do design na América Latina.

2.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE O DESIGN NA AMÉRICA LATINA

A expressão “design latino-americano” é empregada para expor a produção material da região, a partir da delimitação do território. Indica, também a possível existência de um tipo de identidade regional, amplamente questionada. Reconhecendo essa ambiguidade, a expressão é usada no presente estudo para contextualizar a região e particularmente sua produção no campo do design de produtos de forma orientativa.

No entanto, inquietações sobre a necessidade de desmitificar a América Latina estão latentes e precisam de atenção, como qualificado por Leon de la Barra “*Deslatinizar a América Latina*”. (2016).

O termo América Latina tem origem europeia, usado em meados do século XIX para diferenciar os países de fala de origem no Latim, isto é, espanhol, português e francês; dos países da Anglo- América com eram conhecidas as regiões de fala predominantemente inglesa. (BARRA, 2015, p.171).

Contudo, o uso do termo se afastou da sua origem linguística para ser associado com a divisão geopolítica do continente. Dessa forma, América Latina descreve os países contidos no espaço territorial desde o México até a Argentina, com exceção das colônias francesas, inglesas ou holandesas no Caribe.

Cabe talvez problematizar descrições que identificam América latina como o conjunto de países “abaixo” dos Estados Unidos o qual reforça o caráter colonial e acentua a inferioridade e a dependência da região. Não existe nem acima, nem abaixo, nem sul, nem norte, no espaço físico da terra, essa concepção só é possível pela convenção cultural.

A problemática de ler o continente a partir das suas manifestações culturais parece não ter sido explorada com suficiência no campo do design comparado com a produção que nesse sentido se realiza no campo da arte.

É possível emprestar e relacionar com o design algumas dessas aproximações conceituais sobre América Latina. A amostra, *Sob o Mesmo Sol Arte na América Latina Hoje*, organizada pelo Guggenheim UBS MAP no ano de 2014, procurava por meio da atividade artística destacar a diversidade e similaridade da região.

A exposição foi dividida em cinco seções: O Tropical; Modernidades; Abstração e Conceitualismo; Ativismo, Participação, Emancipação; e Reescrever Histórias.

A seção *O Tropical*, tinha uma estreita relação com a influência geográfica sobre a idealização e concepção artística. Tentando polemizar sobre a imagem exterior de um continente "primitivo", "selvagem" de palmeiras, cocôs e índios. Em contraposição com a ideia de fluxo e partilha com a natureza e pensamento autônomo. (BARRA, 2015, p. 174).

Modernidades, tocava um dos aspectos de maior relevância para a região a transição para uma modernidade europeia idealizada e inalcançada. (BARRA, 2015, p.174). Problematizava o confronto das ideias de modernismo com a realidade local e sua interpretação.

Abstração e Conceitualismo, teve a missão de lembrar como esses estilos na região foram uma alusão à alegria e ao desenvolvimento. A geometria, característica da linguagem visual própria do movimento, exaltava o interesse transformador que regia o espírito da sociedade local nas décadas 60, 70 e 80.

Ativismo, Participação, Emancipação; destacou a atividade artística conscientemente relacionada com a temática sociopolítica, pondo em questão as contrariedades que caracterizam os países latino-americanos sobre influências estrangeiras. Os artistas denunciavam essas práticas e convidavam os participantes para serem parte das obras.

Reescrever Histórias, faziam alusão ao futuro à interpretação que os artistas fazem da história e de aquilo do qual são partícipes de forma a questionar o passado.

Todas as categorizações, amplas e complexas ilustram a diversidade de posicionamentos criativos e ideológicos neste extenso território, no qual a miscigenação cultural represente um dos seus grandes baluartes.

A exposição trouxe de forma sintética,

Uma diversidade de respostas criativas a um rico contexto cultural moldado tanto pelo colonialismo, conflitos civis, crises econômicas, desigualdade social e repressão, como intervalos de crescimento e o surgimento de modernidades paralelas. (BARRA, 2015, p.171).

O processo histórico do design tem sido pautado por diferentes momentos estreitamente ligados aos desenvolvimentos técnicos e sociais. Cada período deu maior atenção a determinadas preocupações da área como a industrialização, a comercialização, a funcionalidade, a sustentabilidade ou a visualidade. Enunciando fundamentos que em conjunto fortaleceram e contribuíram com suas afinidades e contradições para o posicionamento e a latente necessidade do design no processo civilizatório contemporâneo. O aumento da representatividade adquirida pela área, tanto no profissional como no cotidiano, propiciou distinguir algumas práticas recorrentes que tentam se ajustar às condições existentes do contexto latino americano. Questionáveis ou longe do senso comum entre os pares, essas práticas são um reflexo do que a sociedade demanda do design. Fatores como a massificação e o aumento da produção, a moda e a obsolescência, o reuso, a reciclagem, o aumento do consumo ou a adequação tecnológica, são grandes conjuntos dessas características. Própria dessa amplitude é a característica de adaptação das preocupações do design para cada contexto específico. O desafio se encontra em como tecer um fio condutor pelo qual possam ser identificados elementos que se assemelham entre as várias propostas projetuais.

Nesta seção, aspectos históricos, sociais e conceituais do design latino-americano são abordados com olhar exploratório, tentando construir argumentos flexíveis a partir do entrelaçamento de diversos acontecimentos que se influenciam mutuamente.

2.4.1 ASPECTOS HISTÓRICOS

As primeiras aproximações do design como área de conhecimento na região datam dos anos 60 e 70, com as primeiras exposições de design ou desenho industrial e gráfico, a abertura de cursos e a formação dos primeiros profissionais, muitos deles pioneiros do design latino-americano como: Horacio Duran, Hugo Kogan, Dicken Castro, Clara Porset, Sérgio Rodrigues, entre outros. Porém, a percepção da importância do design nos processos industriais e culturais não foi imediata, e seu reconhecimento tardio está diretamente relacionado com os processos de abertura econômica e de livre comércio que se acentuaram nas últimas décadas.

O reconhecimento e posicionamento em especial do design de produto nos diferentes países da região apresenta similitudes e disparidades. Para cada país, elementos da sua constituição geográfica, política e econômica foram determinantes nesse sentido; democracias emergentes, ditaduras, industrializações descontínuas, crescimento acelerado das cidades, abandono do campo e da produção agrícola são alguns desses ingredientes.

Os primeiros objetos surgidos sob a tutela do design estavam relacionados com objetos domésticos, utensílios, mobiliário e eletrodomésticos, assim como maquinaria e ferramentas agrícolas e na área de transportes. Alguns exemplos dessa produção servem para contextualizar as preocupações e transformações que estavam no núcleo das primeiras aparições do design na região. Estas características se estendem em diferentes graus e momentos pelo continente.

A Argentina foi um dos países de maior crescimento industrial na metade do século passado: "Nos anos 1950 alcançava um nível de industrialização maior que o porcentual de industrialização geral da América Latina, dito índice no contexto mundial era de quase 20%. Integrava o grupo de países mais industrializados seguida por Chile, Brasil e Uruguai" (FERNANDEZ, BONSIPE, 2008, p. 28). Particularmente, nos países onde o maior número de imigrantes provenientes da Europa tinha desembarcado, pode ser esse um indicador da influência estrangeira no cerne das mudanças da época.

Com o crescimento da indústria, a demanda por design aumentava no setor privado e público. Um objeto que exemplifica essas inquietações é o *Magiclick* considerado uns dos ícones do design industrial argentino, de autoria do designer Hugo Kogan.



Figura 11, Magiclick. Design Hugo Kogan, Argentina. 1968.

O *Magiclick* era um pequeno aparelho usado para acender o fogo nos fogões a gás, substituindo o uso de fósforos. Funcionava ao acionar o interruptor gerando uma faísca por meio de um impulso elétrico. Era um objeto compacto, sem ornamentações; a carcaça termoplástica era composta de duas partes e a ponta fabricada em aço inoxidável cromado. O corpo era preto e o disparador vermelho, e possuía também uma trava na parte posterior. Sua aparência futurista expressava uma consciente preocupação com o funcionalismo.

Projetado para uso popular, o *Magiclick* entrou em fabricação com a expectativa de vender 5.000 unidades por mês, mas os pedidos chegaram a 80.000, representando um sucesso comercial. Seu slogan afirmava que duraria 104 anos, garantindo a qualidade e durabilidade do produto. Seu design expressava uma grande preocupação com a funcionalidade, e sua configuração minimalista enfatizava a ergonomia e a produção massificada.

O sucesso dos objetos, para Hugo Kogan, não depende do design, e sim da necessidade. Encontrar o equilíbrio na relação entre o objeto, as pessoas e o

entorno. No caso do *Magiclick*, existia a urgência de facilitar o uso do fogão a gás, que já introduzia novas tecnologias no dia a dia das pessoas e influenciava suas atividades e comportamentos. Novas necessidades surgem na medida que as tecnologias avançam e são implementadas. O design atua para criar esses nexos, sua função é inventar pontes. Como lembra Kogan, "A invenção trabalha sobre coisas que não existem."²

Novos artefatos e tecnologias foram introduzidas nos países que cresciam com rapidez, diversas necessidades eram criadas, demandando novas soluções. A observação do designer permitiu adaptar um processo mecânico de geração de faíscas para transformá-lo em um objeto doméstico de grande sucesso, possivelmente porque a maioria das pessoas conseguiria posicioná-lo na direção correta e acioná-lo, sem muitas interpretações ou explicações adicionais, o objeto indicava pela sua configuração sua função e seu possível uso. Destaca-se assim que para introduzir um novo objeto; um objeto inexistente para um determinado contexto e uso, é preciso potencializar a simplicidade.

Hugo Kogan é um dos pioneiros e grandes nomes do design argentino e latino-americano. Sua concepção funcionalista e racional do design, herança das escolas europeias, promoveu o desenvolvimento e a introdução do design para nascentes indústrias de aparelhos eletrônicos e maquinarias que se estabeleciam no país, estendendo o reconhecimento da importância do design dentro das empresas, repercutindo dentro delas as necessidades e expectativas dos usuários.

Um dos muitos exemplos que podem ser citados no caso da relação do Brasil com o design de produto, é o da empresa DAKO. Fundada em 1935 por João Penteadó e Heitor Dácomo, se dedicou à fabricação de eletrodomésticos, especialmente fogões. Na época os fogões eram a lenha ou carvão que, além de auxiliar na preparação dos alimentos, serviam como aquecedores dos lares.

² Cruzando a línea. Entrevista a Hugo Kogan.

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KqhBfcglihI>> acesso agosto 2018.

Nessa época, a divulgação dos produtos era feita em praça pública, já que poucas pessoas tinham acesso a jornais ou ao rádio, meios de comunicação existentes até que a televisão chegou ao Brasil, em 1950. Além disso, anunciar nesses canais era muito caro para um produto que pretendia ser o mais popular possível. Por isso, muitas vezes a divulgação do produto era feita pelo próprio Sr. Joá, que demonstrava sua utilização nas praças.³

Alguns anos mais adiante o uso do querosene nos fogões se popularizava, e a empresa foi pioneira em desenvolver um sistema conhecido como “pinga-pinga”, que conseguia regular em gotas o fluxo de combustível, gastando menos querosene que seus antecessores, o que o converteu em um sucesso entre as famílias brasileiras.

Com o avanço na produção de GLP, gás liquefeito do petróleo, popularmente gás de cozinha, a empresa desenvolveu em 1959 novos modelos de fogões adaptados às novas tecnologias, de maneira que a empresa estava “crescendo significativamente nos anos cinquenta chegando a fabricar até 10.000 fogões por mês para o final dessa década. (eram 41 por mês na década de 40)”. (FERNÁNDEZ, BONSIPE, 2008, p. 65).

³ Disponível em: <<https://fontecomunicacao.com.br/dako-80-anos-historias-e-receitas-que-o-tempo-nao-apaga/>> acesso em agosto 2018.



Figura 12, Anúncio fogão Dako, 1952. Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2016/03/fogao-dako-querosene-1952.html> acesso agosto 2018.

O crescimento da produção denotava, entre outras coisas, o desenvolvimento técnico e tecnológico implementado na empresa, assim como o aumento da demanda que a sociedade fazia por eletrodomésticos ajustados às novas condições de vida do país.

Uma das preocupações da DAKO era que seus produtos fossem acessíveis e distribuídos em todas as regiões do país, que motivava projetos fáceis de montar, robustos e duráveis.

Dentre os fogões desenvolvidos alguns ilustravam o interesse em satisfazer as expectativas e necessidades dos usuários, como é o caso do fogão com prancha “bifeteira” em resposta ao hábito de assar bifés, tradicional no povo brasileiro. A estrutura era em chapa de aço, a grelha em ferro e o forno revestido de material cerâmico.

O projeto nesse sentido tinha enorme valor técnica e socialmente. Os fabricantes eram sensíveis o suficiente para tentar entender os gostos e comportamentos do consumidor no esforço de posicionar os produtos.

De uma pequena unidade fabril no interior de São Paulo, a DAKO se transformou em referência no mercado brasileiro de fogões. A empresa entrou em falência no ano de 2016.



Figura 13, Fogão Dako, 1950. Fonte: Fernández, Bonsiepe. 2011, p65.

Na Colômbia, o design passou por muitos altos e baixos que dificultaram uma completa engrenagem com a crescente indústria que se desenvolvia a partir dos anos 60. Jaime Franky e Mauricio Salcedo resumem essa situação de ambivalência da inserção do design no país da seguinte forma,

Em alguns setores produtivos o design foi a solução para competir no mercado internacional, para o Estado foi uma das tábuas de salvação para incrementar a inovação e superar o atraso que nesse quesito sofria o aparato produtivo, e para os designers o distanciamento do setor empresarial chegava ao seu fim. Porém, a coisa não era tão simples; a euforia dos designers passou relativamente rápido, o forte giro para o mercado e a competitividade, para o qual se movimentava o mundo, fez ver fraquezas internas para atuar em um cenário dessa natureza e se pus em evidência, uma vez mais, que a adoção de modelos, a aplicação de formulas e a cópia de realizações exemplares não resultam suficientes. (FERNÁNDEZ, BONSIPE, 2011, p.89).

Diferente dos países mais industrializados da região a Colômbia, conservou muito da sua origem agrícola, estimulando paulatinamente o desenvolvimento agroindustrial, a indústria em geral não teve a ascensão vertiginosa da Argentina, do México ou do Brasil. O design não encontrou prontamente seu lugar de atuação e se viu requerido mais por demandas operativas que por demandas estruturais, capazes de potencializar o design do produto como um fator necessário para o desenvolvimento industrial no cerne das empresas.

A história desse começo truncado, teve um ponto de inflexão com a abertura de mercado nos primeiros anos da década do 1990, que propiciou um duro golpe à frágil estrutura industrial do país. Muitos dos produtos industriais eram fonte de referências externas que agora chegavam em grandes volumes e se ofertavam para toda a população. A indústria demorou para se adaptar e os designers para entender seu papel como influenciadores do desenvolvimento de produtos que fossem representativos para o fortalecimento do setor produtivo.

Entre muitos aspectos pode ser destacada a promoção e divulgação do design por instituições como *Prodiseño* e por meios especializados como a revista *Axxis*, o *Proyecto Diseño*, que desde os anos 90, trabalham na divulgação do design em suas diversas áreas, estimulando o encontro de profissionais, industriais e o público em geral. Contribuindo ao entendimento das práticas e possibilidades próprias da área. Esse estímulo foi capitalizado na criação do Prêmio Lapis de Acero, que se tornou um marco para o incentivo e reconhecimento da produção de design no país. Em pouco tempo alcançou o reconhecimento pela comunidade crescente de designers que abraçou a ideia de premiação como um pilar para o reconhecimento profissional individual e coletivo.

Um dos projetos prestigiados no concurso e o saleiro e pimenteiro *Abrazo de Camila*, de criação de Alberto Mantilla, designer colombiano radicado em Nova York, e cofundador do escritório de design *Curve ID*. Ícone do design colombiano, a peça de Mantilla alcançou o reconhecimento nacional e internacional de grandes proporções, comercializada em diversas partes do mundo e exposta e comercializada em museus como o MOMA.

O objeto é composto por duas peças cerâmicas, de configuração antropomorfas iguais e cores diferentes, as mesmas se encaixam semelhando o abraço de duas pessoas.



Figura 14, Abraço de Camila. Saleiro e Pimenteiro. Por Alberto Mantilla. Colômbia. Disponível em: <<http://ciudadostenibleinnovacion.blogspot.com/>> acesso em: maio 2018.

Por meio da configuração dessas peças algumas intenções do design da Colômbia podem ser exploradas como a união entre a indústria e o design, o uso de materiais familiares frequentemente usados no artesanato como a cerâmica para ser explorada de forma industrial, as formas iguais fazem referência a esse processo de serialização. Além das possíveis interpretações simbólicas que suscita como tolerância, união, empatia, etc.

O design em Colômbia na atualidade parece estar mais alinhado com a indústria, a demanda por designers nos diferentes setores aumenta periodicamente, assim como o destaque nacional e internacional de alguns de seus designers como, Margarita Matiz, Colectivo 720, Ramón Villamarín, Juan Isaza, entre outros.

A segunda metade do século XX, foi o começo de um processo de industrialização que influenciou a demanda e especialização do design. A produção local de diversos objetos propiciava o crescimento econômico, assim como a expansão do consumo de bens e posteriormente de serviços. Era um caldeirão enquanto que uma sociedade crescente, precisava de soluções adequadas às novas condições de vida. Nesse período o design era impulsionado para indústria e pelo Estado, e tinha as competências para guiar a produção por esse processo de crescimento rumo ao desenvolvimento.

O panorama no século XXI mudou; grande parte dos objetos consumidos na atualidade, não são produzidos localmente. Em algumas ocasiões obedecem a modelos de cópia, pelo que a visão de urgência pelo design mudou radicalmente.

Outro exemplo dessa maior atenção ao design é o desenvolvimento da marca país, processo pelo qual são gerados elementos de comunicação visual, como logotipo, slogan, tipografia, etc., com os quais identificar os produtos e serviços de cada nação.

Surgido como uma estratégia de marketing a Marca País tem se tornado um elemento essencial para o posicionamento dos países no mercado internacional ao ponto que quase a totalidade deles tem uma.

Em princípio, cada marca país, semelhantemente às marcas comerciais, tenta transmitir características de identidade, acudindo frequentemente ao desenvolvendo de uma imagem por meio da qual os países serão reconhecidos. O mercado então olha para o design e destaca sua capacidade de criação, sínteses e adaptação para os requerimentos exigidos.

O objetivo central da marca-país, é incrementar o ingresso econômico de uma nação. Atendendo a esse objetivo, as estratégias de marca país baseadas exclusivamente em posicionamento publicitário, são de alto custo e muito frágeis ao acaso. O design deve se aproximar da imagem-país, entendendo que uma identidade positiva está estreitamente vinculada com constantes propostas de valor e não pelo posicionamento artificial de uma identidade por parte do Marketing ou das Relações Públicas. (CASTILLO, 2009, p. 68)

2.4.1.1 Tabela 1. Logomarcas identificando a marca país nos países da região

AMÉRICA DO SUL						
País	Marca	Ano	Design	Marca atual	Ano	Design
Argentina		2006	Guillermo Brea		2018	Futurebrand
Bolívia		2016	Fabrizio Astorino		2017	Futurebrand
Brasil		2005	Máquina Studio / Kiko Farkas		2010	Máquina Studio / Kiko Farkas
Chile		2005	Interbrand		2016	Fundación Imagen de Chile
Colômbia		2005	David Lightle / Proexport		2012	Unión Temporal Omnicom Solutions
Equador		2004			2010	Grupo Uma
Paraguai					2017	Consortio Kausa Bloom
Peru					2011	Futurebrand
Uruguai		2001			2013	
Venezuela					2015	ministerio de Comunicación y de Turismo

CENTRO AMÉRICA E O CARIBE						
País	Marca	Ano	Design	Marca atual	Ano	Design
Belize					2012	Agência Olson
Costa Rica					2011	Procomer
Cuba					2016	Oficina Nacional de Diseño (ONDI)
El Salvador					2017	Interbrand
Guatemala					2017	Iguat
Haiti					2012	Xavier Delatour
Honduras					2015	Marco Gerardo Midence
Jamaica					2015	
México		2005			2016	Futurebrand
Nicarágua		2009	Intur		2016	Intur
Panamá		2013	Autoridade de turismo		2016	
Republica Dominicana		2009			2017	

Apesar de não serem identificados na sua totalidade os designers das diferentes marcas dos países, pode ser reconhecido como esta tarefa é delegada a empresas estrangeiras, o que demonstra o caráter exclusivamente comercial do empreendimento. “Nos últimos anos podemos observar como os países, pressionados pelas urgências da globalização, invertem enormes cifras em campanhas setoriais e multisetoriais para difundir as bondades de seus produtos, sua população e seu território”. (CASTILLO, 2009, p. 72. Tradução do autor.).

Salta à vista o anseio por transmitir e ratificar uma identidade local, aspecto central na dinâmica comercial contemporânea que afeta diretamente o design. Atribui-se, pois, aos objetos e às imagens a capacidade de reforçar frequentemente no tempo um a ideia de singularidade local, através das suas materializações e metáforas dos rasgos culturais e geográficos. “A identidade pode ser entendida como o conjunto de elementos sociais, culturais, e de valores comuns a um determinado grupo social; que possui uma certa continuidade no tempo, e serve para diferenciar a este grupo de outro.” (SALCEDO, 2009, p. 82). Pode ser complementada essa definição lembrando Bonsiepe, que afirma que, “a identidade não depende tanto do que cada um é ou tem, mas do que vive no imaginário das outras pessoas. Identidades pertencem ao mundo do *l’imaginaire*. Elas são artefatos de comunicação.” (2011, p. 54). Nesse sentido, sua correspondência com o design pode-se dizer orgânica.

A partir de começos do século XX, o esforço por mostrar uma imagem positiva para o estrangeiro, cobra uma importância radical, tanto por razões comerciais como geopolíticas. Assim, diversos países começam a explorar algum rasgo de seu caráter ou cultura nacional: a pontualidade inglesa, o bom gosto italiano, o caráter relaxado dos espanhóis, ou a qualidade no trabalho dos alemães. Está exploração da identidade nacional como produto é hoje mais forte que nunca. Na sociedade globalizada não é vendido um vinho pela sua qualidade intrínseca (vinhos bons podem ser produzidos em muitos

lugares) se vende pelo seu "terroir", essa conjunção de fatores físicos, geográficos e socioculturais que o fazem único e o distinguem doutros produtos de similar qualidade. (SALCEDO, 2009, p. 82)

Outra manifestação da relevância que o design tem alcançado é o surgimento nas últimas décadas associações de designers, entre elas: Asociación de Diseñadores de Mendoza, Argentina; ADG, Colombia; Unión de Diseñadores Gráficos de Buenos Aires, Argentina; ADIP (Asociación de diseñadores interioristas profesionales) Uruguay; CDU (Cámara de diseño del Uruguay); ADCV (Asociación de diseñadores em comunicación visual) Argentina; Asociación mexicana de diseño gráfico, México; ADG, Brasil; Red Académica de Diseño, Colombia; Diseñadores Gráficos Bolívia, Bolívia; Chile Diseño, Chile; CBD (Centro Brasil Design) Brasil. Essas comunidades de designers são essenciais na busca de consenso e direção para o futuro da profissão, assim como para projetar as formas de atuação que permitam uma maior incidência sobre os aspectos culturais, industriais e econômicos da região.

2.4.2 ASPECTOS SOCIAIS

A América Latina historicamente há desempenhado papéis secundários na organização global do desenvolvimento de produtos industrializados ou manufaturados, com poucas exceções como o caso do México, que pautou sua economia no incentivo à indústria desde as décadas dos 60 e 70. Tradicionalmente, são as matérias primas, minérios, madeiras, alimentos, etc. os produtos que enchem a balança comercial e pelos quais são realizados os acordos de comércio internacionais com os diferentes países em sua maioria potências industrializadas, como Estados Unidos, China ou Alemanha.

Se se considera que um dos compromissos do design é contribuir com o melhoramento das condições de vida materiais influenciando a cultura e a indústria, qual é o papel do designer nesse panorama latino-americano?

Como ponto de partida observemos a descrição de Gerardo Mosquera sobre o design.

O design desempenha um papel de primeira linha na base material. A função do design industrial tem sido descrita como a de mediador dialético “entre necessidades e objetos, entre produção e consumo” e de este modo “age como uma autentica força produtiva. Mais ainda: é uma força produtiva que contribui à organização (e por tanto, à socialização) das demais forças produtivas com as quais entre em contato”. É dizer, o design é a força produtiva que desempenha um cometido organizador de meios de produção, os instrumentos do trabalho, a tecnologia, a pesquisa, o trabalho dos próprios produtores e demais forças econômicas. Por isso, como tem lembrado Armando Hart, “excede com muito os problemas que planteiam as artes plásticas. O design está em um ponto central do melhoramento da qualidade da produção e da economia de recursos necessários para a mesma”.

Essa importância material do design, que na sociedade atual chega a excluir a possibilidade de progresso econômico sem seu desenvolvimento, não significa que o design, como o artesanato, não trabalhe também na esfera da consciência, ao ser portador de valores estéticos, conteúdos simbólicos e estruturas significantes. Si a arte possui uma presença material que executa uma ação espiritual, a presença material do design serve para uma ação material espiritual simultânea. De forma que possa se considerar ao design como a zona onde mais diretamente se entrecruza a cultura material e a cultura espiritual. (MOSQUERA, 1989, p. 97).

O designer brasileiro Aloísio Magalhães, no texto titulado “O papel do artista na sociedade”, explora brevemente algumas das transições na atuação que os artistas tinham como encarregados da representação e apresentação do contexto social no passado, momento no qual os conhecimentos sobre

diversas técnicas de reprodução possibilitavam a construção e expressão de uma linguagem, nas palavras do autor, “concretamente visual”. As grandes mudanças na humanidade desencadearam, entre outras coisas, técnicas que distanciaram o artista de seu comprometimento social, aflorando um momento de livre expressão no qual não tem mais a responsabilidade de se conectar com o coletivo. “Essa perda de interligação social causa um embaraço, uma profunda modificação no processo criativo. De certo modo, o reencontro da representação criativa em termos plásticos e visuais se estabelece na sociedade mais contemporânea quando se verifica a necessidade de que uma tecnologia tão elaborada exige um mediador entre essa técnica e a comunidade.” Pode ser considerada a atualização do papel do artista do passado, como correspondente à atuação do designer atual, encarregado de reestabelecer o compromisso com a comunidade, com a construção visual do entorno e com a aproximação das técnicas para a sociedade. Esses princípios colocam este profissional em um ponto essencial para consolidar o processo civilizatório contemporâneo.

O professor Bernhard Burdek sugere, afastando-se de uma definição totalizante para o design, alguns problemas que o designer deve considerar ao exercer sua atividade,

- Visualizar progressos tecnológicos,
- Priorizar a utilização e o fácil manejo de produtos (não importa se “hardware” ou “software”).
- Tornar transparente o contexto da produção, do consumo e da reutilização,
- Promover serviços e a comunicação, mas também, quando necessário, exercer com energia a tarefa de evitar produtos sem sentido. (BURDEK, 2010, p. 16)

Essas colocações evidenciam uma preocupação voltada para que o resultado do processo de design seja concebido de forma consciente e responsável, priorizando o caráter projetual e produtivo, assim como um comprometimento responsável com aquilo que está sendo desenvolvido.

Por outra parte, Gui Bonsiepe sinala a distinção entre o design do “centro”, correspondente aos países desenvolvidos, e da “periferia”, os não desenvolvidos.

“No “design da periferia”, de acordo com Bonsiepe, devem ser atingidos os seguintes objetivos (cf. capítulo 21):

- Elevação da qualidade de uso de produtos industriais;
- Melhoria da qualidade visual ou estética de mercadorias;
- Incentivo à industrialização nos países do Terceiro Mundo;
- Elevação da produtividade;
- Elevação do volume de vendas, isto é, do faturamento de uma empresa; e
- Melhoria da qualidade ambiental, na medida em que esta seja determinada por objetos.” (SCHNEIDER, 2010, p. 206)

Ao observar as colocações do professor Burdek e do professor Bonsiepe, pode ser identificada uma grande diferença: enquanto um autor fala de aspectos pontuais que atingem o projeto, o outro fala de fatores sociais em grande escala. No contexto europeu, onde as limitações técnicas e as distancias sociais são menos discrepantes com relação aos países terceiro-mundistas, parece acertado e apropriado que o design esteja inserido e comprometido com os processos de produção; dispensa a necessidade de dedicar tanta atenção a problemas que desbordam o leito industrial para instalar-se no profundo da sociedade, contrário ao que se sugere para contextos como o latino-americano, distantes dessa realidade.

No ensaio Design e Democracia, Gui Bonsiepe expõe a necessidade de um design democrático, colocando em uma primeira instância que a democracia no contexto neoliberal é predominantemente influenciada pelo mercado, estabelecendo relações de poder que visam ao lucro como objetivo primário. Contrário a esse pressuposto, o autor defende uma ideia mais ampla de democracia. “Faço minha adesão a um conceito substancial e menos formal de democracia no sentido de redução de heteronomia, entendida com subordinação a uma ordem imposta por agentes externos”. (BONSIEPE, 2011,

p. 21). Diferente da ideia de manipulação e dominação, que tende ao estabelecimento de estruturas ordenadas, devem ser explorados aspectos como a individualidade, a singularidade ou a desordem, essências para a construção do mundo. Esse pensamento deriva de uma corrente humanista⁴, ao qual o mesmo autor faz referência aproximando-a à ideia de projeto, afirmando que: "O humanismo projetual seria o exercício das capacidades projetuais para interpretar as necessidades de grupos sociais e elaborar propostas viáveis, emancipatórias, em forma de artefatos instrumentais e artefatos semióticos". (Ibidem, 2011, p. 21). Coloca-se em questão a dimensão social e a dimensão comercial das atividades que desenvolvem o panorama material que constitui nosso ambiente. Esse posicionamento se relaciona diretamente com o design que, no exercício das suas atividades, transita indubitavelmente entre as condições do mercado e as circunstâncias do entorno que exigem determinados tipos de materialização. Continua o autor:

Essa afirmação não deve ser interpretada como expressão de um idealismo ingênuo e fora da realidade. Ao contrário, é uma possível e incomoda questão fundamental que qualquer profissional, não somente os designers, deveria enfrentar.

Também seria errado interpretá-la como uma exigência normativa ao trabalho do designer, que está sempre exposto às pressões do mercado e às antinomias entre o que é e o que poderia ser a realidade. (Ibidem, 2011, p. 21).

Esse foco indica o despertar de uma consciência crítica, como sinala Bonsiepe, que tenda à democratização no sentido de proporcionar elementos para diminuir as desigualdades procedentes da imposição por parte dos entes de poder, aceitando a heterogenia, e favorecendo práticas participativas e dinâmicas entre os seres humanos. "Hoje, o liberalismo econômico domina um

⁴ O autor na construção do conceito de Humanismo parte do especialista em literatura comparada Edward Said citando, "Humanismo é o exercício de nossas competências da linguagem para compreender, reinterpretar e lidar com os produtos da linguagem na história, em outras línguas e em outras tradições históricas." (Said, 2003. Citado por Bonsiepe, 2011, p. 21).

mundo globalizado, ao ponto paradoxal de poder impor a democracia pela força, quando do seu interesse”. (Cardoso, 2016, p. 17). Assim, o design deve igualmente se emancipar da posição que o coloca como ferramenta do mercado para favorecer a manipulação, encaixando-o exclusivamente como fornecedor de aparências e modas para persuadir os consumidores. O trabalho do designer é constituído em essência pelo desenvolvimento das interfaces que facilitam o acesso e o reconhecimento de determinado objeto físico ou virtual por parte dos usuários; é o resultado de um trabalho maior de condensação de diferentes aspectos construtivos, semânticos, culturais, etc., atendendo e articulando diversos requerimentos. São essas camadas nas que cimentado o trabalho do designer pode incidir em uma abordagem democrática e crítica de característica social.

O professor Cláudio Lima Ferreira, em relação com essa visão do design regido pelo mercado, identifica a redução das relações dos diferentes aspectos constitutivos do design, sendo conduzido por princípios que o aproximam de um pensamento simplificador⁵ e do paradigma da simplificação, caracterizado por:

- Princípio da generalidade;
- Princípio da rejeição, da eventualidade, da desordem, do singular, do individual;
- Princípio da redução, do complexo ao simples; do molar ao elementar;
- Princípio da separação, entre os objetos e o seu ambiente e entre o sujeito e o objeto. (FERREIRA, 2014, p.34-35).

Ruedi Baur reforça esse caráter simplificador imposto pelas lógicas do mercado. “Em este mundo de rápida unificação visual, dominado por um setor privado cada vez mais invasivo e poderoso, o objeto, o signo, o espaço, o fato e o processo de descontextualização corresponderão sempre à solução

⁵ O autor aborda o pensamento simplificador a partir das estratégias de geração de lucro atuais, cita, “É importante compreender que o Pensamento Simplificador, também denominado como ciência clássica, é guiado especialmente pela razão, pelo racionalismo e para racionalização. Ou seja, é guiado pela simplificação do pensamento, que desde então opera a crise da ordem, da separabilidade, da redução e da lógica. (Ferreira, 2014, p.17).

facilitadora. Fazer aqui como fora, ou fazer como o fez tal ou tal outro, é verdadeiramente mais simples que inventar uma solução própria única.” (FERNANDEZ; BONSIPE. 2008, p. 236). Não se trata aqui de desvirtuar verdadeiras conquistas do processo civilizatório, pelo contrário se trata da adaptação dessas conquistas nos espaços locais sem renunciar à singularidade. A superficialidade com a qual é tratado o design nessa visão simplificada, enchendo o olhar com linguagens estereotipadas e repetitivas consolida um obstáculo para propostas de design mais abrangentes e conscientes. “Toda eleição de mimetismo, ainda quando, talvez, valorize a curto prazo, no mediano contribuirá ao enfraquecimento do que é discernível pelo tanto interessante.”. (Ibidem, 2008, p. 236)

Os princípios que afastam o reconhecimento das diferentes relações complexas como a globalização, a massificação e controle da informação, a concentração das riquezas, entre outros, influenciam o momento de transição atual. O professor Ferreira continua:

Estamos em uma época de mudança de paradigma: os paradigmas são os princípios dos princípios, algumas noções mestras que controlam os espíritos, que comandam as teorias, sem que estejamos conscientes de nós mesmos. Creio estarmos numa época em que temos um velho paradigma, um velho princípio que nos obriga a disjuntar, a simplificar, a reduzir, a formalizar sem poder comunicar aquilo que está disjunto e sem poder conceder os conjuntos ou a complexidade do real. Estamos num período “entre dois mundos”; um que está prestes a morrer, mas que não morreu ainda, e outro que quer nascer, mas que não nasceu ainda. (Ibidem, 2014, p.43).

Esse panorama, onde velhos paradigmas são quebrados, evidencia um patamar de estrutura complexa que dá lugar para o design contemporâneo.

“Atualmente, por meio da imensa disseminação da informação, vem sendo acrescida uma consciência dos mecanismos invisíveis que regem o velho e mau “mundo real”. Os antigos problemas passam a ser dimensionados de modo mais complexo; e, muitas vezes, descobrimos que os

adversários mais temidos do passado eram apenas máscaras ou figuras de papelão – falsos marcadores de um a paisagem cuja artificialidade se revela de repente”. (CARDOSO, 2016, p. 20 - 21).

Temos a possibilidade de identificar os elementos que perturbam ou deformam nossos pareceres, possibilitando que a consciência crítica seja alcançada de forma mais eficiente.

Particularmente o design contemporâneo latino-americano evidencia essas tensões entre os agentes de poder e a manifestação de soluções adequadas para as necessidades locais. Na região, o design deve incidir na industrialização, no desenvolvimento e aplicação de tecnologias, visando ocupar um espaço não só como fornecedor de matéria prima, assim como também de produtos de valor agregado.

Sergio Peña, Reitor do ISDI (Instituto Superior de Diseño Industrial de Cuba), argumenta que é preciso:

Criar o que se necessita e não fazer que se necessite o criado é o primeiro ato ético do design. A maioria dos problemas comuns já tem solução: é só olhar ao redor, em mercados, catálogos, livros de história e museus.

Para que o design e sua relação com a inovação seja de caráter estrutural e não meramente anedótico e estético, teríamos que fazer as coisas de maneira muito diferente, com um pensamento radical e clareza meridiana ao respeito de que entendemos por “inovação”, “valor agregado”, “originalidade”, “vanguarda estética” e “criatividade” (Chaves, 2014).

Precisamos mais design, igual de criativo, porém mais criador, criador de qualidade de vida e não de estilos de vida, criador de valores e não de preços, criador de esperanças e não de ansiedade, criador de futuro, porém sustentável e que não hipoteque o presente. (2016, p.14).

Corresponde dessa forma ao design, particularmente o latino-americano, um posicionamento crítico, atento a seu entorno e às verdadeiras necessidades da

população. Um processo civilizatório, diferente da ideia de desenvolvimento homogeneizador e devastador, teria a sensibilidade de reconhecer e adaptar os grandes acertos que proporcionam e proporcionaram durante décadas bem-estar para seus habitantes. Em uma região de grandes contrastes, com zonas metropolitanas abarrotadas e fervilhantes que se transformam continuamente e grandes espaços rurais esquecidos ou abandonados que parecem não serem afetados pelo passo do tempo, o design deve ser maleável e honesto.

O projeto *K'oñichuyawasi - Casitas Calientes*, desenvolvido pela *Facultad de Ingeniería da Pontificia Universidad Católica del Perú, Asociación Salgalú para el Desarrollo, Sonia Cunliffe Seoane*, teve como objetivo melhorar o bem-estar dos habitantes das altas zonas andinas no Peru, onde as baixas temperaturas, assim como a deficiente disposição dos equipamentos para extração da fumaça das cozinhas, afetam a saúde e ocasionam a mortandade de seus habitantes, particularmente das crianças. Os designers, para aquecer as vivendas, adaptaram uma técnica arquitetônica conhecida como Paredes Trombe, denominadas dessa forma graças a quem se atribui sua criação, o engenheiro francês Félix Trombe. Brevemente, o sistema consiste na instalação, em uma das paredes externas da casa, de uma janela para reter o calor proveniente dos raios do sol. Além disso, foi melhorado o isolamento térmico no interior das vivendas com gesso, e nas cozinhas foram instaladas bancadas de barro que aproveitam o consumo da madeira usada como combustível e coifas para jogar a fumaça para fora da casa.

A descrição do projeto no site do grupo de Apoio Rural é a seguinte:

Casa caliente limpia PUCP: é um modelo de transferência tecnológica para a inclusão social das comunidades alto-andinas do Peru.

O projeto K'OÑICHUYAWASI, Casa Caliente Limpia, é uma proposta do Grupo de Apoio ao Sector Rural de la Pontificia Universidad Católica del Peru – (GRUPO PUCP), integrado por:

(1) Parede quente, (2) Cozinha Melhorada e (3) Sistema de Isolamento.

Com esse pacote tecnológico se aumenta a temperatura ao interior da vivenda, e se diminui a probabilidade de contrair doenças respiratórias ocasionadas pela contaminação.

Essa iniciativa está ajudando a mais de 100 famílias, 5 colégios e 5 postos de saúde das zonas rurais localizadas a mais de 4 000 m s.n.m., com tecnologias econômicas, de longa duração e reproduzíveis, que usam energias renováveis para melhorar a qualidade de vida da população.⁶



Figura 15, Projeto Casitas Calientes

Casas acondicionadas para reduzir a mortalidade, especialmente das crianças, ocasionadas pelo frio na zona alto-andina. A tecnologia usada para construí-las têm sido desenvolvida pelo Centro de Consultoria e Serviços da Pontificia Universidad Católica del Perú (Innovapucp) e baseia-se em um sistema similar ao sistema de uma estufa mediante a implementação de um muro orientado para o sol, conhecido como trombe. Esse consiste em uma estrutura de madeira forrada com plástico, colocada em um dos muros exteriores da vivenda, ligada ao interior da casa mediante aberturas na parte superior e inferior da parede.

⁶ Fonte: Grupo de apoyo al sector rural. <http://gruporural.pucp.edu.pe/proyecto/casa-caliente-limpia-konich>, acesso: 26.11.2017.

A parede esta pintada de preto e, dessa forma, se logra que durante o dia se capturem os raios do sol, transformando-os em calor e aquecendo o ar. (BID, 2016, p. 127).

Esse tipo de projeto revela a necessidade de estudar os aspectos culturais e sociais específicos de cada localidade para ajustar as propostas que derivaram na transformação dos modos de vida dos seus habitantes. Sem desconhecer que existem muitas variáveis que influenciam determinada situação e que demandam ações conjuntas que vão além da implementação de um projeto ou iniciativa para obter benefícios duradouros e coerentes. Deve-se destacar o caráter interdisciplinar e a exploração de uma proposta integral que atingisse desde várias frentes o problema inicial.

Salinas concluía fazendo um apelo social ao o design latino-americano:

Se nos países avançados tecnologicamente tem surgido grupos de designers interessados em se especializar na resolução das carências vitais da população em geral e dos grupos marginalizados como os deficientes físicos, nos países pobres e subdesenvolvidos, no campo de ação neste sentido é praticamente ilimitado.

Desgraçadamente, nestas latitudes, o próprio sistema, dependente e colonizado culturalmente, freia o desenvolvimento científico e tecnológico ao subordina-lo às exigências do capital estrangeiro, o que não afirma que esta posição seja irreduzível, já que as receitas impostas pelas grandes potencias tem sido superada em ocasiões por estratégias impensáveis. (SALINAS, 1992, p. 296)

2.4.3 ASPECTOS CONCEITUAIS

O design na América Latina é percebido por grande parte da sociedade e das organizações institucionais como uma profissão em processo de formação, que ainda não conseguiu fincar seus domínios, como se demandava nas suas

origens, no âmbito cultural e industrial. Fatores como a falta de regulamentação política e de reconhecimento estatal, assim como a desarticulação dos profissionais e a falta de consenso em torno dos deveres, responsabilidades e direitos, são recorrentes na maioria dos países da região, afetando o desenvolvimento da área e sua influência na sociedade. Como resultado, as noções sobre o design são continuamente banalizadas ou interpretadas com leveza em instancias relacionadas com a propaganda e o comércio. Conseqüentemente, o design se distanciou cada vez mais da ideia de “solução inteligente de problemas” e se aproximou do efêmero, da moda, do obsoletismo rápido – a essência da moda é a obsolescência rápida –, do jogo estético-formal, da glamourização do mundo dos objetos. (BONSIEPE, 2011, p. 18).

Entretanto, historicamente, o design na região tem acompanhado, entre outras, duas grandes tendências: uma que visa a importação de modelos e outra que procura a expressão de identidade.

O ponto de partida para a inserção da profissão na sociedade se deu a partir da academia, que proporcionou as condições para sua adaptação e experimentação, nicho no qual o design encontra sua zona de conforto, lugar de expressão e idealização da função do design. Exemplo disso são as contínuas publicações e eventos (congressos, seminários, encontros) que debatem profundamente sobre o tema, mas que não ecoam com suficiência em outros espaços, como os da indústria. Tradicionalmente, o design na região se baseia nas estruturas pedagógicas da Bauhaus e da Escola Superior de Design de Ulm, as quais tinham na sua metodologia um forte interesse em contribuir e trabalhar de forma engrenada com a indústria, afirmando princípios altamente conceituais, em torno da função do design e sua importância para a sociedade. No discurso de abertura da Escola de Ulm, Walter Gropius afirmou:

Uma educação abrangente deve indicar o caminho certo para a forma correta de colaboração entre o artista, o cientista e o homem de negócios. Apenas juntos eles podem desenvolver um padrão de produção que tenha o homem como medida, isto é, que leve o imponderável as necessidades físicas. Eu

acredito na importância crescente do trabalho em equipe para a espiritualização da vida na democracia. (SCHNEIDER, 2010, p. 114).

Estava na origem da formação dos designers o trabalho em comunhão com o setor produtivo. As teorias surgidas giravam em torno do conceito da “Boa Forma”, estreitamente ligada ao funcionalismo. Desde 1953, ano da fundação da Escola de Ulm, até hoje, muitas transformações têm acontecido na sociedade, algumas de magnitudes gigantescas e ainda incalculáveis, como a revolução digital. Mas o design na região não encontrou nesse período a fluidez necessária entre a academia e a indústria para fazer do design uma ferramenta realmente importante para o desenvolvimento do país. A academia funciona em parte como um órgão independente, com pequenas e isoladas escaramuças de inserção na indústria.

Uma das ideias que influenciou a implementação do design na região foi sua promoção como motor para alcançar níveis de desenvolvimento semelhantes aos níveis dos países industrializados.

Entre os motivos da industrialização, encontra-se o desejo de incrementar as exportações e gerar economias com produtos de valor agregado, em vez de meras *commodities*. Esses motivos ocultam outra ideia, nem sempre formulada explicitamente. Refiro-me à ideia de que a industrialização – além de aumentar o PIB – é um meio indispensável para democratizar o consumo e permitir, a um amplo setor da população, o acesso a um universo de produtos técnicos para melhorar a vida cotidiana em seus diferentes domínios: tarefas domésticas, saúde, educação, lazer, esportes, transportes, para mencionar apenas alguns. (BONSIEPE, 2011, p. 23).

Este prezado objetivo precisava indiscutivelmente da articulação com o setor produtivo, bem como a importação e o uso de tecnologia de ponta que fornecesse as condições para um desenvolvimento consistente. Porém, aos olhos dos países mais avançados tecnologicamente, fornecer esse tipo de instrumentos pode afetar a vantagem competitiva sobre os países menos desenvolvidos, de forma que influenciaria o fornecimento de *commodities* e

mão de obra barata, pelo que existem barreiras muito além para os bons desejos outorgados ao design.

Em parte, parece justificado o fato da importação de modelos com a intenção de promover e expressar um ideal de desenvolvimento. Modelos importados, em relação ao design, são percebidos pela introdução de objetos alheios aos espaços locais, com formas e estilos que correspondem às condições sociais e produtivas diferentes, assim como a implementação e substituição de materiais locais por outros desconhecidos ou em ocasiões inapropriados para alguns contextos, desde o ponto de vista socioambiental, por exemplo.

Versões de produtos de sucesso nos países industrializados são muitas vezes elaboradas sob outras condições, o que se reflete em adaptações de qualidade formal, construtiva e semântica inferior, mas graças ao status de peça estrangeira são comercializados com preços mais elevados.

É a analogia do espelho que reflete parcialmente, dadas suas limitações de bidimensionalidade, o que é colocado a sua frente, a coisa que dá origem.

Uma das soluções mais interessantes para o dilema da inserção do design na sociedade brasileira surgiu na área de mobiliário, na sequência das propostas nacionalistas avançadas por um Tenreiro ou um Zanine Caldas nas décadas de 1940 e 1950. Todo um grupo de designers brasileiros passou a apostar nas décadas seguintes no uso crescente de formas e materiais ligados à identidade brasileira para produzir móveis mais representativos dos valores da nossa cultura. (CARDOSO, 2008, p. 218)

É algo que nos coloca de frente com a ideia de identidade nacional. Como citado, uma das estratégias dos designers foi e continua sendo o uso de materiais locais, fibras, madeiras, tecidos, cerâmicas; elementos que revestem a produção de uma linguagem artesanal, desconsiderando por momentos sua origem industrial. Procura pela identidade que leva também a se aprofundar em práticas herdadas de comunidades tradicionais e conhecimento vernacular.

Essa noção de identidade que visa fundamentar a produção nacional faz parte de um velho assunto quando se fala de design.

“Trata-se de uma proposição bastante antiga - o mesmo argumento foi empregado na década de 1830 pelos fabricantes de seda da cidade britânica de Coventry para exigir o ensino público do design naquele país e reiterado posteriormente para Werkbund alemã e pela quase totalidade dos órgãos nacionais de promoção do design cuja validade permanece difícil de averiguar.” (CARDOSO, 2008, p. 216)

Há também o argumento de que, imersos na globalização, explorar as singularidades locais é uma estratégia válida para se posicionar globalmente. Ruedi Baur analisa que, apesar da crescente globalização, há um espaço fervilhante pra os produtos locais.

As peculiaridades locais só permanecerão por uma vontade permanente de qualificação do universal em confrontação com a particularidade do contexto local. Na sociedade global, o aqui e agora específico possuirá um valor verdadeiro, incluído o econômico, se evita o descredenciamento pela imagem global por um exterior mais fascinante. Na luta entre está localização diferente e esse “descontextualizado mutável”, a questão da representação terá inegavelmente um rol fundamental. (2008, p. 235).

Observa que o produto globalizado não pertence a ninguém, o que motiva o rápido esvaziamento de valor, promovendo sua substituição – aspecto que afeta diretamente o design contemporâneo.

2.4.4 A EXPOSIÇÃO DO DESIGN LATINO-AMERICANO

As exposições e feiras de design latino-americano realizadas em diferentes locais do mundo, como New York, Milão, Londres, Madrid, estão se tornando eventos de grande importância no calendário cultural e uma plataforma para novos designers apresentarem seus trabalhos. Mas, além disso, esses encontros pelo seu carácter curatorial, podem ilustrar um

panorama do design da região, ao mesmo tempo que descrevem conceitualmente aspectos pelos quais interpretar dita produção.

O *Museum of Arts and Design* de New York, apresentou em novembro de 2014 a primeira exposição coletiva sobre design contemporâneo latino-americano em New York, chamada: *New Territories: Laboratories for Design, Craft and Art in Latin America* (*Novos Territórios: Laboratórios de Design, Artesanato e Arte na América Latina*), na que participaram 75 expositores, entre designers, artesãos e artistas. A amostra tinha como objetivo “explorar práticas inovadoras, colaborações interdisciplinares e os novos rumos que a produção criativa vem tomando na América Latina desde 2000.” (MAD, Press Release, 2014)

Novos territórios, título da exposição fazia alusão a uma frase atribuída ao arquiteto e designer italiano Gaetano Pesco, quem se referia “ao estado de criar na sociedade globalizada atual, na qual os limites entre arte, design e artesanato tornam-se cada vez menos nítidos.” (Idem, 2014). Dessa forma, a seleção dos trabalhos expostos era guiada por essa frágil divisão contemporânea entre essas três áreas, as quais a sua vez expressavam uma série de preocupações locais, sinalizadas no catálogo da exposição como: a comoditização e produção, à urbanização, o deslocamento e a sustentabilidade. Um dos organizadores da exposição Lowery Stokes Sims afirma que: “Hoje, o design na América Latina manifesta uma série de aspectos interessantes – da tradução direta das habilidades artesanais mais tradicionais para a produção contemporânea, às questões sobre reaproveitamento e reutilização.” (Idem, 2014)



Figura 16, Novos Territórios. José Castellón (Panamá), Abdelin, El Valle (da serie Priti Baiks), 2012. Cortesía del artista. Disponível em: <<http://artishockrevista.com/2014/11/06/nuevos-territorios-laboratorios-diseño-artesanía-arte-latinoamérica/>> acesso em maio 2018,

A exposição destacou produções de algumas cidades da América Latina, sinalizando o que foi denominado como *tendências* nos diferentes locais. Conversas com legados artísticos, foi o tema de Caracas, Venezuela; Reaproveitamento de objetos, foi o tema de São Paulo, Brasil; Santiago de Chile e Bueno Aires, Argentina, foram agrupados no tema cultivando coletividade e experimentação; Desenvolvendo novos mercados foi o tema assignado para San Salvador, El Salvador e San Juan, Porto Rico; Questionando espaços públicos e identidade, foi o tema da Havana, Cuba; e levando o artesanato para o futuro através da colaboração com artistas e designers o tema da Cidade do México e Oaxaca, México.



Figura 17, Novos Territórios. Thierry Jeannot (México), Transmutación Verde, 2010, materiais recuperados, corante verde, alumínio, lâmpadas. Cortesia: Marion Friedmann Gallery. Foto: Felix Friedmann. Disponível em: <<http://artishockrevista.com/2014/11/06/nuevos-territorios-laboratorios-diseno-artesia-artelatinomercosul/>> acesso em maio 2018.

Também no 2014, foi realizada a exposição *Lost My America*, no showroom da Cappellini em Milão. Iniciativa do coletivo chileno gt2P, a exposição tinha como objetivo estabelecer diálogos entre o design industrial, as novas tecnologias e as técnicas tradicionais de produção local artesanal. A proposta sugeria a intervenção de peças icônicas do artesanato local, por meio do uso da tecnologia, *"a coleção explora a resistência dos artesãos locais e a perda de resolução em digital, onde cada peça se torna uma pesquisa prática para o desenvolvimento de futuras colaborações entre artesãos e designers."*⁷

Esta amostra permite observar o estreito diálogo existente entre o artesanato, as tradições manuais e o uso de novas tecnologias na região, manifestando algumas preocupações que permeiam essa relação como a serialização, a perda da identidade local e a mudança nos meios produtivos.

⁷ <http://gt2p.com/filter/Losing-my-America/Cappellini-Showroom-Milano>



Figura 18, Catrina 1.2. Florentino Lopez (Mexico)+ Ariel Rojo Design Studio (Mexico). Lost My América.
Disponível em: < <http://gt2p.com/Cappellini-Showroom-Milano> > acesso em janeiro 2018.

O acesso às novas tecnologias, a uma maior informação e a softwares de ponta, por parte de designers latino-americanos potencializa uma produção que pode ser equiparar com a desenvolvida em países industrializados, provocando uma potência competitiva outrora inexistente.

Embora a distância entre os países *info-ricos* e *info-pobres* seja cada vez maior na América Latina e também no resto do planeta, sem dúvida alguma o acesso à rede e o uso das mesmas tecnologias e softwares que nossos pares norte-americanos, europeus ou asiáticos, desde há aproximadamente duas décadas, tem gerado um inédito panorama na produção dos designers latino-americanos. Se antigamente existiam referentes –locais e internacionais- relativamente claros, hoje se tem diluído. (ÁLVAREZ, 2010, p. 48).

Surge novamente a inquietação sobre a existência de uma identidade local, em um mundo que estende seus processos de globalização diariamente a quase todos os aspectos da vida em sociedade.

Nesse caminho, a exposição Latino American Contemporary Design; do Brasil ao Equador, passando por Colômbia e México, realizada no marco da semana do design em Milão 2018, tinha como objetivo explorar a fusão de aspectos da contemporaneidade com a identidade local nos objetos de design. Entre os participantes na exposição se encontravam coletivos como: Estudio 6/9 (Colômbia) Jorge y Valeria Montaña (Colômbia) Hector Alvarez (México) Mary Arrieta (México) DKO Studio (Brasil) Daniel Rubio (Colômbia) Claudia Akel (Colômbia) Martin Dalponte (Argentina) Estudio Mangle (Colômbia).⁸

Na mesma festa do design em Milão, foi aberta uma exposição sobre design Latino-americano e africano. A instalação tinha como título *Rising Design* (Design emergente). Nela participaram 36 designers de diferentes países, divididos em igual quantidade para as duas regiões. Os 18 representantes da América Latina eram: Alexandra Agudelo (Colômbia), Anabella Georgi (Venezuela), Carol Gay Studio (Brasil), Cincopatasalgato (El Salvador), Cristián Mohaded (Argentina), Estúdio Guto Requena (Brasil), Frontis 3D (Colômbia), Gloria Cortina (México), GT2P (Chile), Hechizoo (Colômbia), Menini Nicola (Uruguai), Moble (Brasil), MT Objects (México), Rodolfo Agrella (Venezuela), Studio Tetê Knecht (Brasil), Thierry Jeannot (México), Tributo (México), Tu Taller Design (Colômbia).⁹

A instalação apresentava vídeos e fotografias com projetos e depoimentos dos designers convidados, que respondiam sobre três perguntas: *“As conexões com seu próprio país e suas tradições influenciam seu trabalho? Como isso se expressa? Em geral, acredita que é importante afirmar uma identidade cultural no design?”*¹⁰

A apresentação das respostas as perguntas eram feitas por meio da exposição de imagens fixas e em movimento, apresentando aos designers “ao vivo”,

⁸ ei Design < <http://www.ei-design.org/eidesign-promovemos-diseno-valenciano-milano-3/>> Acesso: 28 de maio de 2018.

⁹ GONZALES, Gabriel. 36 diseñadores latinoamericanos y africanos unidos en la Semana del Diseño de Milán. Em < <http://www.rldiseno.com/36-disenadores-latinoamericanos-africanos-unidos-la-semana-del-diseno-milano/>> Acesso: 28 de maio de 2018.

¹⁰ Idem

falando desde seus lugares trabalho e origem. Esse método visava proporcionar de forma análoga como os designers estão inseridos em um mundo de comunicação constantes. Expondo tradições, cultura e identidades.



Figura 19, Salão do móvel Milão, 2018. Disponível em: <
<https://www.salonemilano.it/en/manifestazioni/lista-eventi-del-salone/2018/AFRICA---LATIN-AMERICA.html>> acesso janeiro 2018.

Há ainda uma visão eurocêntrica e estadunidense que coloca o design de outras partes do mundo em especial da América Latina como uma manifestação exótica, tropical, que graças a seu contexto desequilibrado e dependente cria materialidades que se contrapõem ou que adaptam de forma limitada o que é produzido nos seus países de referência. Porque chamar de design emergente, produções de designers talentosos que expressam uma grande sensibilidade para interpretar e questionar seu entorno, para adaptar e resgatar características das suas regiões em peças de linguagem global. Um design de alta qualidade que não deveria de ser menosprezado.

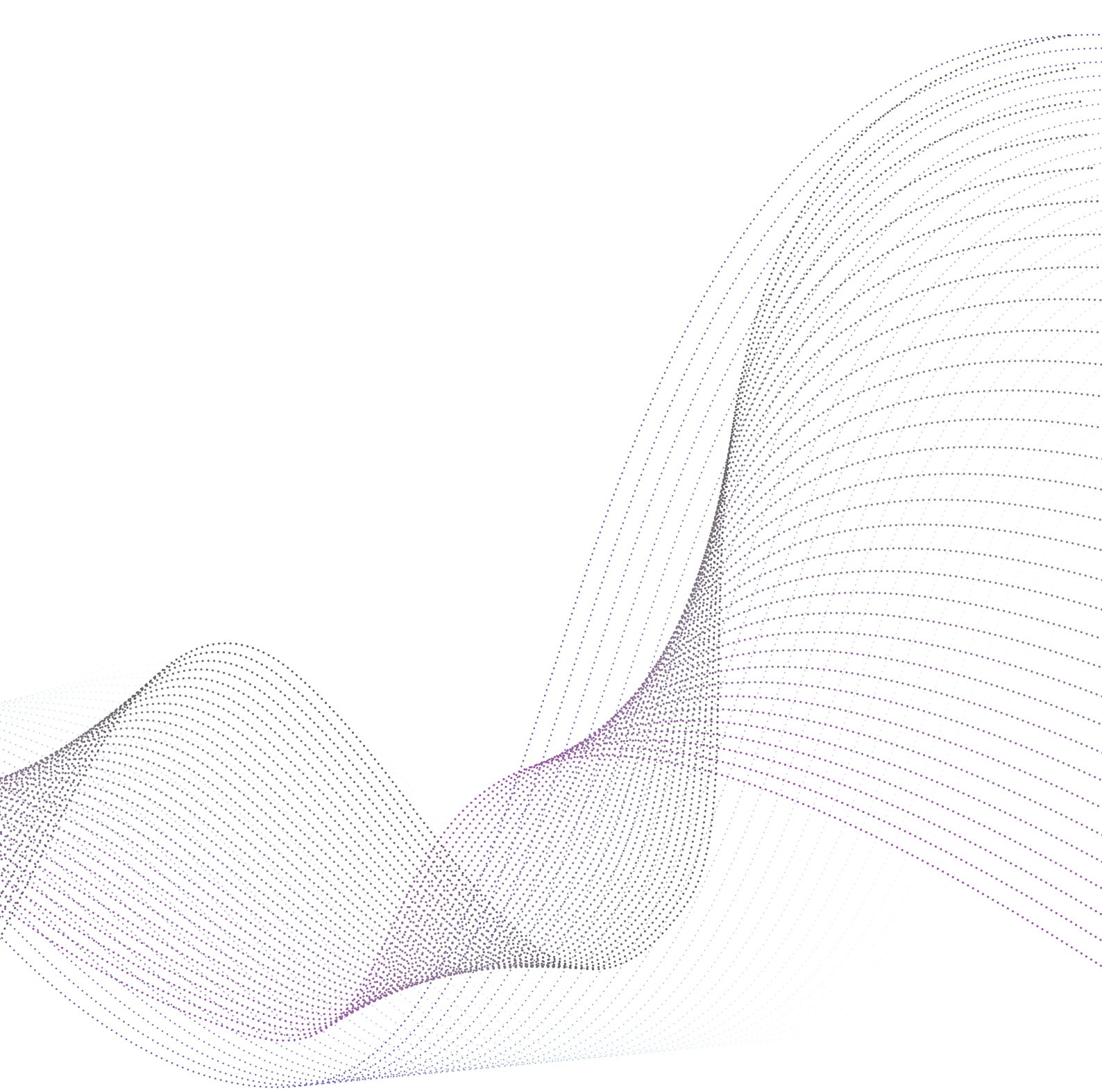
Fica evidente que há um crescente interesse por noções de identidade relacionadas ao design.

Alguns outros expoentes do design latino-americano que se posicionam no circuito internacional do design são: Colectivo amor de madre (México), Leo Capote (Brasil), Liliana Ovalle (México), Pedro Barrail (Paraguay), Roberto Javier

Dumont (Salvador), Gema Design (Brasil), Anabella Georgi (Venezuela), Eddie Figueroa Feliciano (Puerto Rico), Claudia Washington & Harry Washington (Salvador), Edgar Orlaineta (México), Torolab (México), Sebastian Errazuriz (Chile), Joel Escalona & Stephen Crowhurst (México).



Figura 20, Liliana Ovalle, El Otro (de los Mugrosos). Disponível em: <<https://www.itsnicethat.com/articles/liliana-ovalle>>. acesso em março 2018.



articulações
sobreo design
contemporâneo na
América Latina

Esta seção corresponde à fase de análise e representação de dados a partir da coleta e apresentação precedente. Os dados colhidos provenientes maioritariamente de fontes bibliográficas e documentais, proporcionaram diversos recursos para avançar com o estudo e interpretação. Na fase da revisão bibliográfica optou-se por realizar a exposição de casos específicos que abordassem de forma exemplar o contexto geral de aspectos destacados do fenômeno estudado divididos em grandes grupos como: históricos, sociais e conceituais. Procurava-se de essa maneira condensar a profusão de dados encontrados nas diversas fontes.

Graças a esse sistema de apresentação e organização foi possível paralelamente identificar palavras, conceitos, que se transformaram em códigos para a interpretação dos dados, segundo Creswell,

O processo de **codificação (coding)** envolve a separação do texto ou dados visuais em pequenas categorias de informação, buscando evidências para o código a partir de diferentes bases de dados a serem usadas em um estudo, e depois atribuindo um rótulo ao código. (2014, p. 150).

Dessa forma, foram identificados códigos como: *Diversidade, Contraste, Multiplicidade, Mistura, Mescla, Antropofagia, Desenvolvimento, Identidade, Artesanato, Tradição, Globalização, Global, Local, Consumo, Técnica e Tecnologia.*

Cada um desses termos ou termos semelhantes, repetiam-se permanentemente nos textos selecionados e estudados.

A partir dessa descoberta foi realizada a redução dos códigos encontrados em categorias que definem os aspectos norteadores da análise da pesquisa estes são: *"Hibridação e Identidade"*.

Em princípio, o conceito de "hibridação" é entendido como o processo de fusão de dois ou mais elementos para gerar um elemento novo, que conserva características da sua origem.

A identidade, está relacionada com aquilo que torna particular o define um elemento pelo qual pode ser compreendido como diferente do outro. Estes conceitos serão aprofundados nos subcapítulos seguintes.

A categorização realizada conduz o sentido da interpretação dos dados recolhidos. Ditas interpretações estão baseadas em impressões, *insights* e intuição, aspectos relacionados com a pesquisa qualitativa. (CRESWELL, 2014). As duas categorias destacadas são apresentadas por meio de relatos que têm como intuito explorar detalhadamente os agentes inter-relacionados que contribuem para distinguir particularidades sobre o objeto de estudo, design de produto contemporâneo na América Latina.

Sobre a forma de apresentação optou-se pela abordagem narrativa como método já que permite incorporar diferentes elementos através da sequência dos fatos.

3.1 ASPECTOS NORTEADORES



Figura 21, Cestos. Palorosa Project. Nicarágua. Disponível em <<http://www.palorosaproject.com/new-page-1/>> acesso em: julho 2018.

A uma grande dificuldade para se fazer um estudo sobre design na região na qual participem ativamente todos os países. Dessa forma, grande parte dos estudos com esse propósito exemplificam a partir de alguns países, o contexto geral. Os países mais citados são eventualmente os de maior índice de desenvolvimento econômico, México, Argentina, Brasil, Chile, Peru e Colômbia. Estudos elaborados nesse sentido por associações como a ALADI (Associação Latino-americana de desenho Industrial), da CEPAL (Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe) ou a WDO (World Design Organization), exemplificam essa abordagem.

Conscientes das dificuldades que traz a generalização de conceitos para exemplificar um fenômeno complexo como a produção de design de produto contemporâneo na região. Entende-se que uma ideia geral talvez possa ser um caminho eficiente para explorar essa multiplicidade e abordar sua complexidade. Assim vinculamos os dois aspectos norteadores antes destacados para esse propósito.

3.2 O QUE TORNA UM OBJETO HÍBRIDO?

Grande parte dos objetos que usamos cotidianamente são produto da mistura de diferentes materiais, técnicas, processos, aspectos culturais, entre outros. Nesse sentido, como podemos identificar o que pode tornar um objeto híbrido?

Em uma acepção biológica a hibridação se relaciona com o cruzamento natural ou artificial de indivíduos de espécies diferentes. Em princípio, se parte do fato da existência minimamente de dos elementos que diferem em suas características, mas que podem ser misturados gerando um novo. Porém, para

que se consolide um processo de hibridação o objeto resultante deve se manifestar autônomo, diferente da sua origem. Não sendo entendido como hibridação o resultado de elementos que misturados criam um outro semelhante. Por exemplo, no caso das cores, ao se misturar a cor vermelha e à azul obtemos o roxo, nesse caso temos dois elementos cromaticamente diferentes, que compartilham a mesma espécie, o elemento resultante a cor roxa pode ser reconhecida como um elemento independente, mas da mesma espécie à qual deve sua origem, motivo pelo qual não se configura uma hibridação.

Da mesma forma a descontinuidade é outro aspecto que nega a hibridação. O passo abrupto de um estado para o outro não configuraria a hibridação na medida em que se perde a referência da sua origem. Nesse caso representaria *mutação*. A diferença entre a hibridação e a mutação radica na continuidade da transformação. A passagem do telefone para o *smartphone*, representa uma ruptura descontinua, uma mutação.

Complementar à definição biológica da soma dos elementos a hibridação nos objetos, corresponde à aplicação de características de um objeto origem, as quais provocam sua transformação em um objeto destino que conserva características, que permitem identificar sua precedência. "Este objeto combina características de ambos os objetos pais envolvidos na transformação e é chamado de um objeto híbrido". (TERZIDIS, 2004).

Segundo Krippendorff, as formas obedecem a um tipo de hibridação denominado de *morphing*. "*Morphing* é o termo usado para descrever processos nos quais um objeto muda sua forma gradualmente para obter outra forma". (TERZIDIS, 2004).

Tais processos envolvem operações que afetam a geometria de uma forma, preservando sua topologia. *Morphing* é a interligação entre entidades aparentemente dispares.

O híbrido representa o estado da forma onde as características dos antepassados são unificadas e passadas nas próximas

gerações. No entanto, durante a evolução, personalidades especiais podem aparecer: certas formas híbridas que se destacam. Dois princípios vinculados que são fundamentais para as interpretações formais das formas híbridas são (1) a semelhança com seus pais e (2) a autonomia da semelhança¹¹.

Algumas tentativas em distintas áreas da produção de objetos têm empreendido no desenvolvimento de produtos híbridos, tentando integrar as fortalezas de um determinado segmento. Particularmente, os avanços tecnológicos influenciam a transformação de muitos dos objetos contemporâneos. Porém, algumas dessas tentativas de hibridação não adquirem a integração dos componentes de forma adequada, podendo dificultar a possibilidade de interpretação dos usuários. Tal como afirma Thackara, “se você colocar uma tecnologia inteligente em um produto sem sentido, o resultado será um produto idiota”. (2008, p. 225). Esta afirmação é baseada na lei da admiração decrescente a qual afirma que, “quanto mais tecnologia sofisticada você colocar em um produto, mais difícil fica impressionar as pessoas com seus benefícios”. (2008, p. 225). Nesse sentido, o fato de uma tecnologia ser bem-sucedida em determinados aspectos não garante que terá a mesma aceitação aplicada em um contexto diferente, além disso em algumas ocasiões as transições tecnológicas são abruptas, desvinculando o objeto da sua origem, esquecendo-se da transformação contínua que propicia a hibridação.

Contrariamente, quando bem-sucedidas às hibridações nos objetos, podem propiciar diversas inovações, abrindo o panorama para novos investimentos e possibilitando um desenvolvimento em cadeia de objetos que fortalecem uma nova linguagem.

¹¹ Hybrid represents the state of form where the ancestors' features are unified and passed through the next generations. However, during the evolution, special personalities may appear: certain hybrid forms that stand out. The two linked principles that are central to the formal interpretations of hybrid forms are (1) the resemblance to its parents and (2) the autonomy of the resemblance. (tradução própria).



Figura 22, Silla Viva por Pablo Fog. Colômbia. Disponível em <<http://online.fliphtml5.com/svwo/mfbb/#p=25>> acesso em: julho 2018.

Uma segunda classificação de hibridação pode ser identificada quando peças semelhantes compõem um novo elemento diferente da sua origem, adquirindo um significado alheio

Tomando como exemplo o uso da tecnologia é possível determinar categorias que permitam a leitura das manifestações contemporâneas do design de produto relacionadas com a hibridação. Uma dessas classificações é concebida pela oposição dos componentes que dão origem ao novo objeto, característica comparada com a figura da linguagem chamada de oximoro, pela qual são combinadas em uma mesma frase palavras de sentido oposto, mas que reforçam a expressão, como “velho contemporâneo”. Esta figura muito usada na poesia e em textos clássicos da literatura, levada para o design pode ser um tipo de abstracionismo, que influencia o desenvolvimento de objetos transcendendo uma linguagem possivelmente contraditória.



Figura 23, Suple: Connecting Form. gt2P. Chile. Disponível em <<https://www.gt2p.com/Suple-Connecting-Form>> acesso em: julho 2018.



Figura 24, Luminária. Leo Capote. Brasil. Disponível <<https://www.leocapote.com/?lightbox=datatem-jóduf3zz2>> acesso: julho 2018.

A hibridação nos objetos pode ser reconhecida em uma terceira instância pela junção de diversos elementos dispare, agrupados na conformação de um novo objeto. O grupo argentino **Bondi** ilustra esse conceito no *Florero Florenkestein*, que nasce como resposta para a uma tentativa coletiva de produzir um objeto a partir do uso de uma impressora 3D.

Para os designers foi proposto,

criar um objeto especificamente projetado para ser produzido por meio de uma impressora 3D. Então, no lugar de pensar uma forma, fizemos uma coleta online em Facebook. 50 designers doaram seus arquivos 3D, desenhados, superados, obsoletos ou esquecidos na memória; projetos de faculdade, peças rejeitadas em concursos, peças ganhadoras, delírios e futuros clássicos. Os juntamos a todos em um floreiro monstro coletivo, um tipo de *cadáver esquisito* do design.¹²



Figura 25, Florero Florenkestein. Grupo Bondi. Argentina. Disponível em <<https://www.grupobondi.com.ar/>> acesso em: março 2018.

¹² Fonte: <http://grupobondi.com.ar/florenkestein.html>. Acesso em: 07 de setembro de 2017.



Figura 26, Banco Noah. Irmaos Campana. Disponível em <<http://campanas.com.br/pt#limited%20editions>> acesso: dezembro 2018. O banco Noah dos irmãos campanas que faz parte da coleção chamada híbrido, lançada no ano de 2017, também pode ser um exemplo da hibridação por disparidade

3.3 APONTAMENTOS SOBRE IDENTIDADE

Para alguns teóricos e designers latino-americanos, existe a ideia de ressaltar um tipo de identidade que agruparia a produção material do design na região, definida entre outros aspectos, a partir da capacidade criativa, da espontaneidade e dos permanentes entrecruzamentos culturais, materiais e simbólicos – características que podem definir e contrastar dita forma de materialização com relação ao resto do mundo.

Criatividade, nesse sentido, faz referência à exploração de soluções inéditas com recursos muitas vezes limitados e em condições pouco favoráveis ao desenvolvimento industrial. Giovanni Vannucchi, assessor membro da BID (Bienal Iberoamericana de Design) afirma que *"Nossa herança tem uma base forte da escola de Ulm e da Bauhaus, porém graças a nosso jeito de ser também temos a liberdade de romper com tudo isso."* (BID, 2016) A tradição das escolas

de design europeias deixou um legado forte quanto à estruturação dos processos projetuais, nos quais a racionalização, a funcionalidade e a estreita relação com a indústria e os meios massivos de produção dirigiam sua ênfase. No entanto, as características sociais, econômicas, políticas, geográficas etc. demandaram a adaptação desses conceitos ao contexto, talvez propiciando, a mencionada liberdade criativa. Num caso particular, *“Os irmãos Campana refletem essa liberdade relacionada com o modo de pensar brasileiro. Tem a capacidade de descobrir algo que já estava aí, latente. São um exemplo do design brasileiro [...], que se caracteriza pela sua capacidade de reinvenção o tempo todo.”* (LEITE, 2012). Sem dúvida, os irmãos Campana são uma referência do design contemporâneo, não só brasileiro como latino-americano, e sua produção é uma importante amostra da adaptação de recursos e da mistura de conceitos que se fundem em uma ideia. Essa frase também reafirma que o contexto está inteiramente relacionado com o modo de pensar, o que parece paradoxal é que em países de recursos manufatureiros, educacionais e econômicos limitados, se exalte a liberdade como uma característica singular do pensamento. Por outra parte as limitações encontradas no entorno podem ser realmente um estopim para a criatividade. Os Campana, sobre seu trabalho, afirmam: *“Muito de nosso jeito de projetar vem da atitude de querer ver nosso cotidiano, o lugar onde a gente mora, por onde a gente passa todos os dias, com olhos curiosos, capazes de enxergar realmente o que ocorre à nossa volta.”* (LEITE, 2012, p. 98). A habilidade de contemplar a seu redor deixando-se contaminar por suas contradições, suas formas, sua transformação, pode-se tornar o condimento enriquecedor dessa experiência criativa.

Mas, o que pode diferir de ser um atributo singular do design latino-americano é afirmar uma capacidade de reinvenção contínua, pois, esse argumento é muito amplo e generalizador, reforça a natureza do design que por definição está constantemente inventando novas soluções para antigos e novos problemas. Sem nos deter em grandes explanações, podemos lembrar entre as inúmeras definições que o *“Design é a visualização criativa e sistemática dos processos de interação e das mensagens de diferentes atores sociais; é a*

visualização criativa e sistemática das diferentes funções de objetos de uso e sua adequação às necessidades dos usuários ou aos efeitos sobre os receptores." (SCHNEIDER, 2010, p. 197). A abrangência dessa definição ilustra a complexidade do design, e destaca igualmente o carácter projetual e sistemático, assim como a capacidade criativa implícita no fazer da profissão.

Continua Vannuchi afirmando que a ruptura histórica de nossa herança indígena, ocasionada pela conquista e colonização europeia, tirou o compromisso histórico, possibilitando essa capacidade de reinvenção permanente. *"precisamente porque não temos uma herança cultural pré-hispânica podemos, ao contrário da Europa, agir com maior liberdade. Na Europa, uma página em branco assusta um pouco. Tem que ser considerados séculos de cultura"* (BID, 2016). Nesse sentido, a negação ou o apagamento do legado cultural ancestral é o que pode tornar especial o design latino-americano. No momento em que se carece de um elemento identitário, se abre a possibilidade de ser influenciados por diversos agentes externos que preenchem esses vácuos históricos. Se tomássemos esse argumento como válido poderíamos afirmar que a região é uma página em branco, pronta para ser preenchida, e a história do design vai desenvolvendo-se sem grandes referências. Contrário a esse argumento é possível perceber que *"Nesta nova era da conectividade relacional e plural, cada vez mais designers estão descobrindo que ser de um lugar concreto e realizar design que denote sua procedência [...] parece ser mais importante do que nunca."* (ÁLVAREZ, 2010, p. 45). Se a globalização tende paulatinamente à homogeneização da cultura, dos gostos individuais e coletivos, por meio da oferta dos bens materiais e culturais padronizados, se convive paralelamente com um espaço que promove a singularidade, um lugar onde alguns designers latino-americanos se estabelecem, procurando elementos identitários, que em ocasiões resultam do resgate de materializações históricas e culturais ou de novas interpretações do próprio contexto.

Produto da difusão e massificação da informação é a possibilidade de aceder aos mais diversos conhecimentos, resultando em uma amplitude de saberes

que se entrecruzam beneficiando a exploração do repertório criativo dos designers.

A questão é que nos novos cenários da informação e do conhecimento, [...] a tradicional concepção linear de produção e transferência de informação, baseada no eixo ciência-tecnologia, indústria-sociedade, tem se transformado numa rede complexa e não linear de relações de caráter transdisciplinar que plantea novos desafios para a profissão na América Latina e que reivindica a figura do designer menos obcecado com os “objetos” e mais sintonizado com “as pessoas” e a cultural material (preocupação pelo entorno, forma de uso de um produto o serviço, significado para o usuário, experiência global que proporciona seu uso e propriedade, etc.). (ÁLVAREZ, 2011, p. 47).

Legado da tradição racionalista, o design latino-americano enfatizava a solução material como princípio fundamental do processo de design; o objeto era concebido como o fim em si mesmo, o abraçava um ar de concretude que o tornava quase imaculado no olhar de seu criador. Mas, o espaço de ação do objeto se amplificou, estes se diversificaram e deixaram de ser fim, para se tornar meios, ganhando cada vez mais propriedades narrativas e significativas com o objetivo de promover experiências. O termo “experiência” faz parte do discurso contemporâneo e tem especial associação com o desenvolvimento e aplicação tecnológica nos produtos e serviços. O design dessa forma, se aloja no âmbito do imaterial, adquirindo dimensões que demandam transdisciplinaridade.

Contudo, na formação da sua identidade a região tem se visto fragmentada pela combinação de elementos vernaculares com base cultural europeia e o modelo de sociedade de consumo norte-americano, não há dúvida de que a prática do design tem começado a se posicionar cada vez mais no âmbito das indústrias culturais e os produtos culturais constituem recursos estratégicos para instalar uma identidade diferente e também memorável. (ÁLVAREZ, 2011, p. 47).

No entanto, essa série de características relacionadas ao design latino-americano contemporâneo – criatividade, emergência, recursos limitados,

herança europeia, dependência norte-americana, releitura das tradições e transdisciplinaridade – estão distantes de possibilitar uma definição unificada e singular do design produzido na região, pois, abrangem elementos que podem ser observados em diferentes partes do mundo, de forma que, *“não está de mais afirmar que falar de um “estilo de design latino-americano”, além de equivoco, resultaria presunçoso”* (ÁLVAREZ, 2011, p. 47). O que parece possível é o reconhecimento dessas manifestações em projetos que conotam aquelas e outras características em um processo de transformação incessante e de entrecruzamentos que permitem o amadurecimento do design. Os projetos dos designers latino-americanos são cada vez mais estruturados e coerentes, se aproximam de um equilíbrio entre a influência globalizante e a especificidade de cada lugar.

Na prática do design contemporâneo podem ser destacados, entre outros aspectos, a reprodução, a reciclagem, a invenção, o sonho e a transformação (FOISIL-PENTHER, 2013) como eixos temáticos predominantes. Por reprodução, observa-se o desenvolvimento de elementos inspirados em um modelo que pode ser natural ou artificial, podendo fazer referência parcial ou total ao mesmo. A reciclagem traz à tona a preocupação ambiental, enfatizando o reuso de materiais e objetos descartados para fazer algo novo. A invenção provém do desenvolvimento de novas tecnologias, materiais e processos que demandam novas aplicações, e estimulam o surgimento de novas necessidades. O sonho abre uma brecha para que os designers explorem sem limitações suas inquietações e desejos. A facilidade e rapidez atual de visualização e materialização das ideias se tornam ferramentas poderosas para deixar fluir a imaginação, o que permite resultados inesperados. A transformação, neste caso, se relaciona com a subversão das funções originais do objeto para atender a novos propósitos, *“existe algo especialmente inspirador no fato de apanhar objetos cotidianos abandonados e adaptá-los de maneira radical para que cumpram uma nova função, criando algo espetacular, precioso e diretamente diferente.”* (FOISIL-PENTHER, 2013, p. 138). Estas características, longe de serem definitivas, ilustram um panorama que tende a contextualizar o design.

3.4 IDENTIDADE E SABER ANCESTRAL

Várias expressões do design latino-americano, apresentam algum tipo de proximidade com tradicionais práticas artesanais. Essas servem como fonte de releituras e novos desenvolvimentos enriquecidos graças à herança material.

Esse exercício projetual acende problemas que excedem a atividade do design, atingindo aspectos sociais, econômicos, políticos; como a expropriação e exploração de diversas populações, assim como o desvanecimento de antigos saberes.



Figura 27, Sandálias em fibra natural. Disponível em: https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/collections/documents/field_attached_file/por_el_objeto_prescindible_estamos_perdi.pdf?width=740&height=780&inline=true#pdf_reader
Acesso maio 2018.

Enquanto alguns designers visam o resgate de técnicas, materiais e processos artesanais em seus projetos, procedimentos de origens muitas vezes ancestrais, estão ficando cada vez mais obsoletas em um mundo industrializado e globalizado. Parte dessa situação surge a partir da substituição dos produtos artesanais produzidos localmente, por produtos industrializados, provenientes de qualquer parte do mundo. O que além de influenciar negativamente a

atividade artesanal, potencializa a dependência e desvalorização das comunidades dedicadas a esses trabalhos.

A fabricação de objetos utilitários de forma artesanal, corresponde a um processo de transformação dos recursos naturais e do avanço de técnicas de produção adaptados primeiramente de forma rudimentar as próprias necessidades do artesão. Inicialmente, a produção artesanal correspondia a um interesse individual, a produção era feita para uso pessoal. Posteriormente, a partir do aprimoramento do objeto fabricado, sua qualidade formal e material era melhorada o que facilitava em parte sua comercialização. Dessa forma, o ofício artesanal se consolidava como uma prática regional relacionada com a identidade do lugar, tornando-se parte da sua relação com o entorno.

Na Colômbia um grupo de pesquisadores da Universidade Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, observa o caso particular da produção de um dos objetos artesanais com maior tradição na zona andina do país, as *alpargatas* ou sandálias de *fique*, fibra natural extraída da planta da *furcraea sp.* O uso do *fique* em diversos utensílios vêm de uma tradição ancestral indígena de raiz pré-hispânica. Particularmente, as *alpargatas* eram usadas por camponeses e habitantes das zonas rurais.

O mais destacável em esses produtos não é o objeto em si mesmo, o interessante é a singularidade e destreza técnica, patrimônio imaterial da cultura camponesa, legado que recai nos ombros de um exíguo grupo de anciãos que ainda conservam o saber técnico, porém que frente à perda de interesse dos jovens não tem a quem transmitir seu conhecimento, o que garante que com a sua morte o legado também pereça. (ESPAÑA, ZARATE, ARANGO, 2018, p.69)

A introdução de calçados industrializados mudou os hábitos de consumo, ao ponto que a produção e uso desse calçado tradicional está relegado aos mais velhos, e lentamente sua demanda desaparecendo. Os pesquisadores problematizam o consumo das sociedades rurais a partir do abandono por parte do estado e da precariedade das condições em que habitam. Ressaltam a criatividade dessas comunidades para solucionar e atender as necessidades

diárias, por meio da criação de seus próprios objetos. Em contraponto, com a aquisição de objetos massificados, produto da promoção e acesso cada vez mais próximos. A ideia de equiparar as diferenças sociais a partir do consumo e da posse de determinadas coisas, se enfatiza nos países latino-americanos nos processos de abertura econômica, de maneira que a população marginalizada, vê nos produtos novos, muitas vezes alheios e distantes da sua cultura e realidade, sinais do desejado progresso.

No entanto, esta capacidade local de autossuficiência em alguns aspectos refletia a riqueza e engenho artesanal e em outros o atraso e carência de tecnologia que facilitara as atividades diárias no campo. Essa dualidade foi o pé de ingresso para todo tipo de produtos de produção industrial que em sua maioria começaram a substituir aqueles produtos, reflexo do saber artesanal utilitário. (ESPAÑA, ZÁRATE, ARANGO, 2018, p.70).

Os produtos de tradição artesanal expressam a sabedoria adquirida por gerações nos diferentes ofícios, aperfeiçoados com a fluidez a pausa rítmica própria da natureza.

O ofício de cuidar das plantas de *fique*, cortar suas folhas, retirar suas fibras, retorcer-las, fiar e tramar a fibra, foram atividades desenvolvidas por todos os membros da família, garantindo a continuidade no saber imaterial da habilidade técnica, até que deixaram de ser trabalhos viáveis e rentáveis para as famílias nas zonas rurais, os jovens perderam o interesse por aprender o ofício. (ESPAÑA, ZÁRATE, ARANGO, 2018, p.74).

A meticulosidade nos detalhes do trabalho manual que deixa suas marcas no objeto contribuindo para sua unicidade, assim como a versatilidade para aproveitar os recursos disponíveis, parecem aspectos muito caros aos designers, em parte porque são ativamente participes imersos nesse ambiente, assim como porque encontram neles elementos vinculados com a ideia do produto diferenciado.

De certa forma os objetos artesanais encontram linguagens e configurações adequadas para cada utilidade relacionada com seu ambiente específico. Fora desse contexto os objetos artesanais, muitos deles utilitários, são usados como

peças decorativas, dessa forma são revestidos por outros significados. Apropriação talvez coerente no intuito comercial, mas também perigosa ao segmentar e classificar os diversos produtos, influenciando a produção e diversidade dos mesmos e incentivando o mono-artesanato e a perda de identificação local.

Passamos da *alpargata* com sola de laços que implicava um trabalho em torno da fibra de *fique* desde o processamento da mesma até um intrincado e valioso processo de transformação, suporte e parte da história camponesa às de sola plástica, farsa formal e carrasco de um objeto cheio de conhecimento ancestral em suas técnicas de elaboração, uma *alpargata* de sola plástica que desconhece o intrincado saber técnico que implica desenvolver a sola com laços [...]. (ESPAÑA, ZÁRATE, ARANGO, 2018, p.74).



Figura 28, Sequência de fabricação de sandália de fibra natural. Disponível em: <https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/collections/documents/field_attached_file/por_el_objeto_prescindible_estamos_perdi.pdf?width=740&height=780&inline=true#pdf_reader> Acesso maio 2018.

Concluem os pesquisadores: “é necessário que se encontre um balanço entre o novo, tecnologicamente vanguardista e aquilo que fala do lugar do qual viemos, do nosso recorrido e desenvolvimento local”. (ESPAÑA, ZÁRATE, ARANGO, 2018, p.77). O design pode ser uma das ferramentas para inverter esse processo de esquecimento e desaparecimento dos saberes artesanais ancestrais, intervindo na materialização dos objetos, influenciando as estruturas sociais e promovendo a conservação do legado, desenvolvendo produtos adaptados às condições produtivas, sociais e comerciais atuais.

Especialmente na Colômbia, o design há tido um estreito vínculo com o artesanato, desde o surgimento das primeiras instituições a este dedicadas como lembra Salinas, “estas instituições têm focado suas atividades a gerar produtos acordes com a tecnologia em desenvolvimento que ainda tem muitos pontos de contato com o artesanato tradicional.” (1992, p. 272)

Seguindo essa tradição artesanal, e em relação com o uso de fibras e materiais naturais, novos objetos estão sendo realizadas, estimulando a conservação e aprimoramento das diversas técnicas. Possivelmente a riqueza do design feito na Colômbia, esteja em manter essa ligação histórica com o artesanato, introduzindo a tecnologia para fazer mais consistentes e representativas essas produções no mercado globalizado. Assim como todo processo civilizatório vai sendo carregado por distintos elementos mudando com o tempo suas origens e linguagens, os objetos de artesanato utilitário contemporâneo, são os objetos de design industrial reconsiderados.



Figura 29, Plato y bowl de fibra de tamo sobre vidrio. Autor, equipo de diseño de Artesanías de Colombia. Artesana, Amanda Quintero. Disponível em < <https://revistaaxis.com.co/disenos-del-ano-plata-ceramica-y-fibras-naturales/> > acesso em julho 2018.

3.5 NOÇÕES DE IDENTIDADE



A identidade, sua exaltação ou sua procura, parece ser fonte permanente de inquietações para os designers da região. Que recorrem ao uso de técnicas, formatos, materiais e processos para expressar um tipo de *made in que* permita vincular os objetos a um entorno específico. A produção da designer chilena María Ignacia Murtagh, formada pela *Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile*. Procura evocar conceitualmente as paisagens chilenas em seus objetos domésticos e utilitários. Após seu retorno a Chile depois de se especializar na Europa, orientou seu trabalho no resgate do patrimônio material da cultura Mapuche. Entre seus projetos estão as coleções de objetos cerâmicos “Kura” (2012) e de têxteis “Kal” (2014), de mobiliário “Los Andes” (2013) e “El Plomo” (2014). Todas inspiradas em paisagens famosas do território chileno como: o deserto de Atacama, a cordilheira de Los Andes, o cerro El Plomo e o rio Maipo. Essa observação do território se tornou um procedimento de inspiração e vínculo para estabelecer uma possível conexão com a essência do Chile. Produzindo objetos feitos em cerâmica, madeira, metal e tecidos, ilustrando uma grande versatilidade e conhecimento de materiais e processos. “Murtagh reconhece certos rasgos da paisagem e os transforma em um problema que resolve por meio do objeto, gerando diálogos coerentes entre os conceitos selecionados e as decisões visuais empregadas.” (MANSILLA, C. 2015. Tradução do autor).

Em seu processo de criação observou como a natureza expressa singularidades tanto nas coisas colossais como nas pequenas, não há uma montanha semelhante a outra ou duas pedras iguais por mais que sejam moldadas pelo mesmo rio. Essa característica conceitual, à par com o reflexo das características físicas do território, cor, textura, forma; exploradas de maneira abstrata, estruturam seu trabalho. São objetos que destacam a qualidade e precisão técnica, e exploram a singularidade nas texturas e no uso dos materiais.



Figura 30, Figura 1, Colección "Kal" (2014), con el referente de las montañas del norte de Chile.
 Fuente: REVISTA DISEÑA, 9 <http://www.revistadisena.com/paisajes-chile-objetos-diseno-contemporaneo/> Acceso: julho 2018.



Figura 31, Colección "Kura" (2012), con el referente de las montañas del norte de Chile. Fuente:
 REVISTA DISEÑA, 9 <http://www.revistadisena.com/paisajes-chile-objetos-diseno-contemporaneo/> Acceso: julho 2018.

As peças utilitárias da coleção "Kura" usam como molde as pedras do rio Maipo, para serem moldadas em cerâmica, nesse sentido é a natureza e os recursos do território os que proporcionam uma coisa, que graças à

interpretação do designer, se torna em um objeto funcional, em princípio é o que a humanidade tem feito desde que começou a adaptar seu entorno para facilitar suas atividades. Mas de forma especializada.

Um aspecto destacado por Ignacia Murtagh, é a relação entre a projeção dos objetos e os meios de produção necessários para sua materialização, enfatizando que a limitada oferta de materiais e técnicas dos fabricantes locais restringem a exploração e diversificação, ao tempo que padronizam e regularizam as possíveis respostas para os diferentes problemas.

O fato de ter tão pouca indústria local motiva o se tomar conta da sua própria produção e a se fazer responsável da qualidade de seus produtos. Eu quero fazer esse tipo de produtos, com essas características materiais, e ao não encontrar em Chile alguém que satisfizesse de alguma forma essas necessidades, decidi abrir minha oficina e me especializar em uma técnica e desenvolve-la eu mesma. (MURTAGH, 2015. Citado em MANSILLA, C. 2015. Tradução do autor).

A preocupação com os médios de produção locais, levou à designer a se encarregar da sua própria produção, o que permitiu explorar diferentes possibilidades técnicas e materiais a fim de alcançar as intenções de design projetadas inicialmente, ou ajustar a partir desse conhecimento os tipos de soluções que podem ser trabalhadas. A especialização em técnicas e processos de transformação dos materiais, abre para o designer um leque de possibilidades que estimulam a criatividade enquanto que proporcionam maiores ferramentas para a tomada de decisões.

Outra característica que favorece a especialização e produção própria dos designers e a disponibilidade de meios de produção altamente especializados dirigidos por computador, ferramentas como máquinas de CNC, impressoras 3D, robôs, que paulatinamente estão se tornando acessíveis ao público em geral, proporcionam alternativas para produções individuais, que podem no momento não alcançar escalas industriais, mas que contribuem para a diversificação de produtos e de respostas materiais às condições locais. Essa

característica de ser o próprio produtor, designer/fabricante, é um aspecto importante para o design que se desenvolve na região.

Paralelamente, as técnicas locais, com suas limitações e benefícios, assim como o resgate de antigas técnicas de manufatura, são também fonte de inspiração criativa e possibilitam soluções com linguagens próprios, como ressalta Mansilla,

Se observa que no contexto globalizado do mundo contemporâneo o trabalho da manufatura local pode se converter em uma alternativa capaz de aportar rasgos identitários ao objeto de design, brindando-lhe maior especificidade, atrativo visual e particularismo, estratégia que tem adotado as propostas de design de Madeinmimbre (#e Andes House), Ruka (Christina Hoehmann), Walka Studio (Claudia Betancourt e Nano Pulgar), Pet Lamp Chile (Álvaro Catalán de Ocón e Si Studio) ou Pewü (Rosario Contreras). (MURTAGH, 2015. Citado em MANSILLA, C. 2015. Tradução do autor).

No caso da coleção “Los Andes”, Murtagh desenvolveu um conjunto de mesas, que faziam referência a cadeia montanhosa andina, por meio da simulação das variações do relevo topográfico da paisagem. Eram compostas por superfícies de apoio cerâmicas, em um formato circular com relevos inclinados e tonalidades terrosas, a estrutura desenvolvida em madeira nativa com cantos e ângulos arredondados tornando a peça orgânica. Visualizar em conjunto as mesas dava a leitura da sinuosidade montanhosa.

Esse conjunto de peças despertou o interesse da fabricante de móveis Bernhardt Company, com quem em uma segunda fase da produção, se adaptou o projeto inicial para atender às condições industriais da própria companhia, dessa forma os materiais originais, cerâmica e madeira nativa, foram substituídos por madeira de noz, material de produção e consumo industrial, a topografia impressa nas superfícies de apoio deu lugar a superfícies planas com bordas dobradas que conservavam a inclinação da proposta inicial.

A transformação do projeto para se adaptar às condições da indústria, possibilitou aumentar a escala da produção. Mas, o conceito de identidade, expressado no conjunto de soluções formais, materiais e técnicas alcançadas na proposta manufaturada localmente, se tornou secundário, foi relegado, de maneira que apesar de desenvolver uma narrativa coerente, em benefício de um conceito de identidade, este não determinou a força do projeto no momento que foi preciso torná-lo competitivo.



Figura 32, Colección "Los Andes" (2013), con el referente de las montañas del norte de Chile. Fonte: REVISTA DISEÑA, 9 <http://www.revistadisena.com/paisajes-chile-objetos-diseno-contemporaneo/> Acesso: julho 2018.

A madeira de noz [que substituiu os materiais originais] responde aos materiais locais de Bernhardt. A eleição de materiais em este caso respondeu a necessidades dos clientes, o tipo de produto que estava sendo desenvolvido e a eleição de materiais locais deles. É uma colaboração. Neste caso o material não seguia a inspiração da paisagem. (MURTAGH, 2015. Citado em MANSILLA, C. 2015. Tradução do autor).

As contrariedades da produção local especializada e a produção industrial exigem dinamismo e versatilidade para a adaptação e desenvolvimento dos projetos. Desafios e problematizações que tem afetado o design desde a Revolução Industrial, e que se mantem atuais na medida que a tecnologia avança.

A proposta de atender ao objeto antes que à busca dogmática de um tipo de produção revela uma posição de tom mais contemporâneo, que se recusa a enclausurar a criação sometendo-a um único possível modelo produtivo e que, melhor, se orienta pela indisciplinada liberdade criativa, que assim como explora e desborda técnicas e usos materiais, também se move além dos modernos limites manufatura/indústria. (MANSILLA, C. 2015. Tradução do autor).



Figura 33, Coleção "Los Andes" (2013), produção Bernhardt Company. Fonte: REVISTA DISEÑA, 9 <http://www.revistadisena.com/paisajes-chile-objetos-diseno-contemporaneo/> Acesso: julho 2018.

Apesar de incluir a narrativa de identidade a apropriação de elementos do território nos objetos produzidos, a interpretação de um observador alheio e ignorante da construção metafórica de ditos objetos, possivelmente não reconheceria uma peça exclusivamente chilena, o que nos deixa em frente a dois posicionamentos, um do autor e outro do usuário, dinâmica também contemporânea.

3.6 DESIGN ENTRECruzamentos E TRANSFORMAÇÕES



Mapuguaquén, em língua mapuche significa "som da terra", esse é o nome dado a um sistema dos objetos de design chileno que tem alcançado destaque pela sua qualidade e inovação no âmbito do design internacional. Em seu nome estão inseridos conceitos que se traduzem a essência da sua configuração e das suas funções principais.

Mapuguaquén, é um sistema de alto-falantes cuja estrutura externa é feita de cerâmica cozida, em seu interior é usada madeira de raulí e avelado, além de couro, lã e um sistema de som de alta potência, o que segundo seu criador garante uma experiência acústica de alta performance.



Figura 34, Mapuguaquén, altofalante. Disponível em: <<http://www.mapuguaquen.com/?lang=es>> acesso em: novembro 2018.

Foram criadas versões mono, estéreo e uma maior com três módulos. As peças medem entre 20 e 50cm de diâmetro, algumas características técnicas destacadas relacionadas com o material identificam vantagens enquanto à absorção da vibração, assim como sua forma esférica permite a distribuição homogênea do som. Podem ser conectados a diferentes dispositivos mediante bluetooth.

O corpo cerâmico é feito completamente a mão e sua cocção feita de forma tradicional por artesãos da região de Nacimiento, uma pequena cidade a 108 quilômetros ao este de Concepción em Chile. O mestre artesã Marco Barra Cartes é o encarregado da produção. O mesmo afirma que a pesar de ser um trabalho manual a exigência e precisão técnica são essenciais, as peças são tratadas de forma serializadas, isto é, seguindo normalizações e padrões

específicos, entendendo que são parte de um conjunto que posteriormente será montado. “aquí esta pieza no sólo tiene que ser idéntica a las otras, sino que sus medidas deben permitir un ensamblaje perfecto con otras piezas que están construidas con una máquina”¹³

Seus criadores o designer chileno Pablo Ocqueteau e a comunicadora audiovisual alemã Philine von Düssel, trabalham juntos no estudo **Documentary Design**. Um escritório de pesquisa e desenvolvimento que trabalha de forma interdisciplinar diferentes tipos de projetos entre objetos, instalações, material gráfico e outros, abordando questões relacionadas com materialidade, identidade e imagem. Seus projetos tem um grande conteúdo conceitual. Em relação aos alto falantes afirmam:

Nossa visão vai muito além de construir alto-falantes. Sonhamos com uma Re-evolução artesanal que restabeleça o protagonismo às técnicas tradicionais em um mundo cada vez mais industrializado.

Desejamos criar alto-falantes únicos e inovadores que se vinculem profundamente com os materiais e estéticas dos seus lugares de origem, fortalecendo sua identidade e história.¹⁴

O projeto dos alto falantes começou a ser desenvolvido pelo Pablo, desde que estava na faculdade cursando design. A partir das suas inquietações sobre o artesanato e a indústria. O mesmo afirma:

Desejávamos criar uma mescla entre dois mundos que estavam correndo por veredas opostas. Fazer um produto onde sejam tão necessárias as mãos de um mundo ancestral e artesão, com o mundo da tecnologia.

Sempre almejamos que se trata-se de algo mais conceitual de que somente produto: resgatar a essência do artesanato chileno e demonstrar que o ancestral bem pode ser um complemento da modernidade.

Não tinha ideia de som até antes do projeto. Surgiu porque percebi que em Chile os designers ficamos para atrás na realização de produtos de primeira necessidade tecnológica. Trabalhamos no design, porém não há indústria para fazer o trabalho.¹⁵ (Tradução do autor).

¹³ Fonte < <https://www.diarioconcepcion.cl/cultura-y-espectaculos/2018/08/21/mapuguaquen-el-innovador-parlante-creado-con-greda-y-madera-nativa.html>> acesso: julho 2018

¹⁴ Fonte < <http://www.mapuguaquen.com/?lang=es>> acesso: julho 2018

¹⁵ Fonte revista publimetro. Disponível em < acesso: julho 2018.



Figura 35, Mapuguaquen, processo de fabricação. Disponível em: <<http://www.mapuguaquen.com/?lang=es>> acesso em: novembro 2018.



Figura 36, Mapuguaquen, processo de fabricação. Disponível em: <<http://www.mapuguaquen.com/?lang=es>> acesso em: novembro 2018.



Figura 37, Mapuguaquen, processo de fabricação. Disponível em: <<http://www.mapuguaquen.com/?lang=es>> acesso em: novembro 2018.

Merecedores de diferentes reconhecimentos ao redor do mundo como o prêmio empreendimento criativo da Corfo 2017 e o prêmio no “Green Product Award” de Alemanha em 2015, além de serem finalistas na bienal iberoamericana de design 2016 e reconhecidos no Salón Satélite do Móvel e Design de Milão 2015; e mencionados em diversas publicações e revistas especializadas.



Figura 38, Mapuguaquen. Disponível em: <<http://www.mapuguaquen.com/?lang=es>> acesso em: novembro 2018.

Design chileno ou “*made in Chile*”, como é anunciado em diversas reportagens, sugere a expressão material de conjuntos de ideias particulares pelas quais é imaginado o país, o território, seus habitantes, sua cultura. No entanto, o objeto em análise surge das ideias de um designer chileno, complementadas com as ideias de uma profissional alemã; produzida metade no Chile e metade na Alemanha e comercializado no mundo todo. Se procurássemos vincular a noção de identidade nessa relação, a primeira impressão é a de um processo identitário permeado, maleável, que torna ambíguo o conceito de identidade sobre a premissa do reconhecimento e expressão de características fixas. Mapuguaquen, poderia ser denominado como “*made in global*”, sua identidade cultural estaria representada pela

capacidade de absorção de influências das mais diversas, alinhadas com o coerente processo de globalização. De acordo com Moacir dos Anjos,

Identities culturais *não* são construções atemporais dotadas de um núcleo imutável de crenças e valores que singularizariam, desde e para sempre, um local entre outros quaisquer; são, antes, [...] resultado de processo de expressão humana (discursiva e performativa) por meio dos quais são estabelecidas e *continuamente* reelaboradas diferenças entre grupos diversos. (2005, p. 12).

Nesse sentido, a identidade é reconhecida a partir daquilo que é percebido como diferente. Se os objetos se apresentam como alheios a aquilo que é habitual para o indivíduo, possivelmente serão atribuídos de características que os dotarão de uma identidade particular. Continua o autor, "antes de ser uma ontologia, portanto, a identidade cultural é uma construção fincada em tempo e espaço específicos (todavia moventes) e em permanente estado de formação." (idem, 2005, p. 13).

Além disso, como afirma Bauman, há uma obsessão contemporânea com a identidade, ou identidades que se multiplicam e são assumidas de acordo com o contexto ou propósito para o qual são orientadas. A identidade é usada como ferramenta para estabelecer relações mercadológicas, esforços conscientes ou inconscientes são usados para se adequar a padrões preestabelecidos pelos quais se classificam diferenças culturais. O Mapugugem, no contexto local defende o resgate da tradição e do artesanato, no contexto global é reconhecido como um artefato exótico, alheio, porém com elementos alinhados dentro das brechas permitidas nos processos de racionalização. Pode ser exemplificada essa relação da seguinte forma,

Se o fato de uma pessoa ser afro-americana afeta o modelo de eu que alguém luta para expressar e apresentar em público, ela entra nessa luta e busca reconhecimento para seu afro-americanismo em função de sentir a necessidade de ter um eu adequado a ser mostrado e publicamente exibido. [...]

Ainda que o eu que a pessoa está lutando para exibir e tornar reconhecido esteja destinado pelo ator a preceder, antecipar e predeterminar a escolha da identidade individual (atribuições étnicas, raciais, religiosas ou de gênero reivindicam pertencer a essa categoria de eu). (BAUMAN, 2008, p. 141)

Estendida do indivíduo para a coletividade do design latino-americano, essa procura por identidade, admite assumir referências e convenções que corroboram uma ideia preconcebida. O design denominado latino americano descreve o reconhecimento de algum tipo de diferença que deve ser exibida, porém se comparado com designs do resto do mundo muitos paralelos e similitudes podem ser encontradas e sua identidade questionada.

Nestor Canclini e Walter Mignolo discutem a ideia de América Latina expondo posicionamentos por vezes contrários, por vezes complementares. Mignolo, por exemplo, tende a discutir sobre a origem da ideia de América Latina, enquanto que Canclini parte da construção imaginária do conceito para se aprofundar em suas peculiaridades. (COUTO, 2017, p. 126). Convergindo por momentos em conceitos que tentem ser totalizantes como no caso da hibridação, amplamente explorado por Canclini. Porém, para críticos como Mosquera, as contextualizações são importantes, mas dificilmente contribuem para equilibrar a hegemonia já estabelecida. (COUTO, 2017, p. 127).

Entre os aspectos norteadores da pesquisa podem segundo os argumentos apresentados, serem observadas ligações e/ou dependências; possivelmente a hibridação desde o ponto de vista cultural afeta a identidade diversificando-a e colocando em questão sua rigidez. Sob esse argumento Canclini expressa que o período de transição da América Latina desde a época colonial até a época contemporânea, direcionada pela difusão de um chamado progresso que se pretende homogeneizador é marcada pela hibridação cultural.

Os países latino-americanos são atualmente resultado da sedimentação, justaposição e entrecruzamento de tradições indígenas (sobretudo nas áreas mesoamericana e andina), do hispanismo colonial católico e das ações políticas educativas e

comunicacionais modernas. Apesar das tentativas de dar à cultura de elite um perfil moderno, encarcerando o indígena e o colonial em setores populares, uma mestiçagem interclassista gerou formações híbridas em todos os estratos sociais. Os impulsos secularizadores e renovadores da modernidade foram mais eficazes nos grupos "cultos", mas certas elites preservam seu enraizamento nas tradições hispânico-católicas e, em zonas agrárias, também em tradições indígenas, com recursos para justificar privilégios da ordem antiga desafiados pela expansão da cultura massiva. (CANCLINI, 2015, p. 74).

Produto das contradições pautadas pelo processo histórico uma das aproximações que parece mais acertada para definir uma identidade na região radica na ambiguidade e a contradição.

Para Canclini, as convenções, entendidas como acordos formados no imaginário coletivo que facilitam o entendimento ou interpretação das manifestações culturais, também são um recurso para diferenciar o que é convencional e, por conseguinte adequado sob os parâmetros hegemônicos e aquilo que representa ruptura, a quebra do paradigma. A transformação da forma de agir das mesmas é ocasionada pelas influências que uma exerce sobre a outro motivo pelo que o considerado convencional ou transgressor se ajusta continuamente, pode se dizer que nessa direção embarca também o design latino-americano.

O conceito de híbrido, no entanto, conjuga alguns outros conceitos alinhados com a ideia de partilha e influência de uma parte sobre outra e vice-versa, tais como: transculturação, mestiçagem, tradução, sincretismo, antropofagia, mixagem, diáspora e a mesma hibridação. Esse sentido abrangente, torna fatível sua vinculação com as manifestações da cultura material à que pertence o design.

3.7 PULSAÇÕES HÍBRIDAS



Um dos objetos apresentados na exposição *Lost My America*, no showroom da Cappellini em Milão no ano 2014, foi uma estatueta de Nossa Senhora da Aparecida, titulada “Nossa Senhora Desaparecida” de autoria do designer brasileiro Gutto Requena.

Esse objeto pode resumir de forma exemplar as tensões do design em relação à identidade local e à inserção em um contexto global, tão presentes na atualidade.

Graças, entre vários aspectos, materiais e imateriais, à evocação das crenças, ao legado de uma herança cultural, do trabalho artesanal e da adaptação de novas tecnologias.

Nossa Senhora Aparecida é considerada a padroeira do Brasil uma figura expoente de fé, acolhimento e esperança à que fiéis e não tão fiéis expressam devoção é respeito.

As figuras religiosas, particularmente as de origem cristã legado de uma herança colonial e do apagamento das crenças autóctones, foram apropriadas com fervor no continente. Cada país têm seu próprio santo de devoção, a Colômbia é o país do “Sagrado Coração de Jesus”; a Nossa Senhora de Guadalupe é a padroeira do México; Rosa de Lima a padroeira no Peru; Nossa senhora de Luján é a padroeira da Argentina, Uruguai e Paraguai; Nossa senhora de Coromoto da Venezuela e a padroeira de Chile é Nossa Senhora do Carmo, por mencionar alguns.

Nossa Senhora Aparecida é considerada pela igreja Católica “A Rainha e Padroeira do Brasil”. A imagem é um símbolo de fé e de certa forma é aceita por muitos brasileiros com simpatia, mesmo por aqueles de outras religiões ou ateus. Essa imagem icônica representa o multiculturalismo e o caldeirão de diferentes nações que resultou na poderosa identidade brasileira. Vivendo juntamente com o diferente, respeitando a individualidade

de cada cultura é certamente uma das mais importantes noções que o Brasil pode ensinar ao mundo atualmente.¹⁶

A expressão comum de fé, permeia a vida cotidiana que transcende da religião, para aspectos sociais, políticos ou esportivos, entre outros. E servem de inspiração para o desenvolvimento de produtos e técnicas de materialização particulares, por vezes baluartes culturais de cada região influenciando o artesanato, assim como o design.



Figura 39, Nossa Senhora DESAparecida. Disponível em < <https://gutorequena.com/nossa-senhora-desaparecida/>> acesso: novembro 2018.

A representação de imagens sacras reproduzidas de forma artesanal, retratam frequentemente de forma realista as figuras religiosas, carregadas de uma aura espiritual e da expressão da qualidade humana, nesse sentido a meticulosidade nos detalhes é uma característica encontrada em esse tipo de trabalhos. A definição dos rasgos e a qualidade visual são aspectos postos em questão na peça.

¹⁶ Fonte: <https://gutorequena.com/nossa-senhora-desaparecida> - acesso novembro 2018.

“Nossa Senhora Desaparecida” é uma estatueta de aproximadamente 30cm de altura, construída a partir do uso de duas técnicas mistas. Inicialmente, a peça foi talhada em madeira, scaneada em 3D e posteriormente cortada pela metade transversalmente. A metade direita que fora retirada foi reconstruída em uma impressora 3D, alterando no processo parte das suas características iniciais, como a quantidade de detalhes, acrescentando vazios e facetando a superfície, o que resultou em uma configuração de pouca definição, como se estivesse “pixelada”. As duas metades foram coladas e pintadas na cor bronze, assemelhando o metal. Alusão que também permite questionar sobre a veracidade das coisas. O autor em relação ao processo afirma:

Nós escaneamos em 3D uma imagem de Nossa Senhora Aparecida produzida por Vanderlino com precisão de alta-resolução para transformá-la parcialmente em uma abstração digital. Então dividimos este modelo 3D em duas partes e imprimimos uma das partes com a técnica de estereolitografia. Finalmente foi aplicado banho de cobre como acabamento criando uma peça que reflete o quanto mais digital e virtual nos tornamos, mais artesanais e Analógicos nós somos.¹⁷

O processo análogo e digital se funde de forma poética, expressando a transição que os objetos e técnicas convencionais usadas nos produtos latino-americanos evidenciam.

A modelagem tridimensional no processo de produção de produtos industrial é na atualidade fase essencial, de forma que o desenvolvimento virtual antecipa sua realização material.

A estatueta, também pode evidenciar a mudança no tempo de elaboração e produção atual, e como esse processo afeta as características físicas e estéticas dos objetos. O preciosismo de outrora, a preocupação com as minúcias e os

¹⁷ Fonte: <https://gutorequena.com/nossa-senhora-desaparecida> - acesso novembro 2018.

detalhes, parece ser menosprezada em um momento no qual se prioriza a repetição exagerada e a massificação.



Figura 40, Nossa Senhora DESAapecida processo de fabricação. Disponível em <<https://gutorequena.com/nossa-senhora-desaparecida/>> acesso: novembro 2018.

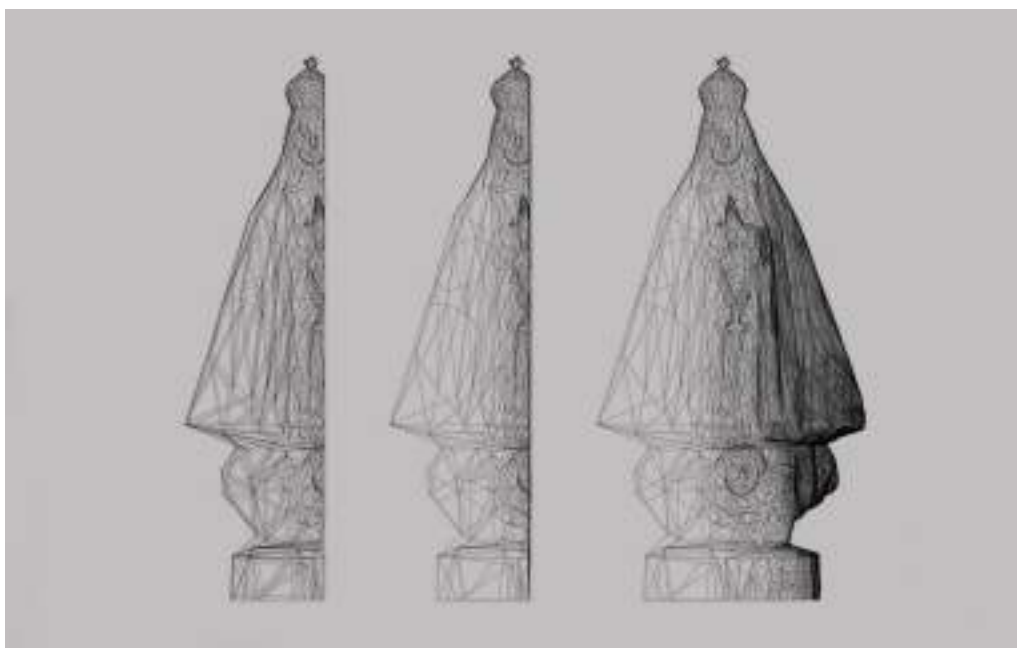


Figura 41, Nossa Senhora DESAapecida, modelagem 3D. Disponível em <<https://gutorequena.com/nossa-senhora-desaparecida/>> acesso: novembro 2018.

A identidade local e o compromisso global voltam a estar em evidência guiados pela unificação dos modos de vida, sobre os quais a técnica tem um papel extremamente influente, atingindo diretamente o design.

Historicamente, o papel da técnica no contexto latino-americano repercutia o ideal de progresso para as elites e classes médias que tinham acesso e contato com os novos descobrimentos e desenvolvimentos científico-industriais. Via-se por meio dessa o desvencilhar do colonialismo e o fortalecimento das nascentes nações, de acordo com Buitrago e Costa Braga,

A fixação com o progresso técnico existia nos imaginários de vários intelectuais latino-americanos desde o século XVIII. Os diversos matizes que essa ideia pode ter adquirido nesse percurso relacionam o progresso técnico com diferentes questões de acordo com o recorte histórico que se decida observar. Por exemplo, a relação com “o bem-estar” feita por alguns intelectuais crioulos habitantes da *Nueva Granada* ou a perspectiva sobre a conformação das nascentes repúblicas na segunda metade do século XIX, como se fosse recriada a generalização moderna do apoio técnico para a conquista da prosperidade e, em um certo sentido como evidência do anseio desses intelectuais em particular dos processos ocidentais conducentes ao bem-estar. (PATROCÍNIO, 2018, p.84)

Arrastrando-se durante décadas esse ideal encontra talvez na atualidade o ponto de maior equilíbrio, graças às técnicas da informação. Não obstante, continua no centro das questões de desenvolvimento e das noções de identidade.

Talvez por isso, a ênfase no progresso técnico também esteve ligada às ideias de autonomia e soberania nacionais desde esses anos. Tanto uma quanto a outra foram compreendidas como garantias do progresso e da conquista de uma nova sociedade, que por sua vez estaria apoiada sobre o esforço de definição daquilo que é nosso, uma busca essencialista da identidade. (PATROCÍNIO, 2018, p.85)

De certa forma as técnicas se apresentam como vetores que apontam em direções contrárias. As mesmas se desenvolvem beneficiando produtiva, social e economicamente uma população, na medida que se tornam mais eficientes

vão se espalhando e sendo adaptadas empregando-as em outras áreas do conhecimento, ao mesmo tempo que outras são substituídas e relegadas ao esquecimento. As técnicas oferecem respostas à vontade de evolução dos homens e, definidas pelas possibilidades que criam, são a marca de cada período da história. (SANTOS, 2013, p. 63).

Nesse sentido, a técnica exerce sua força racional sobre os impulsos do homem, tornando-o cada vez mais dependente e subordinado.

A vida assim realizada por meio dessas técnicas é pois, cada vez menos subordinada ao aleatório e cada vez mais exige dos homens comportamentos previsíveis. Essa previsibilidade de comportamento assegura, de alguma maneira, uma visão mais racional do mundo e também dos lugares e conduz a uma organização sociotécnica do trabalho do trabalho, do território e do fenômeno do poder. Daí o desencantamento progressivo do mundo. (SANTOS, 2013, p. 63).

Brevemente a noção do conceito de técnica, essencial para o design, expõe a capacidade de transformação. Segundo Kussler, a técnica se relaciona com o conhecimento para desenvolver uma atividade, enquanto que a tecnologia se relaciona com o aprimoramento das ferramentas para praticar determinada técnica.

Se pensamos em técnica, certamente, o que nos vem à mente é uma acepção em torno da habilidade de/para fazer algo, uma espécie de conhecimento específico para que uma determinada função seja desempenhada. [...] Porém, quando pensamos na tecnologia, pensamos, quase que instantaneamente, em um processo mais elaborado, responsável pela criação e pelo desenvolvimento de inúmeros produtos, e no estudo científico que envolve tal processo criatório. Novamente, etimologicamente falando, tecnologia é o próprio dizer da técnica, ou seja, o modo como ela é organizada, elencada, sistematizada e pensada. (2015, p. 188 – 189)

Dar à madeira um rosto sacramentado, em um processo contínuo de subtração, facetando sua superfície, contornando os nós do material até atingir uma expressão singular, exige da destreza manual que a expertise e o uso de algumas ferramentas permitem, em soma, o conhecimento da técnica. A cada nova exigência as ferramentas se ajustam possibilitando outros usos. O

aprimoramento das técnicas impulsiona irreversivelmente os processos civilizatórios e as grandes conquistas do homem.

Um mundo contemporâneo que tende à unificação propicia o espalhamento e em certa medida à imposição das técnicas dos países hegemônicos para os demais, com o objetivo de conformar, isto é dar forma ao mercado global.

Na fase atual de globalização, o uso das técnicas conhece uma importante mudança qualitativa e quantitativa. Passamos de um uso "imperialista", que era, também, um uso desigual e combinado, segundo os continentes e lugares, a uma presença obrigatória em todos os países dos sistemas técnicos hegemônicos, graças ao papel unificador das técnicas da informação. (SANTOS, 2013, p. 63).

Sendo esse papel unificador da técnica alavanca fundamental para alinhar os esforços no sustento do mercado global.

Contudo, e em benefício do design a unificação das técnicas também permite a ascensão e o reconhecimento das suas práticas que se equivalem as realizadas nos países industrializados, onde o design historicamente participou destacadamente como ator do desenvolvimento econômico das nações. Poder-se-ia lembrar da empreitada do estado alemão desde metade do século XIX por construir e fortalecer a indústria, esforço que se transformou em conceito sobre a expressão *Gute Form* (Boa Forma), até hoje apreciado como rasgos de boas práticas de design em várias esferas da área.

Longe de revelar um discurso de unidade da ideia de design na América Latina, o conhecimento e uso das técnicas contribui para revisar o papel alcançado no entorno global e posicionam uma narrativa geral que os objetos tendem a reforçar. Dessa forma, os objetos, como afirma Santos, tomaram o papel do homem no comando da vida social, contribuindo para tornar real uma ideia, um discurso ideológico.

Os objetos são coisas, são reais. Eles se apresentam diante de nós não apenas como um discurso, mas como um discurso ideológico, que nos convoca, malgrado nós, a uma forma de

comportamento. E esse império dos objetos tem um papel na produção desse novo homem apequenado que estamos todos ameaçados a ser. [...] Uma das grandes diferenças entre o mundo de há cinquenta anos e o mundo de agora é esse papel de comando atribuído aos objetos. E são objetos carregados uma ideologia que lhes é entregue pelos homens do *marketing* e do *design* a serviço do mercado. (SANTOS, 2013, p. 51).

“Nossa Senhora Desaparecida” se identifica com o período atual. É um objeto híbrido em muitas facetas, como físicas, relacionadas na forma como foi concebida; conceituais contrapondo a tradição e a vanguarda; ideológicas da fé da religião à fé no consumo.

Sobre o autor, Guto Requena é formado em Arquitetura e urbanismo em 2003 na Universidade de São Paulo. Sua trajetória é pautada por inúmeras experimentações em objetos arquiteturas e instalações. É diretor criativo do estudo que leva seu nome.

O Estúdio Guto Requena reflete sobre memória, cultura e poéticas narrativas nas diferentes escalas do design, como objetos, espaços e cidades. Sua obsessão em experimentar tecnologias digitais de modo emocional é o que une os seus projetos. Seu foco recente tem sido Arte Pública Interativa, e sua paixão em hibridar o analógico ao digital.¹⁸

Os projetos expressam essa mistura de elementos tradicionais e análogos com novas propostas baseadas na tecnologia e no virtual. Mostra-se como um expoente da versatilidade e do frescor do design latino-americano, fluído e transversal.

Seu trabalho apresenta um constante interesse no uso de novas tecnologias em objetos cotidianos, fusionando a materialidade com a emoção e a memória. Ao ser perguntado sobre o impacto das tecnologias digitais no mundo do design, Requena responde,

¹⁸ Fonte: <https://gutorequena.com/nossa-senhora-desaparecida> - acesso novembro 2018.

A **cultura digital** mudou pra sempre nossa maneira de nos relacionarmos com o mundo e com as pessoas, e isso acaba se refletindo no design, que deve responder às novas questões trazidas por essas tecnologias. Penso em um futuro no qual os produtos carregarão histórias pessoais, ampliando os ciclos de vida dos objetos. Acredito que só realizando esta interação, entre tecnologia e sentimento, nós designers estaremos, de fato participando da vida de nossa sociedade.¹⁹

É destacável perceber como existe uma preocupação com a adaptação tanto no uso das tecnologias para resolver os problemas materiais e de configuração dos objetos, como para estabelecer diálogos sensíveis com pessoas e a sociedade. O trabalho de Requena explora a conceitualização e conscientização como aspectos fundamentais na produção do design de forma que o caráter ideológico está sempre presente.

3.8 É MEU: DESIGN CONTEMPORÂNEO E AUTORIA

Destacamos como os países distinguem no design uma ferramenta comercial e produtiva que pode influenciar a percepção de uma nação. Assim como também a riqueza e diversidade cultural e geográfica dos países, inspira aos designers em seus projetos, brindando elementos de identidade. Agora podemos ver a noção de identidade a partir da produção individual do designer.

Identidade tem uma estreita relação com propriedade, que pode ser expressada de forma individual ou coletiva. É possível observar determinada singularidade a partir das posses, mas especialmente no caso do trabalho do

¹⁹ Fonte: <https://emails.estadao.com.br/noticias/casa-e-decoracao,designer-cria-luminarias-que-unem-tecnologia-e-sentimentos,70002652399> – acesso: dezembro 2018.

designer a partir de um conceito particular nos seus designs, forma de produção, uso de materiais, cores, formas, etc.; que permitem ao público reconhecer seu trabalho na medida que vai se difundido. Esse interesse por ser reconhecido tornou-se uma característica da sociedade em quase todas as áreas do conhecimento e outras alheias e esse, não só como uma exaltação narcisista, mas também como ferramenta de competitividade e expressão comercial. Ser reconhecido proporciona na época contemporânea, marcada pela velocidade e amplitude das comunicações, a possibilidade de afetar maior quantidade de pessoas com o seu trabalho. Apesar da abundante oferta de designs, de objetos que poluem todos os cantos, a qualidade, a consistência e o posicionamento crítico de alguns designers continua sendo o fundamental para alcançar esse objetivo.

Superados os problemas de produção como a massificação ou a serialização, surgidos muitos anos atrás com a revolução industrial e retomados nas épocas posteriores as grandes guerras. Temos atualmente, graças aos avanços tecnológicos a possibilidade de produzir de formas alternativas, customizadas, em grandes ou pequenas escalas e com alta eficiência. As preocupações atuais giram em torno, entre outras coisas, da sustentabilidade e do mercado globalizado. Os designers têm a possibilidade de iniciar e desenvolver projetos de autoria independentes e ter linhas de produção autônomas. O movimento Arts & Crafts, no final do século XIX, via no advento das máquinas, com sua produção serializada e ritmo incessante, a marginalização do trabalho manual, do cuidado do homem na materialização dos objetos e perda da qualidade do entorno material. Pelo que com uma postura crítica seus fundadores defendiam o aprendizado dos ofícios tradicionais, de deter o conhecimento do fazedor para assim se especializar e elevar o nível da produção dos objetos, afetado com isso a qualidade de vida e o bem-estar da sociedade como um todo.

Influenciando, a produção e especialização dos fazedores, artesãos-artistas em diversas técnicas, ampliando as possibilidades de exploração e criação de objetos.

Os objetos desenvolvidos nesse período estavam carregados do “toque” de quem o construía, marcas e assinaturas nas peças, davam crédito e reconhecimento ao trabalho e ao talento na manufatura.

Muitos dos seus representantes, são precursores do design moderno e contemporâneo e precursores da identificação da autoria nos objetos utilitários. Alguns acrescentavam elementos característicos como assinatura nas suas peças, tornando-os reconhecíveis. Robert “Mouseman” Thompson, esculpiu um rato em alguns de seus moveis.

No entanto, uma profunda inquietação e desassossego se instalou em alguns dos expoentes do movimento, entre eles William Morris, que percebiam como seus objetos eram caros, comparados com os feitos pelas máquinas e estimulavam o gosto da alta burguesia e a diferenciação social.



Figura 42, Robert “Mouseman” Thompson. Cadeira de escritório de carvalho com encostos curvos e suportes de braço de formato sólido, encosto traseiro treliçado e painéis laterais, assento de couro. É levantado em suportes de balaústres octogonais unidos por macas planas cruzadas. Fonte: Arts & Crafts, Collector’s Guide. Judith Miller, 2005

Expressar a autoria nos objetos, deixou de ser parte do discurso do ensino e profissionalização do design no ocidente, com a expansão dos conceitos das

escolas Vkhutemas e Bauhaus no início e mediado do século passado, que exploravam um design funcional, igualitário e de alta qualidade para toda a população.

Na atualidade, a retomada da expressão de autoria é uma característica dos designers preocupados com sua produção individual. Leo Capote, designer brasileiro, que desde 1997 desenvolve peças com um estilo particular é expoente dessa prática.

Conceitualmente seu trabalho procura,

descobrir como reutilizar objetos já industrializados para obter outros. Os objetos industrializados que desempenham funções específicas, já projetados com princípios ergonômicos, tecnológicos e que abrangem estudos de materiais, acabamentos, processos de fabricação etc., são matéria-prima para os projetos. Estes objetos perdem sua função original e passam a servir de peças que virão integrar um outro sistema, e, portanto, desempenhar neste sistema outras funções. (CAPOTE, 2018)

Os objetos desenvolvidos pelo Leo Capote, são feitos principalmente de metal, madeira e vidro, explora diversas peças metálicas e de madeira, em sua maioria relacionados com a indústria, peças que são componentes de maquinarias, ferramentas ou artefatos com funções muito específicas, como porcas, pregos, engrenagens, etc. Expressa grande conhecimento no uso dos materiais e técnicas de fabricação o que acrescenta qualidade e precisão ao seu trabalho. É possível destacar na sua prática do design o retorno do designer integral, criador e fazedor no melhor estilo do movimento Arts & Crafts. Apesar das suas peças serem feitas em pequenas escalas, tem o rigor técnico que permite sua serialização.



Figura 43, Leo Capote. Luminária Ferro. Disponível <<https://www.leocapote.com/?lightbox=datatem-j6duf3zz2>> acesso: julho 2018.

A projeção da autoria está muito presente na plástica dos objetos, que guiados pelo conceito da reutilização tem uma linguagem em comum, as peças reutilizadas ou os elementos industriais adquirem um aspecto de exclusividade e refinamento, são peças com partes muitas vezes robustas, brutas, mais que se harmonizam na configuração do final do objeto.

Possivelmente, a característica que define sua produção é a referência ao *Ready Made*, o processo de fazer do objeto terminado um objeto com outros atributos, outras funções. Deslocados de seus espaços habituais os objetos rompem com a cotidianidade e aspectos simbólicos, além da funcionalidade, da produtividade ou da comercialização, se tornam o elemento primordial para dar sentido, valor ao objeto criado.



Figura 44, Leo Capote. Cadeira Saarinen Porcas. Disponível <<https://www.leocapote.com/?lightbox=dataitem-j6duf3zz2>> acesso: julho 2018.

O *Ready Made*, entra em cena na segunda década do século XX, com sua grande figura e maior expoente Marcel Duchamp, de forma que problematizava a arte tradicional, de herança racionalista, abrindo o caminho da conceptualização da arte moderna, influenciando também o design até nossos dias. Há na prática do *Ready Made*, o redescobrimto dos objetos, o que parece muito caro aos designers latino-americanos que fazem dessa linguagem um elemento recorrente de sua atividade, muitas vezes por limitações, muitas por curiosidade, mas com uma habilidade de reinterpretação surpreendente.

Leo Capote é um dos designers expoentes dessa habilidade, que acrescenta singularidade ao seu trabalho.

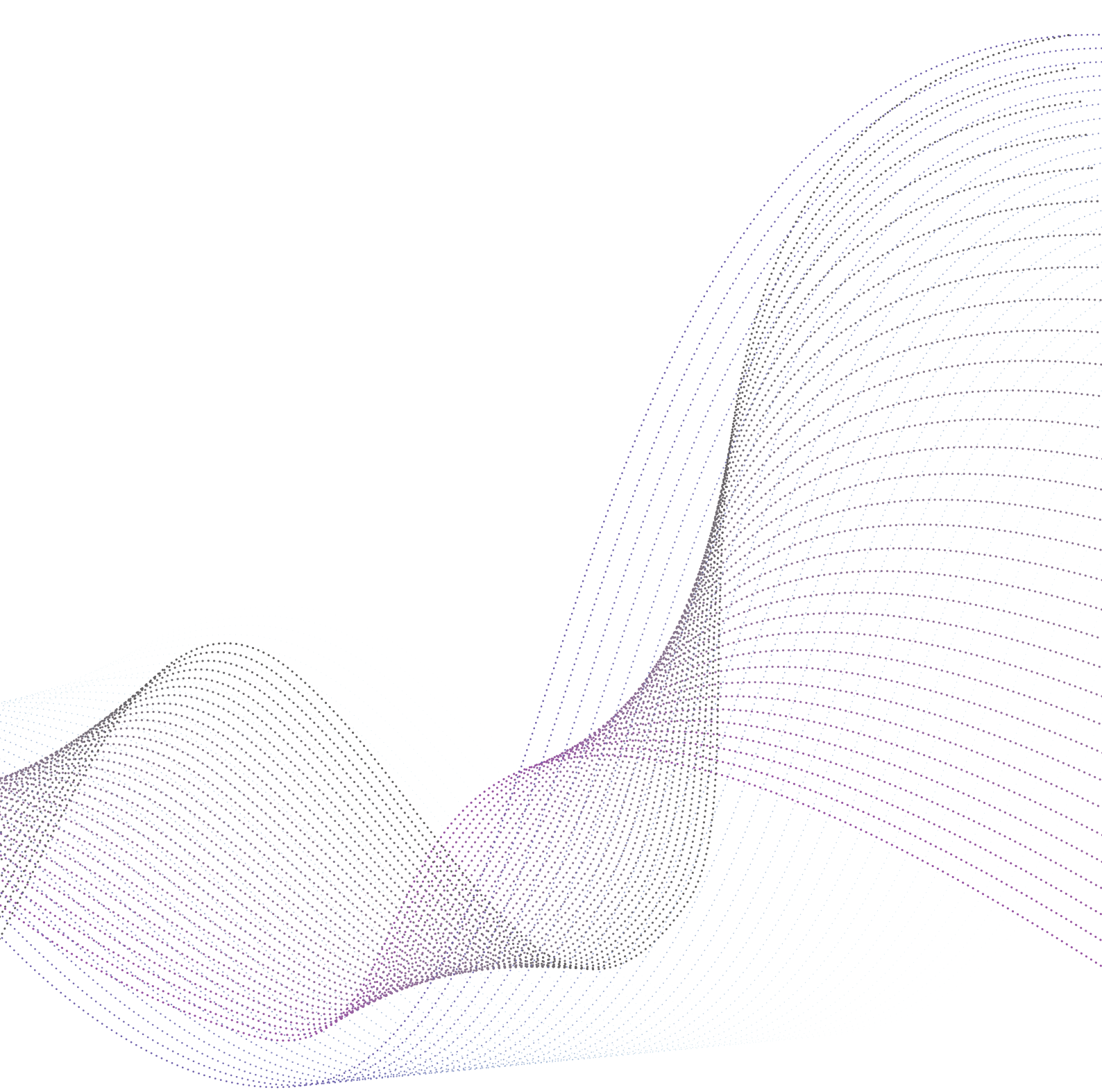
Continuando pelo caminho da autoria está o fenômeno contemporâneo do estrelato, a visão do designer como *pop star*, que a partir das suas criações, enche museus, galerias e festivais, difundindo uma aura de gênio criativo, como

nos melhores momentos da história da arte, no que se consolidavam figuras icônicas de autoridade indiscutível.

Inserido no sistema comercial da cultura de massas o design e os designers *stars* são capas de revistas, figuras de reality shows ou apresentadores. Por esse trabalho midiático de personalização, o designer aparece como um “criador”, à maneira de um artista, e como um ícone, à maneira de uma estrela. (LIPOVESTSKY, 2015, p. 238). Uma visão além das preocupações de materialização e adequação do entorno e da tecnologia para o serviço das pessoas.

Aspecto do design contemporâneo ligado às preocupações de reconhecimento que se impõem na sociedade.

O design transita por diversos caminhos do artesanato à arte, da indústria ao espetáculo, o que faz inegável sua presença e necessidade na construção social. Em qualquer espaço a capacidade de articulação, de ponte para aproximar coisas distantes, muitas vezes impensáveis se consolida como uma habilidade indispensável.



considerações
Finais

O percurso traçado até aqui, as referências, os exemplos e conceitos apresentados permitem pensar o design na América Latina como um enorme campo de exploração e experimentação, um processo em trânsito que se transforma permanentemente, sem espaço fixo para ser delimitado. O design latino-americano é permeável, transformável, uma atividade que entrecruza constantemente elementos divergentes, enriquecendo a abundância de formas, funções, processos e materiais, que dificilmente podem ser encaixados em uma única tendência, escola ou estilo.

A uma linguagem do design latino-americano relacionada com o jeito de ser das pessoas, com o território, com o clima, com a geografia contrastante, com a cultura ancestral, com a tradição e a história que se constrói diariamente. Possivelmente, é sobre isso que o Canclini fala quando, aborda o conceito de “hibridação”.

Se queremos ir além de liberar a análise cultural de seus tropismos fundamentalistas identitários, deveremos situar a hibridação em outra rede de conceitos: por exemplo, contradição, mestiçagem, sincretismo, transculturação e crioulização. Além disso, é necessário vê-la em meio às ambivalências da industrialização e da massificação globalizada dos processos simbólicos e dos conflitos de poder que suscitam. (CANCLINI, 2015, p. XXV).

A abordagem bibliográfica e documental feita nesta pesquisa sobre design de produto latino americano, proporcionou encontrar no conceito de hibridação, no sentido abrangente do termo, um fio condutor para falar sobre os diversos aspectos identificados como relevantes em relação à diversificação, similaridades, afinidades e ressignificação de linguagens e elementos recorrentes por tais processos.

A primeira parte da pesquisa orientada para a coleta de dados e para a revisão bibliográfica possibilitou o reconhecimento da extensão e potência da produção de design de produtos e do material de divulgação ou promoção, assim como um reduzido, porém, crescente material teórico fundamentado em pesquisas aprofundadas que englobassem o continente por inteiro, motivo pelo qual foi realizada uma coletânea de particulares dos diferentes países que

posteriormente foram articulados apontando expor uma narrativa que permitisse fazer uma leitura global, abrangente.

Posteriormente, e orientado pelo objetivo da pesquisa foi feita a análise e articulação dos conceitos observados como de interesse para o estudo.

Tendo visto que grande parte dos autores e designers estudados, como Bonsiepe, Canclini, Mignolo ou Santos, Requena, Documenta Design ou GT2p, destacam técnica, tecnologia e identidade, como conceitos chaves para o desenvolvimento e a interpretação dos projetos, esses conceitos tornaram-se norteadores, e por meio deles foram desenvolvidas relações e análises que levaram a argumentos citados.

Conclui-se que o design de produto na América Latina, atravessa possivelmente o momento de maior reconhecimento e expansão desde que foi introduzido como profissão na região nas décadas de 1960 e 1970, influenciado pelos processos globalizadores, especialmente de origem comerciais, políticos, sociais e industriais, experimentados na atualidade, e também pela difusão, acesso e produção de informação, que permite tanto conhecer o que foi e está sendo produzido local e globalmente, assim como divulgar o que cada indivíduo deste seu próprio lugar está elaborando. Em contrapartida, a ideia do design de produto como ferramenta fundamental para o desenvolvimento industrial e econômico, que por décadas permeou o discurso de intelectuais e entusiastas do design na região, continua longe de acontecer. A discussão sobre o design se tornou cada vez mais particular, menos expansiva em relação a políticas nacionais. Orientando-se para ser fruto de iniciativas individuais, do designer, por vezes herói que descobre seu talento e sobrevive às dificuldades até alcançar um lugar momentâneo no holofote ou do design anônimo que contribui diariamente para tornar seu entorno mais coerente, mais afável.

A contribuição da tecnologia tanto no processo criativo, quanto no produtivo é absorvida e explorada com ânsia, pode ser identificada a necessidade de extrair e apreender novas alternativas de uso das mesmas, assim como, sua

adaptação aos contextos nos quais os designers estão inseridos. Provocando frequentemente experimentações com técnicas ditas tradicionais dentro dos processos de materialização artesanais.

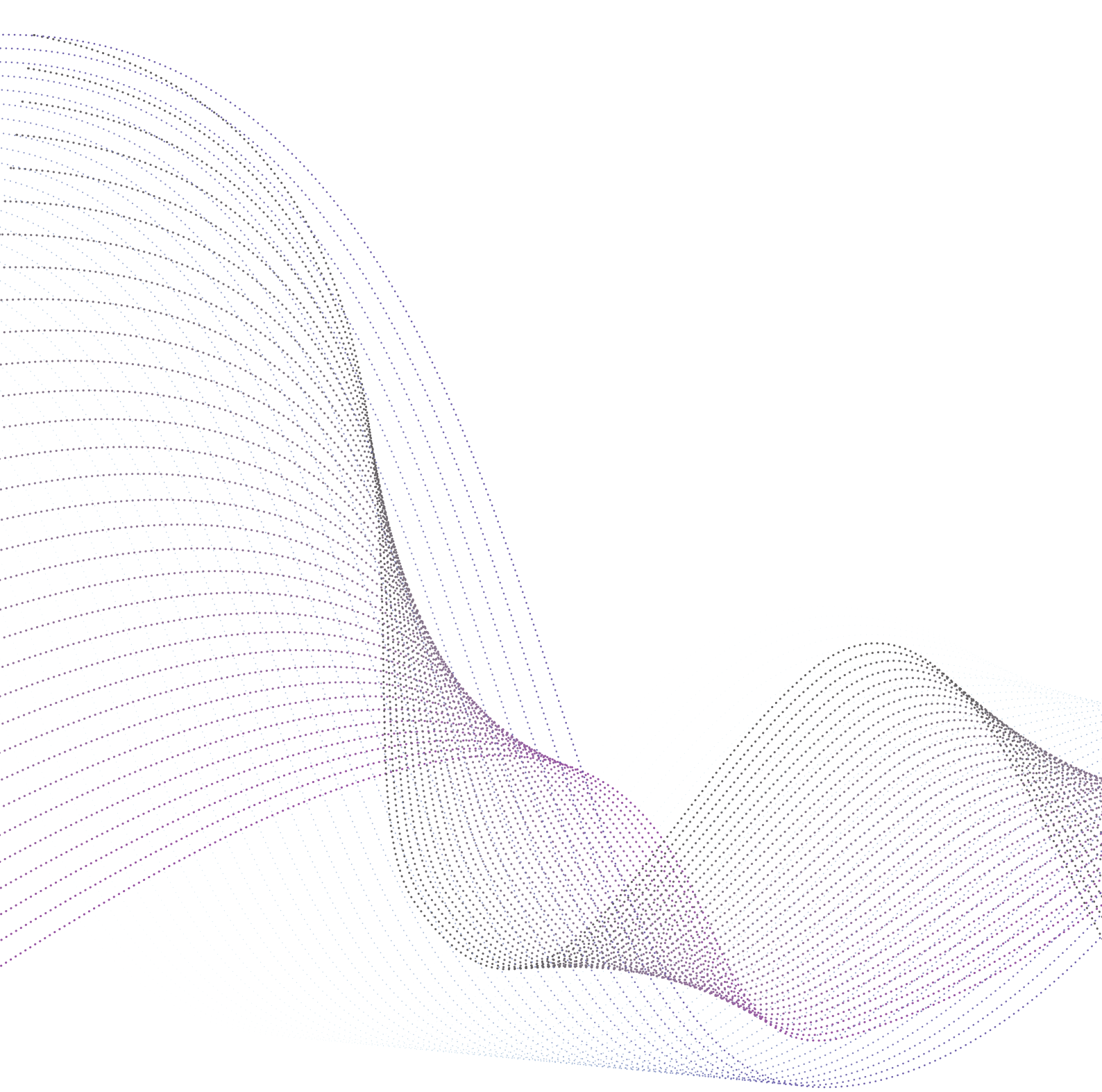
A identidade ou a busca e expressão de um discurso identitário é continuamente relacionada tanto na mídia especializada como nas abordagens de projetos desenvolvidos na região, pelo que se torna uma característica de grande importância, influenciando na própria percepção e exposição dos objetos.

Diferente de ser um ponto final ou apresentar conclusões definitivas, esta pesquisa é um convite e uma abertura para novos estudos sobre o design de produto contemporâneo na América Latina, que vissem explorar e contribuir para documentar, teorizar e divulgar dita produção na região. Correspondente à magnitude e importância do tema várias oportunidades de continuação e aprofundamento podem ser exploradas. Algumas possibilidades estimuladas pelo presente estudo são citadas a seguir:

- Estudar cases específicos de design de produto na região analisando aspectos como, oportunidades atendidas, métodos e processos utilizados, alcances comerciais, industriais ou sociais, tecnologias utilizadas, entre outros.
- Relacionar a produção do design de produtos segundo as diferenciações de contexto geográfico, econômico ou social na região.
- Estabelecer paralelos e intersecções entre a produção artesanal e produção industrial.
- Identificar aspectos de configuração e semióticos destacados e recorrentes na produção de design de produto da região.
- Analisar as políticas públicas relacionadas com o desenvolvimento nacional e a inclusão do design industrial.
- Catalogar extensamente as feiras e eventos nacionais e internacionais que na última década tiveram como eixo central aspectos relacionados com o design de produto latino-americano.

Há ainda muitos aspectos sobre o design de produto contemporâneo na região que merecem ser explorados e analisados extensamente, proporcionando informações e argumentos que posicionem e fundamentem as práticas na América Latina.

“o design latino-americano se relaciona com o jeito de ser das pessoas, com o território, com o clima, com a geografia contrastante, com a cultura ancestral, com a tradição e a história que se constrói diariamente”.



BIBLIOGRAFIA

AGAMBEN, Giorgio. *O que é o contemporâneo? e outros ensaios*. Editora Argos, 2009.

ÁLVAREZ CASELLI, Pedro. *Diseño latinoamericano presente y pasado Breve panorámica*. REVISTA DISEÑA, 3 <<http://www.revistadisena.com/disenolatinoamericano-presente-y-pasado-breve-panoramica/>>. 2011.

BARRA, Pablo León de la. *Arte contemporânea na América Latina*. Disponível em:
<https://media.guggenheim.org/content/foundation/MAP/Under_the_Same_Sun_Pablo_Leon_de_la_Barra_curatorial_essay_Portuguese.pdf>. 2015.
Acesso maio 2018.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Zahar, 2008.

BETHELL, Leslie; DE BARROS, Mary Amazonas Leite. *História da América Latina*. Edusp, 1999.

BID. *Bienal iberoamericana de diseño*. 5ª Ed. Madrid, 2016.

BONSIEPE, Gui. *Design, cultura e sociedade*. Editora Blucher, 2011.

BÜRDEK, Bernhard E. *Design-história, teoria e prática do design de produtos*. Editora Blucher, 2010.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4. Ed. 7. reimp. - São Paulo: Edusp, 2015.

CARDOSO, Rafael. *Design para um mundo complexo*. Ubu Editora LTDA-ME, 2016.

CASTILLO, Gonzalo. *Diseño e imagen-país Una alianza conveniente*. REVISTA DISEÑA, 1, 68-73. <<http://www.revistadisena.com/disenoeimagenpais-una-alianza-conveniente/>>. 2009.

CATTANI, Icleia Borsa. *Mestiçagens na arte contemporânea*. Editora da UFRGS, 2007.

CATTANI, Icleia Borsa. Mestiçagens na arte contemporânea: conceito e desdobramentos. **Mestiçagens na arte contemporânea**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 21, 2007.

COSTA, Carlos Roberto Zibel. **Além das formas: introdução ao pensamento contemporâneo no design, nas artes e na arquitetura**. Annablume, 2010.

COUTO, Maria de Fátima Morethy. **Para além das representações convencionais: A ideia de arte latino-americana em debate**. PÓS: Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFMG. V.7, n.13: nov. 2017. Disponível em: <<https://eba.ufmg.br/revistapos>>.

CRESWELL, John W. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa: Escolhendo entre Cinco Abordagens**. Penso Editora, 2014.

DENIS, Rafael Cardoso et al. **Uma introdução à história do design**. Editora Edgard Blucher Ltda., 2008.

DOS ANJOS, Moacir. **Local/global: arte em trânsito**. Zahar, 2005.

EGGINK, Wouter. The rules of unruly product design. In: **Proceedings of the 4th World Conference on Design Research**. The International Association of Societies of Design Research (IASDR), 2011. p. 001-011.

ESPAÑA, Juan Manuel; ARANGO, Juan José; ZARATE, Johanna. **La Tadeo De Arte**. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, 2015. Disponível em: <https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/collections/documents/field_attached_file/por_el_objeto_prescindible_estamos_perdi.pdf?width=740&height=780&inline=true#pdf_reader> Acesso maio 2018.

FEATHERSTONE, Mike; DE MOURA, Carlos Eugênio Marcondes. **O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

FERNÁNDEZ, Silvia; BONSIÉPE, Gui. Historia del diseño en América Latina y el Caribe. **Industrialización y comunicación visual para la autonomía**. Editora Blücher, Sao Paulo, Brasil, 2008.

FERREIRA, Cláudio Lima. **Estudos e Críticas: O Design Contemporâneo Brasileiro e sua Complexidade**. Editora Livro Novo, 2014.

FOISIL-PENTHER, Béatrix; CHAMOT, Claire. **Diseño Manía**. Olo Editions. Madrid. 2013

FRANCO, Jean; PITOL, Sergio. *La cultura moderna en América Latina*. Joaquín Mortiz, 1971.

GALÁN, B. et al. *Diseño y territorio*. In: ponencia presentada en el Primer Congreso de Transferencia de Diseño, Diseño y Territorio, Universidad Nacional de Bogotá, mayo del. 2006.

HINRICHSEN, Carlos. *El valor del diseño en el mundo contemporáneo*. REVISTA DISEÑA, 1 , 62-67. <<http://www.revistadisena.com/el-valor-del-diseno-en-el-mundo-contemporaneo/>>. 2009.

IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*. 9ª. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

KRIPPENDORFF, Klaus. *Propositions of Human-Centeredness; a philosophy for design*. 2000.

KUSSLER, Leonardo Marques. Técnica, tecnologia e tecnociência: da filosofia antiga à filosofia contemporânea. *Kínesis-Revista de Estudos dos Pós-Graduandos em Filosofia*, v. 7, n. 15, 2015.

LEITE PERRONE, Carlos Eduardo. *Fernando e Humberto Campana*. 1ª ed. São Paulo: Folha de S. Paulo, 2012.

LEÓN DE LA BARRA, Pablo. "Bajo un mismo sol: arte de Latinoamérica hoy ". Guggenheim Foundation, 2013. 2016.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. Editora Companhia das Letras, 2015.

MAD, Museu de Arte e Design de Nova York. *Catálogo Novos Territórios*, 2014

MANSILLA, C. Paisajes de Chile en objetos de diseño contemporáneo La inspiración topográfica del trabajo de Ignacia Murtagh. REVISTA DISEÑA, 9 <http://www.revistadisena.com/paisajes-chile-objetos-diseno-contemporaneo/>>. 2015.

MARGOLIN, Victor. O design e a situação mundial1. *Design issues*, v. 8, p. 16, 1992.

MARGOLIN, Victor et al. *Las rutas del diseño: estudios sobre teoría y práctica*. Designio, 2003.

- MIGNOLO, Walter. *La idea de América Latina. La herida colonial y la opción decolonial*. Barcelona: Gedisa editorial, 2007.
- MOSQUERA, Gerardo. *El diseño se definió en octubre*. Arte y literatura, 1989.
- ORMROD, Jeanne Ellis; LEEDY, P. D. *Practical research: Planning and design*. New Jersey, Pearson Merill Prentice hall, 2005.
- PATROCÍNIO, Gabriel; NUNES, José Mauro (Ed.). *Design e Desenvolvimento: 40 anos depois*. Editora Blucher, 2018.
- RIBEIRO, Berta Gleizer. *O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea*. FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore, 1983.
- SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 23ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.
- SANTOS, Milton et al. O retorno do território. *Território: globalização e fragmentação*, v. 4, p. 15-20, 1994.
- SALCEDO, R. *La identidad nacional como producto ¿Cómo vender algo cambiante?* REVISTA DISEÑA, 1 , 80-87. <<http://www.revistadisena.com/la-identidad-nacional-como-producto-como-vender-algo-cambiante/>>. 2009.
- SALINAS FLORES, Oscar. *Diseño e Historia: tiempo, lugar y discurso*. 1992.
- SALINAS FLORES, Oscar. *Historia del diseño industrial*. 1992.
- SCHNEIDER, Beat. *Design—uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico*. São Paulo: Blücher, 2010.
- TAPIA, Alejandro. *El diseño gráfico en el espacio social*. Designio, 2005.
- TERZIDIS, Kostas. *Expressive Form: A conceptual approach to computational design*. Routledge, 2004.
- THACKARA, John. *Plano B: o design e as alternativas viáveis em um mundo complexo*. São Paulo: Saraiva: Versar, 2008.

