

Identidade e Alteridade no Design Latino-americano

Identity and Alterity in Latin American Design

Weymar, Lúcia Bergamaschi Costa, Doutoranda. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

luciaweymar@terra.com.br

Resumo

Este artigo analisa as relações de identidade e alteridade no design latino-americano no que se refere ao campo da Pedagogia do design. Num primeiro momento, temos como objetivo a aproximação entre Hall e Bauman, autores que nos ajudam a averiguar os discursos que temos produzido na América Latina e os posicionamentos derivados. Num segundo momento, nossa proposta é trabalhar diferentes tópicos pertinentes ao design, num diálogo entre seus aspectos filosóficos (estudos da subjetividade e da identidade do designer) e seus aspectos sociais (cultura, educação e política) e comunicacionais (o designer enquanto emissor).

Palavras Chave: identidade; alteridade; design latino-americano.

Abstract

This article analyses both the relations of identity and alterity in latin american design concerning the Pedagogy in the design field. Firstly, we aim to approach the authors Hall and Bauman, who help to verify the discourses which have been produced in Latin America and the position emerged. Secondly, the purpose is working on different topics relevant to design trying to make a dialogue between the philosophical aspects (the subjectivity and identity studies of the designer), the socials aspects (culture, education and politics) as well as the communicative ones (the designers as an emitter).

Keywords: *identity; alterity; latin american design.*

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Considerações Iniciais

O presente artigo pertence à diversas categorias da pesquisa em design. Porém, é na categoria Pedagogia do design que acreditamos encontrar seu lugar mais seminal. Neste texto analisamos as relações de identidade e alteridade no design latino-americano bem como alguns de seus aspectos filosóficos, sociais e comunicacionais.

O aprendizado acerca de design na América Latina deve encarar crítica e definitivamente às questões relativas à identidade, assunto que nos parece banalizado em todos os grupos e muitas vezes pouco aprofundado em suas abordagens.

Os produtos do design são produtos culturais, assim como a arte¹. Entendemos que os objetos do design são formas de comunicação e modos de posicionamento cultural, ou identificação. E entendemos, sobretudo, que o design é uma forma de pensar. Daí nosso interesse pedagógico no processo criativo do comunicador visual: ele produz pensamento ao gerar formas e suas formas geram pensamentos. Deste modo, podemos lembrar Martín Barbero (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 213) e sua afirmação de que o comunicador deve se assumir como intelectual. Só assim ele poderá enfrentar o debate sobre design e identidade, tão importante para a educação e para a comunicação visto que diz respeito aos seus sujeitos e ao entendimento de como os *medias* (dentre eles o design) os posicionam.

Num primeiro momento, temos como objetivo a aproximação de diferentes autores que respaldam nossas averiguações em relação à análise de um importante documento organizado pela “Comisión Diseño e Identidad”, em evento realizado na Argentina, em agosto de 2007. Neste 1º Capítulo questionamos os discursos que temos produzido na América Latina e os conseqüentes posicionamentos derivados. Já no 2º Capítulo, nossa proposta é trabalhar diferentes tópicos pertinentes ao design: refletir acerca da subjetividade e da identidade do designer (aspectos filosóficos) em um diálogo com seus aspectos sociais (cultura, educação e política) e comunicacionais (o designer enquanto emissor). Finalmente, buscamos com esta discussão incluir nosso posicionamento no debate acadêmico sobre design e identidade na América Latina.

Os procedimentos que orientaram a reflexão desta pesquisa teórica têm início quando de nossa participação como conferencista no I e no II Encuentro Latinoamericano de Diseño, organizados em 2006 e 2007 pela Universidad de Palermo, em Buenos Aires. Observamos, naquele momento, tipos de discursos acerca de identidade latino-americana nas mostras de design, nas conferências e nas palestras que nos motivaram a articular este texto. Optamos por escolher para análise um documento elaborado por uma comissão da qual não fizemos parte e que relatamos a seguir. Poderíamos atestar que nossa observação foi do tipo documental e os dados que coletamos para posterior interpretação incluíram as idéias e os conceitos acerca de identidade e alteridade que estamos desenvolvendo em nossas pesquisas recentes (SANTAELLA, 2001, p.187).

¹ Luis Camnitzer, um dos curadores da 6ª Bienal do Mercosul (Exposição de arte realizada de setembro a novembro de 2007 em Porto Alegre, RS) resumiu poeticamente seu projeto pedagógico na sentença “A arte como forma de pensar; e os objetos da arte, como forma de comunicação”. Texto curatorial da 6ª Bienal do Mercosul, Porto Alegre/ RS. Disponível em: http://www.bienalmercosul.art.br/novo/media/texto_curatorial.doc Acesso em: 9 de setembro de 2007.

Identidade e Design

A “Comisión Diseño e Identidad” organizada pelo “Segundo Plenário del Foro de Escuelas de Diseño del II Encuentro Latinoamericano de Diseño” decidiu adotar alguns princípios e os relatar em forma de documento (ANEXO). A proposta temática deste capítulo é expor este documento organizado por professores da América Latina e comentá-lo a partir de sua relação com determinados estudos referentes à questão da identidade por nós realizados na disciplina “Comunicação e Estudos Culturais”, ministrada pela Professora Ana Carolina Escosteguy no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul em 2007/2. Neste primeiro momento, nosso objetivo é a *integração* destes diferentes textos apresentando nossas especulações acerca do documento em conjunção, ou oscilação, com algumas perspectivas teóricas já consolidadas por autores como Stuart Hall e Zygmunt Bauman.

O tratamento que Hall e Bauman têm dado às questões da identidade oscila em muitos pontos, pois ao contrário de Hall, Bauman não conceitualiza em definitivo a relevância do debate político (BAUMAN, 2005, p. 12). Por outro lado, os dois autores parecem estar em conjunção com uma acepção semelhante de identidade, aquela que a compreende como algo a ser inventado e não como algo a ser descoberto. Para integrar estes dois diferentes autores, optamos por focar nosso comentário nessa oscilação e nessa conjunção. Recorte feito, nós nos perguntamos: Que tipo de discurso está sendo produzido (ou estamos produzindo) sobre design na América Latina? Como eles nos posicionam, sobretudo no Brasil? Que identidades nossos sistemas de representação estão, conseqüentemente, inventando?

O Discurso da “Comisión Diseño e Identidad”

O documento elaborado pela “Comisión...” é um discurso que representa outros discursos já proferidos, na medida em que foi produzido por um grupo que reúne inúmeros professores e pesquisadores de países latino-americanos. Na análise que procedemos deste documento constata-se que: 1) Há um desconhecimento recíproco acerca da produção, prática e teórica, dos designers dos países envolvidos. A comissão se propõe trabalhar por uma maior integração, estabelecendo redes de informação entre as instituições. 2) Os participantes concordam que enquanto latino-americanos possuem uma identidade própria e que, mais que construí-la, devem mostrá-la, tanto através de sua produção quanto por seus discursos. Nossa identidade é um processo dinâmico que se caracteriza pela diferença: somos diferentes dos não latino-americanos e diferentes entre nós mesmos. As universidades e os designers devem assumir-se como geradores e gerenciadores destas identidades. 3) Os designers latino-americanos cumprem um papel multifuncional, o que os diferencia de outros de países industrializados, já que assume pra si incumbências que no Primeiro Mundo são assumidas por diversos especialistas. Isto seria uma oportunidade competitiva ou uma instância a ser superada? 4) Uma possibilidade de reformular o papel do design seria encará-lo a partir da tríade Arte, Artesanato e Design. 5) Os participantes destacam o papel estratégico que as universidades cumprem na formação de novos designers: sem desconhecer as demandas do mercado devem priorizar a formação de profissional com sensibilidade social e capacitado para resolver os problemas concretos do entorno local e nacional. 6) Para que estes propósitos

não fiquem apenas declarados, se propõe que as universidades incorporem a problemática da América Latina em seus programas de estudo. Instituir uma Disciplina Latino-americana em seus currículos? 7) É preciso recuperar e valorizar a memória e as tradições locais como forma de resistência à pressão da globalização. 8) As universidades comprometidas devem elaborar programas de mobilidade e intercâmbio permanentes de professores, pesquisadores e estudantes que conduzam a uma eficaz integração e crescimento recíproco.

Além dos princípios acima descritos, é importante trazer para nossa discussão as temáticas concernentes à “Comisión Diseño e Identidad” definidas por ocasião do “Primeiro Plenário del Foro de Escuelas de Diseño”, ocorrido em 2006², e que não constam no referido documento. Essas temáticas se referem à: 1) linguagens tradicionais do artesanato popular, 2) culturas aborígenes, 3) tradição e à vanguarda, 4) gráfica popular urbana, 5) design como resistência à globalização, 6) instituições de design formadoras e gestoras das identidades nacionais (a marca-país), 7) integração cultura e design, 8) moda e design na globalização e 9) aprendizagem no habitat patagônico.

Os discursos em relação ao design têm posicionado os latino-americanos de diversos modos nos últimos anos. Sendo assim, os princípios e temáticas elaborados por este documento estão contidos em *um* tipo de discurso que está sendo produzido sobre design na América Latina de hoje. Existem outros, evidentemente. Por conseqüência questionamos: como estes discursos nos posicionam, sobretudo no Brasil?

Considerando os assuntos mais recorrentes, podemos depreender que a “Comisión...” se posiciona, preferencialmente, a favor da valorização das identidades locais como resistência ao global (Princípios 2, 5, 6, 7 e Temáticas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8): *um posicionamento político, a priori*. O documento também se posiciona a favor de uma maior integração entre seus membros e seus países (Princípios 1, 8) e a favor de uma revisão teórica e epistemológica (Princípios 3, 4). Ao refletirmos sobre os modos de posicionamento que este tipo de discurso produz, constatamos que os discursos sobre design produzidos no Brasil não têm nos posicionado do mesmo modo. Eles não nos parecem sugerir, sobremaneira, uma forma de resistência à pressão da globalização, haja vista, por exemplo, nossa aderência à expressão *design* ao invés de *debuxo* ou mesmo *projeto*. Além disso, o foco dado à cultura indígena (Temáticas 2, 7) e não à cultura negra posiciona o discurso da “Comisión...” de um modo menos ligado à América Latina como um todo (o que talvez seja o reflexo de uma comissão formada por vinte membros de oito países onde o Brasil, apesar de ser um país enorme e com inúmeros cursos de design, foi representado por apenas três membros).

² Comisión 4: Diseño e Identidad: 4.1. Estudiar en qué medida los “lenguajes” tradicionales de las artesanías populares pueden contribuir en la construcción de las identidades locales y nacionales. 4.2. En los procesos de modernización nacional el legado de las culturas aborígenes es asumido por el Diseño como factor retardatario o innovador? 4.3. Tradición y vanguardia o tradición o vanguardia? 4.4. El Diseño y su relación – teórica y práctica – con los “grafitti” y otras manifestaciones de la gráfica popular en la configuración de la identidad urbana. 4.5. El Diseño y la construcción de identidades, locales, nacionales, regionales, como resistencia al embate homogenizador de la Globalización. 4.6. Las instituciones del Diseño en los procesos de formación y gestión de las identidades nacionales. La cuestión de la marca-país. 4.7. Cultura y Diseño: integración del diseño con la cultura folclórica y vernacular del contexto artesanal, indígena y social. 4.8. La moda y el diseño en un mundo globalizado. 4.9. Aprendizaje en el hábitat patagónico. (Actas de Diseño 3, 2007, p. 29)

Segundo Hall (1996, p.4), alguns países caribenhos (e cremos que também podemos estender aos outros países latino-americanos), não mantiveram a mesma relação de alteridade com a metrópole. Esta diferença por si só já se inscreveu em nossas identidades culturais. De mais a mais, o Brasil fala língua diversa, o que amplia o jogo de diferenças no interior da identidade da América Latina. Estas diferenças nas relações de alteridade produzem diferentes posicionamentos, que por sua vez produzem diferentes estilos nos projetos e em seus discursos. Deste modo, os sistemas simbólicos e a linguagem (o discurso da “Comisión...”) pelos quais as identidades são representadas (as dos membros da comissão) acabam sendo o que as fazem adquirir sentido (WOODWARD, 2000, p. 8) e, então, acabam por definir seus posicionamentos (a resistência ao global, sobretudo).

Identidade como Descoberta e como Invenção

Se concordarmos que os discursos nos subjetivam e que nos posicionamos e somos posicionados por eles, aceitaremos que identidades são inventadas pelos posicionamentos que assumimos. No entanto, esses posicionamentos são relacionais. Primeiramente, de qual posição estamos escrevendo? A posição de enunciação deste comentário é a posição de uma professora de design gráfico, brasileira, leitora do documento elaborado por uma comissão de latino-americanos reunidos na Argentina, posicionada em um contexto social e cultural diverso do contexto dos membros daquela comissão. Uma identidade neste momento diferente daquela por eles assumida. Um discurso, sobre eles, que se inventa a partir de certas descobertas.

Posicionamentos feitos, escolhemos Hall (1996, p. 2) por que este autor sugere dois caminhos para se pensar a identidade cultural: numa primeira posição, “(...) nossas identidades culturais refletem as experiências históricas em comum e os códigos culturais partilhados que nos fornecem, a nós, como um *povo uno*, quadros de referência e sentido estáveis (...)”. Para o autor, esta concepção de identidade como descoberta desempenhou um papel fundamental e é uma força poderosa e criativa nas formas de representação. A segunda posição, que vê a identidade como invenção, reconhece os pontos de similaridade, contudo considera as diferenças profundas que “constituem *o que nós realmente somos*; ou melhor – já que a história interveio - *o que nós nos tornamos*” (HALL, *ibid.*, p. 2).

Semelhante à segunda concepção de Hall, Bauman (2005, p. 48) questiona “como alcançar a unidade na (apesar da?) diferença e como preservar a diferença na (apesar da?) unidade”. Para o autor que criou o conceito da modernidade líquida, buscamos e construímos nossas identidades sempre *em movimento* nos juntando a grupos igualmente móveis por um momento, mas não por muito tempo. Desta maneira, aquelas identidades fixas que sugerem coesão, apego às regras e à fidelidade não mais funcionam neste mundo fugaz, inseguro e em acelerada liquefação. Bauman propõe, enfim, que “As batalhas de identidade não podem realizar a sua tarefa de identificação sem dividir tanto quanto, ou mais do que, unir. Suas *intenções includentes* se misturam com (ou melhor, são complementadas por) suas *intenções de segregar, isentar e excluir*” (BAUMAN, *ibid.*, p. 85; grifo nosso).

O documento elaborado pela “Comisión Diseño e Identidad” representa basicamente aquela primeira posição, e nos parece eficaz como um recurso de resistência, descoberta e

reconstrução do genuíno design latino-americano. Entretanto, o discurso se apresenta de certo modo parcial ao não retratar muitos designers latino-americanos atuais, sujeitos mais híbridos e menos fixados ao passado e que, a exemplo do que diagnostica Hall (2003, p. 393), também vivem hoje a experiência pós-moderna clássica da “diáspora da diáspora”, ao retornarem em massa ao *Primeiro Mundo*.

O documento em questão não se configura como um discurso novo e inventivo, capaz de produzir novas identidades em design a partir da crise das antigas dada pela fragmentação e descentramento de seus sujeitos (HALL, 2005, p. 47). Nesse caso, nos perguntamos, que identidades nossos sistemas de representação estão inventando? De acordo com nossa análise, o documento em questão parece estar ainda escavando o passado, reconstruindo (pelo reforço ao valor das culturas locais como o artesanato, por exemplo) o que foi desfigurado em tempos coloniais, resgatando as culturas tornadas menores por uma elite cultural voltada para as metrópoles européias e seus modos de projetar a comunicação. Por hora, não nos parece que enquanto sistema de representação este discurso esteja indicando formas de invenção de novas identidades em design.

Percebemos, então, que as identidades referidas no documento elaborado pela “Comisión Diseño e Identidad” têm se manifestado como intervenções e que elas têm se associado com a questão política (Hall), na medida em que representam um design de resistência (sentido estável) ao design globalizado. Essas identidades ainda aparecem excessivamente sólidas, pois seu discurso não indica a fluidez que impede a configuração de suas formas (Bauman). Mas seria realmente possível considerar uma perspectiva mais incluyente: identidades fluidas, mutantes e ao mesmo tempo compatíveis “com a sustentação de um projeto político” (WOODWARD, 2000, p. 16)?

Concluimos com a sensação de que o discurso concebido pelo “II Encuentro Latinoamericano de Diseño” deve ser repensado, na medida em que a resistência que apregoa não inclui de modo profícuo o debate que nos parece essencial que é o da “maneira com que os indivíduos estruturam subjetivamente sua identidade” (MATTELART e NEVEU, 2004, p. 75). Julgamos que as identidades geradas por aquele discurso permanecem datadas naquele momento histórico das *veias abertas da América Latina*³ que hoje se manifesta, em nossa opinião, como um elogio pueril ao latino-americano esvaído em um sangue incessante e eternamente colonizado.

Acreditamos que o discurso produzido pela “Comisión...” poderia gerar identidades mais maleáveis caso se detivesse nas pequenas descobertas culturais motivadas em cada um dos princípios e temáticas já mencionados e nas produções apresentadas durante o “II Encuentro...”⁴. A hipótese que temos e que apresentamos a seguir é que o discurso da “Comisión...” deve se reinventar menos pelo passado e mais pela atenção “à centralidade de

³ Uma de obras de maior relevância política e importância do jornalista uruguaio Eduardo Galeano é “As Veias Abertas da América Latina”, livro lançado em 1978 em que relata a exploração sofrida pelas nações latino-americanas, desde a formação dos impérios hispânico e português, passando pelo assédio inglês e estadunidense, pelo arrocho imposto pela economia internacional, até os dias de hoje. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Eduardo_Galeano - Acesso em 11 de dezembro de 2007.

⁴ Paralelo ao “II Encuentro Latinoamericanos de Diseño”, aconteceram várias mostras de design, como a exposição de cartazes La mirada de nosotros: latinoamérica hoy.

sua cultura na construção da subjetividade” latino-americana, conforme nos sugere a leitura de Hall (1997, p. 15-46).

Alteridade e Design

Hoje a cultura é fundamental, não pode mais ser vista como a superestrutura modelada pelo marxismo ou como a variável sem importância considerada por muitos intelectuais. Para quem se interessa pelos aspectos do design no campo filosófico (estudos da subjetividade), social (cultura, educação e política) e comunicacional (teorias da comunicação), é importante perceber o quanto o design como produtor de cultura e como tecnologia do imaginário é parte constituinte e estruturante disso que, segundo Hall (1997, p. 17-23) faz o mundo mover-se; da forma, do caráter e da vida interior deste movimento. Para ele precisamos considerar a centralidade da cultura também nesta vida interior, “(...) na constituição da subjetividade, da própria identidade e da pessoa como ator social” (*ibid.*, p. 24).

Este texto é uma tentativa de organizar o percurso de nosso pensamento. É preciso esclarecer que nossa discussão atual deixa a descoberto prováveis especulações sobre a possibilidade de um design ligado a projetos políticos para a América Latina e tampouco sugere possíveis políticas culturais ou a retomada do discurso da “Comisión...”. Nossa proposta é trabalhar os aspectos pertinentes de modo encadeado e associativo. Se o design é relação, o discurso sobre o design deve se posicionar sempre *em relação*. Sendo assim, o objetivo principal deste 2º Capítulo é refletir acerca da subjetividade e da identidade do designer em um diálogo com seus aspectos filosóficos, sociais e comunicacionais. Reconstituindo-o como um sujeito menos dual e recompondo as análises dos objetos por ele produzidos de modo mais imbricado, evitamos as enfraquecidas disjunções que sempre modelaram nosso conhecimento.

Autoria e Alteridade: “O Eu é um Outro” no Design Contemporâneo

Nosso principal tema de pesquisa têm sido as relações de autoria e alteridade no processo criativo dos designers gráficos. Em texto recente sugerimos, inclusive, a criação de um novo conceito

Surge uma nova, e frágil, sensação de verdade na área do design gráfico: a sensação de que a terminologia ‘Projeto de Identidade Visual’ poderia ser substituída por ‘Projeto de Alteridade Visual’. O nome usual remete a uma fixação que nos parece anacrônica: identidade é uma expressão territorializante que remete à qualidade do que é o mesmo, e sustentada em doutrinas já superadas. Neste artigo propomos *alteridade*, expressão que remete à qualidade do que é outro e que, longe de doutrinante, traz à tona uma teoria mais aberta e mais suscetível à mudança e ao provisório, às identificações sucessivas propostas por Michel Maffesoli. (WEYMAR, 2007)

Naquele momento, não havíamos desenvolvido uma reflexão mais aprofundada acerca de identidade, noção que ainda se apresentava de modo excessivamente restritivo. Hoje, após alguns estudos e reavaliações, diríamos que a expressão *alteridade* foi mantida não como contraponto à idéia de identidade; mas como um adicional, um suplemento de significados, um acréscimo de sentidos.

A expressão enunciada por Rimbaud e que abre este capítulo admite interpretações variadas. Perspectivas psicológicas indicam este outro como algo que no processo criativo vem de dentro, das profundezas do eu, algo inconsciente. Perspectivas psicanalíticas apontam a imbricação entre o eu e o outro, onde um se dilui no outro; a busca eterna em definir os limites de cada e a constatação de que um nasce do outro e usa o outro para traçar seus contornos. Perspectivas educacionais revelam o caráter relacional do ser humano na construção do conhecimento e afirmam que a educação se dá em comunhão. O sentido que nos interessa é vizinho dessas perspectivas e revela o eu múltiplo, vários, escorregadio e fragmentado; o eu que se multiplica e se desloca. Quando declara “O eu é um outro”, “Rimbaud se opõe inegavelmente à teoria tradicional da expressão, segundo a qual o eu, em sua identidade e integridade, seria senhor e garante – *auctor* – de sua palavra: apenas ‘velhos imbecis’ e ‘egoístas’ ‘se proclamam autores’” (COLLOT, 2006). Este sentido é retomado por Maffesoli, em suas identificações sucessivas e por nós, na criação do conceito Projeto de *Alteridade Visual*.

Os designs da modernidade resultam de identificações fixadas em um *eu* autoral centrado enquanto que os projetos pós-modernos resultam de identificações mais fragmentadas, à maneira como os indivíduos contemporâneos “estruturam subjetivamente sua identidade”. As codificações da modernidade se assemelhavam porque, apesar de seus *eus* se suporem únicos e senhores de si, seus designs produziram discursos muito parecidos na medida em que evitavam posições culturais relacionais. Os sistemas de representação produzidos por estes *eus* partiram de posicionamentos em comum: europeus ou norte-americanos, brancos, eruditos e racionais. As codificações dos projetos da pós-modernidade consideram as diferenças profundas que nos constituem culturalmente e a presença do *outro* que também nos forma e estrutura (somos subjetivados pelo outro, a cultura do outro nos subjetiva!). São designs que se pluralizam, que apelam ao racional e ao emocional, ao saber e ao prazer, aos distintos pólos sem dualizá-los. São designs que incluem e também excluem, que sustentam projetos políticos bem como os ignoram. São discursos que geram posicionamentos culturais e, então, inventam identidades culturais múltiplas. São discursos atentos à centralidade da cultura na construção da subjetividade. Suas formas e suas diagramações, no caso do design gráfico, se libertam das *grids*, suas tipografias almejam a visibilidade e refutam o logocentrismo, suas cores extrapolam as paletas tradicionais ao simbolizarem outras paragens...

Identidade e Alteridade no Design Latino-americano

As discussões acerca de design e identidade são recorrentes no Brasil. É praticamente consenso que

O design *gráfico* não teria conseguido incorporar e reproduzir, no nível da linguagem, aqueles traços distintivos que fazem, por exemplo, com que a nossa música popular e nosso futebol sejam reconhecíveis como brasileiros em qualquer lugar do mundo. (SCOREL, 2000, p. 20; grifo nosso)

Os autores que comungam com esta avaliação geralmente atribuem o sentido de identidade cultural àquele que reflete experiências históricas em comum e que partilha códigos culturais. Já discutimos no 1º Capítulo o quanto esta concepção de identidade como descoberta desempenha papel importante nas formas de representação. Todavia, também reconhecemos o quanto uma outra concepção de identidade, aquela que a vê como invenção, é mais compreensiva na medida em que considera a diferença além da unidade. Esta concepção não tem aparecido nos discursos brasileiros e latino-americanos sobre design, o sistema de representação que nos interessa. Estimamos que haja realmente uma pasteurização do design nos países membros da “Comisión...”, países jovens que ainda não têm valores muito sedimentados. Contudo, ponderamos que esta homogeneização é mundial.

Escolher pensar a identidade como invenção engendra novas maneiras de pensar o design aqui produzido. Se nossas identidades são formadas culturalmente e se são construídas e pensadas no interior da representação

O que isto sugere é que a identidade emerge, não tanto de um centro interior, de “um eu verdadeiro e único”, mas do diálogo entre os conceitos e definições que são *representados* para nós pelos discursos de uma cultura e pelo nosso desejo (...) de investirmos nossas emoções em uma ou outra daquelas imagens, para nos *identificarmos*. (HALL, 1997, p. 26)

Estas identificações ou posicionamentos que vamos assumindo durante nossa vida se sedimentam, o que para Hall seriam as nossas identidades e, para nós, a alteridade. Maffesoli chama esta cristalização de estilo. Se a construção de nosso estilo se dá em nossas relações de alteridade, nosso posicionamento em relação ao design será sempre resultado de interlocuções, de polifonias, da presença do outro em nós. Não somos senhores de nosso design e *não somos autores*, conforme nos ensinou Rimbaud. Nossos designs só são autorais na medida em que dialógicos. E esta é uma hipótese que perpassa as fronteiras latino-americanas.

Considerações Finais

Em nossa opinião, as questões culturais relativas ao design dissolvem as fronteiras entre o social e o psíquico e são formadoras de novas subjetividades, num processo de retroalimentação contínuo. Se as fronteiras são dissolvidas pela cultura, esta mediadora das novas relações sociais, a decodificação de objetos culturais (um dos objetivos da Pedagogia do design) também produz novos posicionamentos no receptor/aprendiz. Nosso texto não teve a pretensão de tratar do tema recepção, mas não incluí-lo não se justifica numa escrita que vislumbra a intersecção de várias vozes ao negar a perpetuação de disjunções clássicas.

Ao final do 1º Capítulo, consideramos que as identidades referidas no documento elaborado pela “Comisión Diseño e Identidad” têm se associado com a questão política e representam um design de resistência ao design globalizado, mas concluímos que aquele discurso deve ser repensado a fim de incluir os estudos de subjetividade na estruturação das identidades o que, acreditamos, poderia gerar identidades mais maleáveis por suas culturas e menos fixadas ao passado. Já ao cabo do 2º Capítulo, refletimos acerca da *cultura* como constituinte da *subjetividade* do designer. Acordamos que *design* autoral hoje é aquele que inclui a alteridade. Projetamos um singelo circuito (FIGURA 1) de nosso pensamento e consideramos que as possíveis *identidades* inventadas ou apenas descobertas através do design e em diálogo com outras identidades estabelecem o que entendemos por *comunicação*, pressuposto fundamental de todo e qualquer projeto *político*.



Figura 1

O aprendizado acerca de design na América Latina pode encarar o debate sobre identidade de modo mais profícuo se incluir as relações de alteridade em seus discursos. Posicionamentos mais maleáveis não descaracterizam nossa cultura e nossos projetos políticos. Ao contrário, identidades mais maleáveis fortalecem nossos aspectos filosóficos, sociais e comunicacionais.

Referências

Actas de Diseño 3. **II Encuentro Latinoamericano de Diseño: Diseño em Palermo.** Comunicaciones Académicas. Facultad de Diseño e Comunicación. Universidad de Palermo. Julio y Agosto 2007, Buenos Aires:

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

COLLOT, Michel. **O outro no mesmo.** In: Alea, vol. 8, nº 1 Rio de Janeiro, 2006. (<http://www.scielo.br>)

ESCOREL, Ana Luisa. **O efeito multiplicador do design.** São Paulo: Ed. Senac SP, 2000.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e Estudos Culturais** (notas de aula). Porto Alegre: PUCRS, 28 de setembro de 2007.

HALL, Stuart. *Identidade Cultural e diáspora.* **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, nº 24, 1996.

HALL, Stuart. *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais de nosso tempo*. **Revista Educação e Realidade**, Porto Alegre, nº 22 (2), p. 15-46, jul/dez 1997.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidade e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola.

MATTELART, Armand e NEVEU, Érik. **Introdução aos estudos culturais**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa: Projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker, 2001.

WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa. *Cinco pressupostos para um design gráfico compreensivo: Projeto de Alteridade Visual para o grupo Socom 2007*. **IX Seminário Internacional de Comunicação: Simulacros e (dis)simulações na sociedade hiper-espetacular**. Porto Alegre: PUCRS, 2007.

WOODWARD, K. *Identidade e diferença: uma introdução*. In SILVA, Tomaz Tadeu da (org.) **Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

ANEXO

Foro de Escuelas de Diseño

Encuentro Latinoamericano de Diseño

Comisión Diseño e Identidad

Coordinación: Valdés de León, G.A. / Ximena González Elicabe.

Relatores: Andrea Guillén (Universidad Artes y Ciencias Sociales, Chile) e Carlos Mirabete (Escuela de Diseño en el Habitat, Neuquén, Argentina)

1) Los participantes coinciden en que existe un desconocimiento recíproco acerca de la producción, práctica y teórica, de los diseñadores de los otros países de Latinoamérica. Este Encuentro ha generado una suerte de "catarsis" al facilitar el contacto personal entre docentes y profesionales de distintas nacionalidades, formación y experiencias. Se propone trabajar por una mayor integración, estableciendo redes que posibiliten la circulación de información entre las instituciones y los diseñadores, aprovechando las ventajas que ofrecen los actuales medios tecnológicos.

2) "Porqué nos preocupa tanto la cuestión de la identidad ?" Es cierto que la identidad es algo que se posee pero que no puede ser leída por quien la posee? Los participantes sostienen que, en tanto latinoamericanos, poseemos una identidad propia que más que construirla debemos darla a conocer, tanto a través de la propia producción como mediante discursos que la expliciten. Nuestra identidad es un proceso dinámico que se caracteriza por la diferencia: somos diferentes a los no-latinoamericanos y somos diferentes entre nosotros mismos. El resultado es la multiplicidad de expresiones culturales cuya riqueza, a veces contradictoria, nos identifica ante los demás -y ante nosotros mismos. Las Universidades y los diseñadores deben asumirse como generadores y gerenciadore de dicha identidad.

3) El rol profesional que cumplen los diseñadores en Latinoamérica, a diferencia de los países industrializados, se define como multifuncional, diseñadores "multiuso" puesto que debe asumir como propias incumbencias que en el Primer Mundo son asumidas por especialistas. Tal situación puede ser percibida tanto como una ventaja competitiva o como una instancia que debería ser superada en el futuro.

4) Una posibilidad de reformular este rol sería encararlo desde la triada Arte (como "alma" o espíritu individual y colectivo), Artesanía (en tanto técnica, tanto ancestral como incorporada en los procesos de modernización) y Diseño (en función del usuario.)

5) Los participantes destacan el rol estratégico que cumplen las Universidades en la formación de los nuevos diseñadores: sin desconocer las demandas legítimas del Mercado deben priorizar la formación de diseñadores con sensibilidad social, capacitados para resolver los problemas concretos que plantea el entorno local y nacional.

6) Para que estos propósitos no se queden en meramente declarativo y superen la instancia de las buenas intenciones se propone que las Universidades incorporen la problemática de Latinoamérica en sus programas de estudio, con programas de investigación cuyos resultados puedan ser socializados por el colectivo de docentes y estudiantes. Un objetivo posible sería la institucionalización de una Cátedra Latinoamericana en las respectivas curriculas.

7) Recuperar y valorizar la memoria y las tradiciones locales que, dada nuestra condición mestiza, hunden sus raíces tanto en la herencia de los pueblos originarios como en los aportes de las masas de inmigrantes que constituyen nuestro ser, como forma efectiva de resistencia a la presión totalizadora de la Globalización, sin perjuicio de saber renunciar a aquellos localismos que obstaculicen nuestra integración.

8) Se propone que las Universidades comprometidas con estos proyectos elaboren programas de movilidad e intercambio permanentes y sustentables de docentes, investigadores y estudiantes que conduzcan a una eficaz interrelación y crecimiento recíproco.

Buenos Aires, agosto 1, 2007.

Participantes:

Gianpietro Sanzi. Facultad dos Inmigrantes. Porto Alegre. Brasil.

Carla De Stéfano. Instituto Andrea Palladio. Mar dei Plata. Argentina.

Ganzalo Alarcón Vida\, Universidad Autónoma Metropolitana. México.

Leticia Hernández Alarcón. Universidad Autónoma Metropolitana. México.

Amparo V.López. Universidad Pontificia Bolivariana. Antioquia. Colombia.

Alejandro Otalora. Universidad Autónoma de Colombia.

Edgar Andrés Moreno. Universidad dei Norte. Barranquilla. Colombia.

Alejandro Osorio. Escuela de Diseno. Universidad de Valparaiso. Chile.

Mariena Rumie Bertoni. Escuela de Diseno. Universidad de Valparaiso. Chile.

Pablo Escobar. Universidad de Concepción. Chile.

Lauer Alves Nunes dos Santos. Universidade Federal de Pelotas. Brasil.

Daniela Pasquet. Univesidad Nacional de Misiones. Argentina.

Rodrigo Viana Ruiz. Universidad de Medellín. Colombia ..

Carlos Mirabete. Escuela de Diseno en el Habitat. Neuquén. Argentina.

Mara Santana. Universidade de Santa Catarina. Brasil

Alexander Pulido. Universidad Católica. Ecuador.

Andrea Guillén. Universidad de Artes y Ciencias Sociales. Chile.

Sandra Tineo. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima. Peru.

Rafael Vivanco. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima. Peru.

Rina de Martínez. Universidad deI Arte. Panamá.