

# 1

## Introdução

Ponto de encontro de múltiplas, distintas e diferentes identidades, é assim que vejo a Amazônia. Essa mistura de verde, terra, homens, mulheres e água, dispersa em cerca de 5.500.000km<sup>2</sup> e que tem a grandiosidade como marca. Por vezes enigmática evocando diferenças, ocultando realidades, num mixto de força e fragilidade. Amazônia que nos discursos parece mais feminina que masculina, por isso solitária, edênica, indefesa, fruto de uma discursividade que de tão repetida, parece constituir-se imagem absoluta, quase sacralizada, produto do outro, causa e consequência de si.

Diante da grandiosidade que é a Amazônia, circunscrevo minha fala a uma parte dela, a um espaço específico, correndo o risco de perpetuar as noções que, por uma leitura das partes generalizam, essencializam e exotizam o todo. Assim, circunscrevo a reflexão e o estudo ao estado do Amazonas, localizado na Amazônia brasileira.

Este estado conta com uma população de 3.480.937<sup>1</sup> habitantes, com 87% deste contingente vivendo em zonas urbanas. Falar em população no Amazonas remete invariavelmente a uma associação com os povos indígenas, que hoje corresponde a aproximadamente 4% da população do estado, distribuída em 64 (sessenta e quatro)<sup>2</sup> etnias. Meu ponto de observação ou, parafraseando Torrinho, meu “porto de lenha”, é sua capital Manaus. Uma cidade estratégica, que antes de se tornar a sede da Capitania de São José do Rio Negro, chamava-se Lugar da Barra do Rio Negro. Localizada no coração da Amazônia brasileira, é a cidade mais populosa da Região Norte do Brasil. É palco do encontro das águas turvas do Rio Negro com as águas “barrentas” do Rio Solimões que não se misturam, como se remetessem à dualidade entre complexidade e simplicidade, enquanto requisitos necessários à sua contemplação e compreensão.

---

<sup>1</sup> BRASIL. IBGE - Censo, 2010.

<sup>2</sup> Governo do Estado do Amazonas, 2011.

Cidade que cresce a cada ano, Manaus abriga uma população estimada em 1.832.423 habitantes. Miscigenada, inquieta e desejosa de ser “gente grande”, a capital do Estado do Amazonas apresenta índices de crescimento acima da média das capitais brasileiras, acolhendo migrantes como eu que, num primeiro momento, acovardam-se diante da grandiosidade das árvores que estão no entorno da cidade, ao mesmo tempo em que se espantam com as imagens de modernidade, de cidade grande que Manaus cria e recria no seu afã de ser adulta e senhora de si.

Neste percurso, tanto Manaus como o estado do Amazonas em sua extensão constituem-se em espaços de identidade. Identidades inventadas, reais, tradicionais, locais, criadas a partir de imagens que contam histórias e estórias, falam de pessoas, de espaços, de fatos e artefatos, dos avanços e retrocessos. Relatam eventos sob a perspectiva de quem imagina, de quem conta a história, de quem ouve a história e nem sempre toma em consideração quem vive e quem faz a história. No caso de Manaus, assim como noutros lugares, as imagens e identidades construídas sobre esse lugar nem sempre corresponderam à realidade daqueles que viveram a história. No entanto e diante da força de quem conta, dos meios que utiliza para o relato e dos processos empregados, de tanto ser propagada e repetida, parece que imagem e realidade se misturam de tal forma que, mesmo distante e equivocada, cristalizam-se como um discurso, uma prática e uma identidade.

Estas constatações sobre a identidade cultural, no espaço da cidade de Manaus e que tendem a extrapolar para as atividades de ensino ali desenvolvidas, descortinaram-se para mim quando dos estudos de mestrado realizados no Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal do Amazonas – UFAM. Naquele momento as investigações sobre a relação cultura e sinestesia, através da pesquisa de campo, evocou aspectos de uma identidade cultural que, àquele momento não se apresentavam claros aos meus olhos. Foi somente a partir do convite para atuar como docente em cursos de design no ano de 2002, objetivando disseminar a ideia de sinestesia entre os acadêmicos do então curso de Design de Interface Digital da atual Faculdade Fucapi, que os questionamentos sobre a identidade cultural passaram a ganhar relevo e a constituir-se objeto de reflexão. Assim e antes de tudo, quero explicitar quatro balizamentos que norteiam esta pesquisa.

O primeiro deles refere-se ao fato de que, apesar do ensino do design estar situado na cidade de Manaus, capital do estado do Amazonas faço referência, neste estudo, ao “ensino do design no Amazonas”, encarando essa amplitude como um ato de resistência, baseado na ideia de que uma reflexão sobre o ensino do design não pode prescindir de pensar o estado enquanto região política mais abrangente uma vez que, no fluxo capital e interior encontram-se pessoas, culturas, ideias, bem como demandas e problemas.

Assente ainda na impossibilidade de refletir sobre qualquer aspecto que envolva a cidade de Manaus dissociada do seu entorno, penso que imaginar a cidade, por mais singular que ela seja, sem andar pelas cercanias, por suas florestas e barrancos ou mesmo, sem ter a experiência de navegar em seus rios, afasta a oportunidade de se ter uma experiência sensível com outras racionalidades que excedem em muito as racionalidades que governam a vida urbana e citadina. Sob essa ótica, este estudo se ocupou em pensar o ensino do design no Amazonas a partir de Manaus, mas, de forma alguma tomando-a como a única referência. No atual estágio de assimetrias que envolvem o urbano e o rural, ou ainda as águas e o asfalto, penso que não é possível pensar em Manaus sem pensar no interior do Amazonas como unidades intervenientes e complementares.

O segundo balizamento advém da polissemia e amplitude que cercam o conceito de identidade, polissemia esta que apresenta-se como um problema e uma oportunidade. Um problema porque trata-se de um conceito que reúne elementos díspares e dicotômicos, reunidos sob um mesmo signo e com o objetivo de criar uma relação de proximidade e vizinhança entre eles. Oportunidade porque esta mesma dicotomia e disparidade favorece, o exercício de uma imaginação criativa necessária à superação dos reducionismos conceituais que insistem em reforçar as imposições em detrimento do diálogo.

Pensando ainda na polissemia, acrescenta-se à identidade o adjetivo de saber, o cultural que, em sentido figurado é definido a partir de um conjunto de conhecimentos que determinados indivíduos e grupos detêm. Igualmente, os discursos tendem a se dar sobre identidade cultural e tendem a reforçar a sensação de que hoje, se as identidades são e estão cada vez mais pulverizadas e instáveis, o

mesmo acontece com a cultura e com o conjunto de saberes que ela comporta, confrontada agora, com cânones para além dos academicamente consagrados.

O terceiro balizamento advém dos vínculos entre identidade e modernidade. Para tanto, parto da premissa de que, respeitados os devidos contextos e raio de ação, a identidade cultural possui uma vinculação com o projeto de modernidade ocidental ligado às contradições entre a solidariedade e a identidade, entre a justiça e a autonomia e entre a igualdade e a liberdade, como indicativos das dificuldades de realização do projeto da modernidade num período de capitalismo liberal<sup>3</sup>. Tais vínculos apresentam-se como consequência das transformações das energias emancipatórias em energias regulatórias onde a autonomia do indivíduo e o gradativo afastamento/negação da solidariedade social, no âmbito de uma sociedade cada vez mais governada, pelas racionalidades moral-prática e científico-técnica, tem impacto direto sobre a percepção que indivíduos e coletividades têm sobre si, sobre o e seu entorno e sobre suas identidades.

Por outro lado, a discursividade construída em torno da dualidade indivíduo e comunidade, bem como as crescentes pressões para autonomização daquele, enquanto ideal de modernidade a ser alcançado pelo ocidente, quando não anulou por completo as relações de dependência entre indivíduo e comunidade, colocou-os em questão. É nesse cenário que a compreensão sobre as formas como vão se organizando tais processos, representam um ponto central para esta investigação e tem como objetivo, não apenas entender como essas instâncias se entrecruzam e se mesclam, mas também perceber como elas criam oportunidades para a emergência de outras interpretações sobre as relações entre indivíduo e comunidade ou, sendo mais específicos, entre identidade e modernidade, tomando o ensino do design no Amazonas como *locus* dessa reflexão.

O quarto balizamento advém da inter-relação entre design, modernidade e identidade cultural. Esta constatação advém de uma extensa revisão de literatura realizada, em obras publicadas no campo do design com foco no tema da identidade cultural. Naquele momento, Maristela Ono, Dijon de Moraes e André Villas-Boas já apresentavam um conjunto de estudos e publicações representativas no tocante ao tema. Juntaram-se a essas obras reflexões presentes

---

<sup>3</sup> Santos, 2006(b) p. 79

em Anais do P&D<sup>4</sup> e do CIPED<sup>5</sup>, o que permitiu, além dos autores supracitados, incorporar as ideias de Karine Queiroz e Carlos Rojas Niño, por apresentarem um conjunto significativo de artigos lendo o tema da identidade cultural a partir do cenário amazônico. Meu objetivo principal, ao realizar tal revisão era entender como o tema da identidade cultural vinha sendo discutido no campo do design no Brasil e sob qual perspectiva, numa tentativa de aproximação que sinalizasse pistas para pensar o ensino do design no Amazonas.

Em Maristela Ono<sup>6</sup>, pude perceber uma preocupação com a identidade cultural enquanto um recurso necessário para conter a uniformização da cultura. A leitura dos escritos de Maristela permitiu compreender que, a autora vê a “valorização e o respeito aos referenciais e contextos culturais locais”<sup>7</sup>, como caminho para a diferenciação dos artefatos, com vistas à sua comercialização e incremento da competitividade. Na mesma linha está o discurso de Dijon de Moraes, para quem o design brasileiro precisa superar a mímese<sup>8</sup>, sendo que a identidade cultural funcionaria como uma categoria/sinal de distinção entre as culturas<sup>9</sup>.

Em Dijon foi possível perceber que as questões tais como a afirmação da “identidade”<sup>10</sup>, a denúncia com relação à ausência de unicidade da identidade cultural do design no Brasil<sup>11</sup> ou ainda, a necessidade de “valorização dos aspectos locais e da identidade cultural dos artefatos industriais”<sup>12</sup>, permitem entender que a relação entre o campo do design e a ideia de identidade cultural, para Dijon de Moraes, fazem parte de um projeto ainda em formação, constituindo-se em um desafio para o país e para os designers, a decodificação<sup>13</sup> da identidade cultural brasileira, por meio dos produtos de design.

Numa outra vertente, Andre Villas-Boas, pergunta: *Por que a identidade nacional voltou a ser uma questão importante?*<sup>14</sup>. Ele procura responder esta

<sup>4</sup> Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D

<sup>5</sup> Congresso Internacional de Pesquisa em Design – CIPED

<sup>6</sup> Ono, 2006 p.17

<sup>7</sup> Ono, 2006 p.88

<sup>8</sup> Moraes, 2006 p.58

<sup>9</sup> Moraes, 1999, 2004, 2006

<sup>10</sup> Moraes, 2006 p. 69

<sup>11</sup> Moraes, 2006 p.169-170

<sup>12</sup> Moraes, 2008a p. 1045

<sup>13</sup> Moraes, 2008b, p.1045

<sup>14</sup> Villas-Boas, 2000a p.809; 2002a

questão utilizando uma estrutura conceitual em que apresenta as causas e consequências da adoção do modelo da identidade nacional como único e legítimo<sup>15</sup>. Para ele, o modelo de construção da identidade nacional esteve baseado eminentemente na exclusão das diferenças, criando um padrão hegemônico de identidade a serviço da ideia de nação<sup>16</sup>. Desse modo, na concepção de Villas-Boas, instâncias tais como o Design Gráfico, são chamadas a produzir, representar e disseminar tal perspectiva de identidade. No entanto, reconhece que, em decorrência da contradição permanente entre tradição cultural nacional e internacionalismo, a questão da identidade nacional continuava sendo, até àquele momento, incômoda para o Design Gráfico<sup>17</sup>.

Além disso, Andre Villas-Boas verifica que em função do seu caráter híbrido, a identidade não pode representar para o Design Gráfico, “a adoção unitária e permanente de um estilo, sob pena de pôr em jogo sua própria soberania”<sup>18</sup>. Assim, o autor vai posicionar-se em defesa do discurso da identidade cultural no âmbito do Design Gráfico, ao afirmar que tal enunciação incentiva ou requer do campo “soluções projetuais originais “eminentemente autóctones”<sup>19</sup>; esta posição indica o seu compromisso com um discurso de identidade cultural como estratégia de ruptura face às perspectivas homogeneizadoras e hegemônicas que permeiam o campo do Design Gráfico no Brasil.

Por outro lado e tomando a região amazônica como o seu *locus* de observação, Karine Queiroz e Carlos Rojas Niño<sup>20</sup>, elegem a cultura material como caminho para suas reflexões sobre identidade cultural. Os autores identificam, no contexto da modernidade e da globalização, uma tendência a anular as diferenças em prol de uma identidade única e integradora, em termos dos produtos. Essa questão, segundo os autores, retardou por algum tempo a discussão sobre a singularidade, quando o assunto é a identidade cultural.

Por conta deste processo, Queiroz e Niño vêem as consequências do “intercâmbio material e simbólico realizado pela mídia, e sua influência sobre as

---

<sup>15</sup> Villas-Boas, 2000a.; 2002a; 2000b

<sup>16</sup> Villas-Boas, 2002a p.59

<sup>17</sup> Villas-Boas, 2002a

<sup>18</sup> Villas-Boas, 2002a p.72

<sup>19</sup> Villas-Boas, 2002a 2002a p.51

<sup>20</sup> Queiroz, 2003

práticas geradoras de identidade”<sup>21</sup>, como impulsionadoras das discussões sobre identidade cultural no cenário amazônico. Por outro lado, o apelo pela marca Amazônia, enquanto ícone e símbolo, no que concerne ao consumo de produtos oriundos dessa região, coloca para Queiroz e Niño<sup>22</sup>, a necessidade de uma revisão consciente dos usos dessa identidade/marca, bem como do consumo ligado aos produtos da Amazônia.

Assim, Queiroz e Niño<sup>23</sup> identificam quatro grandes tópicos para reflexão, no que diz respeito à discussão sobre a identidade cultural no âmbito da Amazônia, a saber: (1) a apropriação de saberes e usos culturais, por meio dos produtos oriundos desta região; (2) o desequilíbrio gerado pela importância dada aos sistemas vinculados às formas de racionalidade moderna, em oposição àqueles de ordem comunitária, interativa e simbólica; (3) o papel do design e do designer no processo de materialização de um “Design Amazônico”, através da identidade cultural e (4) a dinâmica da sustentabilidade que reclama a emergência de novos paradigmas produtivos na Amazônia.

Tal constatação permite, no plano teórico, uma leitura sobre a relação entre identidade, design e modernidade no Brasil e no Amazonas. Trata-se de um palco, por meio do qual se dão os processos de interpretação, de transferência identitária, abrindo espaço para as interrogações sobre os nexos que se estabelecem entre ensino do design e identidade cultural no Amazonas por meio dos discursos dos docentes em design, tal como ocorrem nesta pesquisa. Tais docentes são vistos como um grupo de atores sociais, que possui uma compreensão específica e um modo de ver culturalmente situado, passível de ser inquirido, questionado com vistas à sua compreensão. Isto porque, no que se refere ao ensino do design no Amazonas, é necessário perguntar como o conceito de identidade cultural vem sendo tratado, sob que perspectiva e quais as oportunidades críticas que tal conceito oferecem ao ensino do design nesta região do país.

Esse conjunto de balizamentos, posicionamentos e opções conduz à pergunta central desta tese, qual seja: **quais recomendações, a partir de quais enquadramentos teórico-metodológicos, podem ser dadas ao ensino do design no Amazonas, visando à compreensão do conceito de identidade cultural?**

---

<sup>21</sup> Queiroz, 2003 p.4

<sup>22</sup> Queiroz e Niño, 2006b

<sup>23</sup> Queiroz, 2005 e Queiroz e Niño, 2006a; 2006b, p. 3

Para dar conta desta interrogação, o procedimento metodológico adotado baseou-se numa abordagem de cunho qualitativo para o tratamento dos dados advindos tanto do *corpus* teórico como da empiria. O *corpus* teórico foi tratado utilizando-se um conjunto de procedimentos de leitura oriundos da pesquisa bibliográfica. Os dados empíricos foram obtidos através da realização de sessões de Grupo Focal com docentes que atuam em cursos de design no Amazonas, gerando uma massa de dados que foram tratados utilizando-se as etapas de aproximação, compreensão e apropriação, objetivando chegar a um entendimento sobre os conceitos apresentados pelos docentes em design no Amazonas ao se referirem à ideia identidade cultural e que no confronto entre *corpus* teórico e empiria, culminaram em recomendações ao ensino do design no Amazonas a partir do conceito de identidade cultural.

A seguir apresento, através da Tabela 1, um plano geral dos objetivos e conteúdos visando fornecer ao leitor um panorama geral da tese.

Questão Central	
Quais recomendações, a partir de quais enquadramentos teórico-metodológicos, podem ser dados ao ensino do design no Amazonas, visando à compreensão do conceito de identidade cultural?	
Capítulo 2	Conteúdo
<b>Racionalidade moderna e outras racionalidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Design e modernidade</li> <li>• O paradigma da modernidade</li> <li>• A ideia de modernização</li> <li>• Rumo a outras racionalidades</li> </ul>
Objetivos	
Compreender de que forma as energias emancipatórias foram sendo transformadas em energias regulatórias procurando identificar interseções que oportunizem pensar o campo do design.	Analisar a ideia de modernização, enquanto corolário do paradigma da modernidade ocidental, e suas implicações para o ensino do design no Brasil e no Amazonas.
Capítulo 3	Conteúdo
<b>Entre leituras e sentidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abordagem qualitativa</li> <li>• Etapas e fases da pesquisa</li> <li>• Leitura dos dados</li> </ul>

Objetivos	
Informar os procedimentos metodológicos que foram sendo adotados durante a realização da pesquisa, a partir da caracterização do problema e sua ressonância com um estudo de cunho qualitativo.	Apresentar as etapas desenvolvidas, bem como os procedimentos e técnicas utilizados no levantamento dos dados <i>teóricos e empíricos</i> como também as estratégias utilizadas durante a organização, análise e interpretação dos dados.

Capítulo 4	Conteúdo
<b>Identidade cultural: região, tradição e comunicação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Região</li> <li>• Tradição</li> <li>• Comunicação</li> <li>• O que pensam os docentes</li> </ul>

Objetivos
Registrar os conceitos surgidos nos grupos focais da discussão sobre identidade cultural e desenvolver sua compreensão crítica, a partir de referencial teórico específico, ligado à questão da emancipação.

### Considerações finais

Objetivo
Propor recomendações para o ensino do design no Amazonas a partir do conceito de identidade cultural.

Tabela 1 – Plano da tese  
Fonte: Elaborada pelo autor