

4

Design e os bens simbólicos da cultura amazônica

Zéfiro começou a recitar poemas franceses, primeiro Lamartine, depois Victor Hugo, por fim Baudelaire. Repetiu com uma voz pastosa nomes de ruas de Saint-Germain, deu um pouco de ânimo. Quando se cansou, os olhos vermelhos e aguados fixaram-se no mapa da cidade que sempre sonhou conhecer. Agora era tarde demais. Bocejou, a cabeça oscilou e estalou no encosto.

Milton Hatoum

Dois poetas da província, Cidade Ilhada

Durante essa pesquisa argumentamos que há uma especificidade do Design em relação às categorias de espaço e tempo na modernidade. Quanto ao tempo, o Design se encontra submetido ao confronto das diferentes temporalidades que tentam se legitimar e sobreviver à dinâmica de achatamento cultural posto em prática pela massificação da cultura na globalização, um esforço concomitantemente ao intuito desta de também impor um ritmo e uma cadência uniforme para pautar a temporalidade das instâncias de produção, circulação e consumo dos bens em geral. Nesse sentido, os exemplos mais patentes são os ciclos da moda e a obsolescência programada dos eletrônicos. Em relação ao espaço, destacam-se as iniciativas para flexibilizar e controlar o trânsito dos agentes, dos objetos e do próprio capital: as forças produtivas do capitalismo flexível que forçam a distinção entre centro e periferia, o alcance dessa produção e o acesso restrito dos agentes aos lugares e produtos tidos como mais legítimos. Outros exemplos são as políticas (anti)imigratórias, que dificultam o trânsito dos cidadãos de modo geral ao mesmo tempo que cooptam da “periferia” os agente detentores de capital simbólico (intelectual, esportivo,

artístico, etc.), políticas que sustentam e dão continuidade a essa assimetria. Essas são algumas das formas mais evidentes pelas quais a globalização realiza sua visão de mundo no controle do tempo e do espaço contemporaneamente.

No que diz respeito à região amazônica, o capítulo anterior mostrou como a dinâmica moderna moldou e se conformou às particularidades regionais, tanto no tempo quanto no espaço. Damos particular ênfase a esse processo no que tange o mercado de bens simbólicos regional, um processo que pode ser ilustrado pelo trecho do conto de Milton Hatoum do qual escolhemos como epígrafe do capítulo. No breve relato são apresentados os dois poetas da província, um deles é um modesto professor de francês, que por questões políticas fora proibido de dar aula, nunca publicará um livro por não querer se relacionar com o Governo local e que conversava com todos os francófonos que vieram à Manaus, tais como Henri Michaux, Sartre e Simone de Beauvoir; “a paixão dele por Paris era pública, e por vezes patética”. O outro é um herdeiro de uma família abastada da cidade que estudou francês com o professor e agora pretende escrever um livro de poesia nos dois anos que irá morar em Paris, com tudo pago e sem precisar trabalhar.

O conto se desenrola quase todo no restaurante do Hotel Amazonas quando este ainda era um hotel. Trata-se do mesmo edifício que foi apresentado no capítulo anterior como uma das primeiras edificações modernas da cidade, que atualmente é identificado como Edifício Ajuricaba. Percebe-se claramente como o “centro de mundo”¹ do professor se encontra em Paris, este jamais entrou em um barco, nunca conheceu a outra margem do Rio Negro. Sabe as ruas dos principais bairros de Paris e fala com propriedade da cidade, mesmo sem jamais a ter conhecido. Apesar de todo esse capital cultural, está “condenado” a viver em Manaus. Seu aluno, um bom aluno diga-se de passagem, é quem vai ficar dois anos em Paris, é ele quem paga o Bourdeaux safra de 1972 (o conto se passa em 1981) e que depois vai embora em um Malibu azul. De tão inocente, carece da *noblesse oblige* de que fala Bourdieu, quando deselegantemente pergunta se o professor não tem interesse em visitá-

¹ A noção de centro do mundo fora já apresentada, é um recurso epistemológico que Mircea Eliade utiliza para explicar o senso de realidade dos povos pré-modernos. O uso da expressão para ilustrar o pensamento de um sujeito moderno é anacrônico, sabemos disso. O intuito é evidenciar a razão de seu anacronismo, se para os pré-modernos o centro era um centro simbólico porque fora coletivamente construído a partir das práticas e do *habitus* coletivo daquelas sociedades, no caso do professor, esse centro é uma construção efêmera, ele não só não faz parte do grupo que o construiu esse local de realidade como sua visão de Paris é uma construção dissociada das práticas daquele local.

lo em Paris, não consegue enxergar que há uma enorme diferença no espaço dos possíveis de cada um. Ainda que houvesse ali um capital simbólico compartilhado, havia uma enorme diferença no capital financeiro daqueles agentes.

Durante o conto, um grupo de turista também almoça no restaurante, bebem caipirinhas, comentam a beleza do encontro das águas no Rio Negro (ou Rio Amazonas, não sabem ao certo) e imitam de modo caricato os indígenas e seus rituais com os objetos de artesanato que acabaram de comprar. Temos, portanto, no mesmo ambiente, de um lado, dois amazônidas que bebem um sofisticado vinho francês enquanto discutem poesia e filosofia, e de outro, turistas que bebem cachaça com limão e açúcar e agem como selvagens, ou pelo menos, do modo como imaginam que agem os selvagens.

Fica evidente no conto como o pertencimento a um determinado espaço físico nem de longe indica necessariamente uma proximidade no espaço simbólico. Como na compressão de espaço e tempo, é possível não apenas encurtar as distâncias físicas por meio do capital financeiro como também é possível se construir enquanto sujeito social em um espaço simbólico distinto daquele ao qual o sujeito transita. Essas “ações criativas” são passíveis de serem realizadas tanto por sujeitos quanto em coisas. Ambos os poetas queriam se ressignificar enquanto amazonenses, para isso, tentaram acumular o capital simbólico e cultural dominante, que apontava Paris e suas criações como a epítome da civilização. Quanto às coisas, as relações contextuais podem ressignificar os objetos dotando-os de valores distintos daqueles pretendidos pelos seus criadores, o vinho Bordeaux como símbolo de distinção e o uso pejorativo dos artefatos indígenas por parte dos turistas demonstra isso.

Partimos dessa perspectiva para agora explorar e evidenciar como o processo de construção do Campo do Design no espaço social amazonense, como este se singulariza, adquire seu sentido e dá sentido aos objetos por ele produzido. Precisamos ainda identificar com mais clareza o papel do Design enquanto campo de produção de bens simbólicos nas trocas simbólicas que ocorrem na cultura amazônica, tendo como espaço de análise, o design produzido no Amazonas. Por entendermos que ao Design não cabe somente os aspectos pragmáticos da produção industrial capitalista, visto que ele configura valores e os materializa nos objetos e produtos industriais, pode-se afirmar que essa prática se relaciona também aos aspectos subjetivos da compressão de espaço e tempo que ocorre atualmente, tal como alguns dos processos que

elencamos no início do capítulo. Assim, além de ter uma atividade concreta e objetiva, a produção de bens no paradigma produtivo contemporâneo, ao mesmo tempo o Design possui uma dimensão ideológica nessa dinâmica.

Para dar continuidade nesse tipo de investigação, do aspecto objetivo e subjetivo do design, faz-se necessário um aparato metodológico oriundo das ciências sociais, tal como o que foi apresentado no segundo capítulo ao analisar os campos de produção de bens simbólicos na modernidade. No caso, para contextualizar o Design em tal problemática, utilizamos as noções propostas por Bourdieu para o estudo desses campos, como por exemplo a noção de *habitus* e de campo.

A noção de *habitus* pode então ser definida como uma espécie de senso prático que o agente utiliza para se colocar e agir diante de uma situação ou um fato social. Um conjunto de disposições para agir socialmente que não passam pela consciência do indivíduo. São características que são naturalizadas ao longo do tempo, ou seja, o *habitus* se configura como um sistema de preferências adquiridas, resultado da incorporação subjetiva de estruturas objetivas que, de modo quase “homeopático”, se concretizam em estruturas cognitivas duradouras. Então, quando se sabe agir de acordo com o que uma determinada classe ou grupo social espera que se aja, sem que para isso, precise calcular como agir, significa que o agente incorporou adequadamente esses valores, que seu corpo naturalizou de modo tácito, o *habitus* de uma determinada classe ou grupo social. Evidentemente que os agentes são dotados de um gosto, de uma visão de mundo e de preferências que, por mais que sejam partilhadas por outros indivíduos do tecido social de que este faz parte, acabam caracterizando sua singularidade, sua subjetividade, mas lembremos que toda subjetividade é construída por meio de relações objetivas subjetivadas. Logo, a noção de *habitus* se relaciona diretamente com a noção de prática, que se configura na exteriorização dessa singularidade, podendo reforçar ou confrontar a estrutura interiorizada. Essa estrutura interiorizada e naturalizada de referências e preferências definem esquemas de ação para diferentes situações, sendo algumas extremamente práticas que direcionam o que fazer, como agir ou se portar (BOURDIEU, [1994] 2008: 42 – 43).

A partir da noção de *habitus*, Bourdieu ([1994] 2008: 22 -23) coloca a noção de campo para explicar a configuração e autonomia de certos domínios do espaço social. Nesse sentido, o campo é um espaço simbólico estruturado socialmente, ou seja, um microcosmo social relativamente autônomo. O campo

se configura pela posição social dos agentes que nele se inserem e pela relação de uns aos outros, sendo essa inserção uma relação estabelecida em torno de determina prática e do capital simbólico decorrente desta, além do interesse compartilhado em disputar os troféus específicos do campo; em última instância, todo campo possui um capital simbólico referente ao reconhecimento mútuo do poder acumulado pelos pares naquilo que o campo entende como valioso. Essa inserção e pertencimento a um campo ocorre de modo tácito, como um jogo em que as regras foram naturalizadas, o que faz com que o *habitus* individual, por meio das práticas legítimas no campo e das trocas simbólicas relacionadas a estas, configure e se configure no *habitus* coletivo, ou usando os termos mais caros ao autor, que a estrutura estruturada opere como estrutura estruturante. Compreender um campo e sua gênese é compreender aquilo que lhe dá sustentação, o jogo que nele se joga, essa compressão é um recurso que nos obriga ver as suas obras sob uma dupla perspectiva, dos interesses internos e dos externos. Assim, a situação e posição dos agentes e instituições em um campo é decorrente do capital simbólico acumulado por estes, isto é, é decorrente daquela parcela de capital simbólico que o agente ou instituição possui do todo do capital simbólico que circula no campo. Essa situação e posição que irá determinar a relação deste com os demais agentes e instituições que a esse campo pertencem, se essa relação é de dominação, subordinação, homologia, etc. Esse é um entendimento que a primeira vista pode parecer um simples economicismo das práticas simbólicas, mas que na verdade se mostra como uma homologia entre as práticas, de propriedades gerais válidas; não é que da economia se aproprie esse tipo de aparato, mas que na economia este se mostre mais evidente (BOURDIEU, 1989: 69).

As instâncias de produção, circulação e consumo que estruturam os campos de produção de bens simbólicos são produtos de sua história social. São estruturadas, pois elas estão a mercê do que acontece no campo, e também são estruturantes, pois é nelas que ocorrem as trocas simbólicas que se legitimam as práticas do campo e assim se consolida o seu capital simbólico. Quando temos como exemplo a criação de um curso de Design em um dado meio social, uma cidade ou um estado onde antes não havia tal curso, para ser reconhecido pelo campo esta nova instância de formação precisa obedecer às regras legítimas para o campo (quais disciplinas serão ministradas, a bibliografia reconhecida, as exigências burocráticas para delimitar quem poderá dar aula nesse curso, etc.). Trata-se ao mesmo tempo de uma forma de legitimação

social dessa disciplina, pois esse novo curso expande o espaço de atuação do campo e permite a entrada de novos pretendentes, como também uma maneira de reforçar a dominação dos dominantes. Dessa forma, as ideias e reflexões dominantes em um campo são resultado de sua dinâmica interna, tributárias em grande medida das tensões internas resultantes dos processos de acúmulo de capital simbólico e sua renovação, enfim, de sua história. Por pautar essas disputas através de uma dominação simbólica, as ações legítimas e válidas tendem a ser naturalizadas pelos agentes do campo, incutindo neles as regras válidas nessa disputa.

Estamos a par dos limites do aparato teórico de Bourdieu. Sua sociologia, como qualquer metodologia, possui ganhos e limitações, Becker (1982), diferentemente de Bourdieu, aponta para uma estrutura social menos belicosa, mais colaborativa, quando estuda os fenômenos sociais a partir da noção de “mundo”, tal como no livro “Mundos da arte”. Por sua vez, Canclini (2008: 36) situa essa problemática na realidade sul-americana e aponta que a autonomia dos campos é um fenômeno moderno, ante ao modernismo sem modernização que houve na região, igualmente, não é possível sustentar que os campos de bens simbólicos locais possuam as mesmas características daqueles dos grandes centros modernizadores. Ademais, a própria modernização, que foi ineficiente em seu aspecto técnico, faz com que muitas práticas de produção de bens simbólicos estejam em sintonia com a dinâmica dos campos ao mesmo tempo em que estas práticas coexistem com práticas populares, que possuem uma maior presença na sociedade, como é o caso do Design e da Arquitetura no Brasil, em que as práticas ditas “vernaculares” são maioria e aquelas legitimadas pelo campo, as eruditas, minoria.

Contudo, quando pretendemos analisar o espaço social como espaço de disputa pela legitimação do gosto dominante e como espaço por excelência da dominação simbólica, isto é, enquanto espaço de disputa de poder, a proposta de Bourdieu ainda se mostra extremamente pertinente. Por isso, para compreender o espaço social e o papel social do Design na região, um primeiro passo é identificar as reflexões e ideias dominantes nesse campo. Bourdieu (1989: 67 – 69) assinala que todo campo possui uma autonomia relativa, o que faz com existam majoritariamente duas forças atuando na sua autonomização, as pressões sociais, externas ao campo, e as disputas pela dominação, tensões internas ao campo. O autor aponta que por não ser um microcosmo totalmente independente é que essa autonomia é relativa, assim, o campo conta com uma

espécie de grau de refração, capacidade maior ou menor de relativizar e atenuar as forças externas. De modo que, quanto menos as forças externas implicarem na resolução das tensões internas, maior seu grau de refração e mais o campo possui autonomia, sendo o inverso, um grau menor de autonomia. Resta identificar justamente o grau de refração do campo e as forças, reflexões e ideias dominantes no Campo do Design e que mais o afetam.

Dado que o campo é um espaço de lutas simbólicas, e por isso, ideológicas, uma análise mais detalhada da dimensão ideológica no Campo do Design é identificada e problematizada por Cipiniuk (2014) na obra “Design: o livro dos porquês”. Nesse livro o autor busca evidenciar certas noções e entendimentos que são naturalizados nesse campo e por isso mesmo, pouco discutidos e problematizados pelos seus agentes. O autor identifica duas noções dominantes no campo, apresenta suas características, limitações e a lógica interna e externa para a manutenção de cada uma delas. Após isso, apresenta uma terceira possibilidade de entendimento da dinâmica interna desse espaço simbólico, o que permite evidenciar seus arbitrários e discutir sua responsabilidade política e social. A primeira noção dominante identificada é a **noção carismática** (CIPINIUK, 2014: 31). Essa é oriunda do campo da Arte, que por sua vez se apropriou daquilo que no cristianismo é entendido como “graça”. Na visão teológica, conforme Abbagnano ([1971] 2014: 568), a graça é algo que está no homem, mas não lhe pertence, pois é dada por Deus, mais do que isso, é a forma pela qual o homem alcança a salvação. No campo artístico, é uma espécie particular de beleza, alcançada pela “transparência” dos movimentos interno dos artistas em relação aos “afetos da alma”, ou ainda, o entendimento de graça como uma beleza em movimento, visto que “uma modificação da alma só pode manifestar-se como movimento no mundo sensível” (ABBAGNANO, [1971] 2014: 568). Trata-se de uma noção transcendental usada pelo campo da Arte para dar conta do inexplicável que há para além do belo nas obras de arte, estas entendidas como objetos extraordinários, ou seja, que não são comuns, ordinários. No Campo do Design a noção carismática vai pautar um mito fundador para o campo: o entendimento de que o Design é um fazer e não um trabalho; e que o objeto só se completa com a “mão” do designer, agente que possui um modo particular de ser e agir, verdadeiro gênio, alguém que possui uma singularidade da qual os demais mortais carecem.

A noção carismática é uma forma específica de atribuir valor aos objetos,

que em certa medida ainda é hegemônica na sociedade capitalista. Os objetos assinados por Karim Rashid ou Philip Stark, as coleções feitas por estilistas consagrados, como Stella McCartney ou Karl Lagerfeld, e a aceitação da excentricidade desses e demais agentes dotados de tal “aura”, são os exemplos mais patentes da atualidade dessa noção.² Uma graça menor estaria entre os “criativos”, categoria profissional cuja a “excentricidade” se explica pelo mesmo princípio. Vale notar, contudo, que pela própria lógica com que essa noção se legitima, ela acaba revelando indiretamente que o valor dos objetos e das práticas se estabelece por ideias e valores que precedem os objetos e as práticas, não por algo intrínseco a estes, como a própria noção carismática faz crer. Ainda que seja realizada de modo enviesado, esse modo de atribuir valor passa a figurar a partir da inversão empregada na Revolução Industrial que pauta que os objetos são produzidos e comercializados por seu potencial valor de troca e não mais, como até então, por seu valor social de uso. Atualmente, o objeto de design não é necessariamente visto como um objeto artístico, mas os “verdadeiros” objetos de design, tributários do “bom design”, são entendidos pelos pares a partir da lógica da noção carismática, são, portanto, possuidores de um estatuto especial, dotados de uma graça. Como essa graça opera a partir da lógica do capital financeiro, esse aspecto permite que esses produtos possuam um valor de troca comercial muito maior que outros objetos semelhantes que possuem o mesmo valor de uso, visto que estes carecem da “assinatura” ou da “grife” que “agrega valor”.

Uma outra noção também dominante no Campo do Design é a **noção funcionalista**. Essa noção defende que a funcionalidade e beleza do objeto devem obedecer normas, procedimentos e regras mais ou menos geométricas e ainda respeitar a psicologia da forma (Gestalt). Esse determinismo geométrico, tributário da antiguidade clássica, seria alcançado por meio de uma grelha (*grid*) ou malha perceptiva, que juntamente com a metodologia projetual resolveriam os problemas de configuração do objeto sempre da melhor forma possível. Cipiniuk (2014: 39) argumenta que ao se empregar os cânones clássicos devemos lembrar que esse procedimento é anacrônico. No caso dos gregos a essência geométrica dos objetos era válida para representar o mundo dos deuses, por esse motivo as estátuas que os representavam e os templos em que “habitavam” eram todos matematizados, por outro lado, a casa grega, onde habitava o homem, não seguia esse padrão. O autor esclarece que tentar

² Bourdieu faz uma análise específica a respeito dessa visão no Campo da Arte no segundo capítulo do livro *A produção da crença* (2006), no artigo intitulado “O costureiro e sua grife.”

matematizar as formas, ou deliberadamente empregar a norma clássica é uma opção projetual tão válida quanto as demais, mais ou menos eficiente de acordo com o contexto em que é aplicada, mas sugerir um determinismo da forma ou colocar tal noção como sendo sempre o critério mais adequado para a prática do Design é um claro equívoco teórico.

Ademais, a noção funcionalista é também idealista, pois acredita que pode identificar essências observando as coisas do mundo e assim ir ao cerne da problemática formal. Essa é uma visão romântica, tanto por entender que há uma simetria ou perfeição inerente às formas da natureza quanto pela presumida inata capacidade humana de apreender essas formas; em especial como supostamente faziam os povos pré-modernos, que nessa visão seriam dotados dessa competência mais afluída por estarem em um contato mais direto com a natureza, vivendo em equilíbrio com esta. Demonstramos no início do capítulo anterior que essa visão de equilíbrio é igualmente romântica, para os nativos essa relação se pauta muito mais por um respeito à natureza, ao desconhecido, àquilo que não tem relação com o mundo dos homens; se há um equilíbrio esse não é pela ausência de tensão e sim pela equipolência entre as forças.³ Essa perspectiva ignora que esses povos lutavam constantemente para ordenar o desconhecido, saber se portar e respeitar a natureza se deve principalmente pelo temor que se tem desta, como se evidencia através da noção de “centro de mundo” que ilustra como que para os povos pré-modernos é o mundo dos homens que é o mundo cosmicizado e organizado, sendo o mundo natural o lugar do caos, do desconhecido e da morte (CIPINIUK, 2014: 51).

Assim, o problema tanto da noção carismática quanto da noção funcionalista é que ambas afastam os sujeitos e/ou os objetos de seu contexto histórico concreto. Com isso, invertem a relação de valor de uso e de valor de troca e sobrevalorizam um determinado valor simbólico já dominante na

³ A lógica do respeito (e conseqüentemente do desrespeito) pôde ser percebida na negociação dos grupos indígenas durante a construção de Belo Monte em que alguns grupos indígenas exigiam *pick-ups*, barcos, tratores e cabeças de gado. O fato de uns capitularem à ideologia comercial do capitalismo e outros resistirem a usina já demonstra que esses povos não são um todo uniforme. Uma outra experiência que me foi relatada por um colega que em razão de seu trabalho viajava constantemente para o interior do Amazonas foi o seu comentário sobre os indígenas que tinha contato, afirmava ele que se você quisesse “limpar um lote de terra” bastava entregar um terçado (facão) para um índio. Essa fala ilustra bem a preocupação dos antropólogos a respeito das tribos que somente agora entram em contato com os brancos, pois cada pequeno objeto pode afetar seu modo de existência, não porque causa um “desequilíbrio natural”, mas porque isso dá ao indígena um recurso que o permite “desrespeitar” os limites que a natureza impôs. Por isso que esse tipo de hibridação, algo que sempre ocorreu e é inevitável sob vários aspectos, deve sempre ser feita com atenção. As trocas culturais devem ser entendidas, por exemplo, a partir da noção de *pharmako*, que pode ser tanto remédio como veneno dependendo da pessoa, da dose e da situação; esse também é mais um motivo para considerá-las a partir das dinâmicas de poder e não em sua singularidade.

sociedade moderna em detrimento de outros saberes, gêneros e estilos. As duas noções são igualmente idealistas pois se justificam a partir de pressupostos tidos como universais: a primeira por um transcendente particular, a singularidade do agente agraciado; a segunda por um transcendente universal, uma natureza humana transcultural e anistórica. Carismáticos e funcionalistas podem ser entendidos como degraus diferentes da mesma escala. Essas noções coexistem atualmente por seu valor aos interesses comerciais. A noção carismática mostra-se necessária em razão da laicização da sociedade, adquire um aspecto romântico que se consolida na figura do gênio carismático, figura acima dos outros mortais; estando acima destes, suas criações possuem um valor muito maior que as demais criações que populam a sociedade. A noção funcionalista é tida como mais científica e mais voltada ao valor de uso, afinal busca a melhor solução para o usuário final, mas mostra-se necessária uma crítica mais profunda para demonstrar seus limites, que no geral são ignorados pelos pares do campo. Um de seus pontos mais problemáticos é que ela opera a partir do entendimento de que há uma mesma competência humana presente em todos os homens, uma mesma faculdade cognitiva universal. Nessa perspectiva, a *expertise* do Design viria da sua capacidade de projetar soluções explorando essa competência. Isso é válido até certo ponto, ou como diz o autor, a metodologia projetual resolve problemas, mas somente aqueles previamente estabelecidos coletivamente pelos pares do campo como problemas legítimos de serem resolvidos (CIPINIUK, 2014: 45).

Esses modelos entram em desacordo quando nos aprofundamos nos achados dos antropólogos que demonstram que a variabilidade dos modelos de percepção e como esta capacidade se estrutura na organização daqueles povos ao longo do tempo e do espaço. Ao desconsiderar isso, a noção funcionalista faz alusão a um entendimento planificado de homem, uma natureza humana comum, tal como os autores religiosos que entendiam que haveria uma alma com características semelhantes em todos os homens. A alma, dentro da tradição cristã, é uma substância intelectual, diretamente criada e infundida por Deus nos homens. Economicamente, é cômodo e oportuno para um sistema produtivo que massifica a produção que as pessoas sejam vistas como iguais em suas necessidades e capacidades. Mais uma vez, revela-se como ambas as noções, por caminhos diferentes, tentam entender o comportamento humano fora das situações históricas concretas, o que resvala em um idealismo, uma metafísica.

Para escapar disso e colocar as questões particulares de cada modo de

existência é preciso analisar os fenômenos coletivos a partir do tempo e do espaço em que aqueles fenômenos ocorrem e também ter o cuidado de não usar somente o comportamento individual como parâmetro, visto que é a história, o coletivo, que antes produz as condições que o indivíduo vai se individualizar. Em relação a esse último ponto, é claro que existe a particularidade do agente criativo, e que alguns desses agentes vão executar uma prática em um nível de excelência acima dos demais agentes. Quanto a essa relação entre indivíduo e coletivo, Cipiniuk (2014: 61) reconhece que Freud se debruça para tentar evidenciar e explicar como opera o sistema de significação inconsciente, que por vezes dominava a ação do sujeito à revelia da consciência deste. Indicação importante, mas que ainda carece de elementos de base econômica e política para explicar os fatos sociais. Se observarmos a influência do meio social nesse processo, principalmente no que tange a produção de bens materiais e imateriais, enquanto prática criativa, é igualmente nítido que as soluções desses agentes não surgem do nada, no sentido de que necessariamente se relacionam a uma tradição. Trata-se de um repertório comum que se referencia e se renova coletivamente; afinal, ainda que tenhamos certa particularidade, atuamos a partir do que nos foi ensinado.

Diante da argumentação apresentada, buscou-se demonstrar porque não é suficiente, ainda que seja necessário, ocupar-se somente dos aspectos formais do objeto. Ao fazer isso, o Design acaba incorrendo em uma deliberação a partir da visualidade de uma suposta essência da forma ou em uma semiótica de temporalidade rígida. Tampouco é suficiente investigar a dimensão inconsciente do autor, como se a singularidade do sujeito fosse o aspecto mais determinante para explicá-lo, caso essa análise não considere o meio social daquele agente, vai ignorar o fato de que a subjetividade se constrói socialmente. Por esses motivos a noção moderna de liberdade individual deve ser vista a partir de determinantes da estrutura social. Ressaltando que essa estrutura e as ações de rejeição ou adoção dos determinismos sociais são dinâmicas e dialéticas, as mudanças que ocorrem nesse meio são resultado da ação humana dentro da estrutura social, mediadas a partir da capacidade de agenciamento dos indivíduos e não somente da intenção ou desejo dos criadores.

Para superar o impasse supracitado, Cipiniuk (2014: 57) defende que é preciso entender o Design como sendo uma prática social coletiva. Esse entendimento faz alusão ao conceito marxista de práxis, que coloca que é preciso entender as ideias e seu processo de formação a partir das relações

sociais existentes. A noção de produção social do Design adquiriu contornos mais definidos a partir dos anos de 1960, quando se verificou que a operação padrão da vertente materialista vigente, que era a de analisar os fenômenos da cultura a partir unicamente do modo econômico, mostrou-se insuficiente para explicar a complexidade desses fenômenos. A análise marxista nos mostra que os produtos materiais são sempre, em última instância determinados pelo modo de produção econômico vigente. Sendo o Design compreendido como uma disciplina das ciências sociais, sob essa perspectiva, o seu objetivo de estudo deve ser o de identificar como os valores sociais são materializados em objetos manufaturados, sendo também o Design a categoria profissional que se ocupa dessa transformação. O ganho do marxismo quanto a esses pontos são: i) o desmonte da noção carismática e da autoria individual ao demonstrar que as formas de trabalho são coletivas e não individuais; ii) a contestação da noção funcionalista visto que esta desconsidera os extratos sociais, colocando como correta e natural uma materialidade fria e as relações sociais como um problema de comunicação apenas.

Ainda assim, somente a abordagem marxista não dá conta de explicar como os valores sociais são materializados em objetos manufaturados na contemporaneidade. Um exemplo dessa insuficiência é a sustentação que os extratos sociais se dividem somente entre burguesia e proletariado e que conseqüentemente haveria produtos e representações análogos para cada classe, um entendimento que ignora as nuances e as reapropriações de cada lado. O que pode ser complementado pelo trabalho de Bourdieu, conforme apresentado, que além de definir o conceito de campo, revela que o gosto não é só reflexo de uma determinada classe social, burguesia ou proletariado, mas também um poderoso meio de afirmação e adequação a uma configuração social. Essa perspectiva é detalhada na sua obra *A Distinção: crítica social do julgamento*. Bourdieu demonstra, por exemplo, que o gosto tido como mais sofisticado não é o correspondente aquele gosto determinado pelo capital financeiro, ainda que na maioria das vezes assim seja. Na sociedade capitalista a sofisticação é associada aos produtos que melhor representam os gostos vigentes e não necessariamente aqueles que representam o maior acúmulo de capital financeiro. Isso explica porque o Design consegue produzir objetos tidos como elegantes, sofisticados e de bom gosto, mesmo quando faz uso de materiais “pobres” como plástico, fibras naturais e ligas metálicas.

Essa lógica é justificada quando entendemos que aquilo que caracteriza o

Campo do Design e seus agentes é a responsabilidade pela produção de imagens e representações sociais na modernidade. Como coloca Cipiniuk (2014: 59), fazer ciência não se resume a resolver problemas tecnicamente, mas tentar compreender as causas daqueles problemas, caso contrário, estaremos sempre abordando as consequências, os sintomas de alguma problemática e não as condições que possibilitaram seu surgimento. Isso posto, é preciso considerar que tanto sujeito quanto objeto não surgem do nada ou se limitam um ao outro, ambos refletem articulações econômicas, políticas, sociais e simbólicas de um contexto histórico preciso. Logo, os problemas de design não são limitados e circunscritos ao Design, são problemas sociais, que se evidenciam, enunciam e se resolvem na coletividade social. O saber do Design estaria, portanto, na ausência do sujeito que produz o objeto e fora do próprio objeto. Encontra-se no que a sociedade, em seus antagonismos, contradições e estratificações, considera como relevante, assim como na condição de existência dessas relações e seus conteúdos, como e porque foram constituídas e se sustentam.

Portanto, a sociedade atua em diversos momentos na composição do Campo do Design, mais especificamente, na produção, recepção e legitimação de seus bens. Nessa proposta, o design se caracteriza e passa a ser entendido como sendo algo de valor no espaço social, nos complexos e nas crenças que permeiam o coletivo e o indivíduo, por essa mesma razão que é possível associar mitos e crenças à prática do Design. Afinal, estas formas de compreensão e explicação do mundo estão na base da nossa cultura e como em grande parte o Design é também uma forma de ver o mundo, a exemplo de tudo aquilo que vemos, só vemos aquilo que nos diz respeito. “Isso que nos diz respeito” é algo que nos precede enquanto sujeito, o padrão da nossa cultura que vai funcionar como referencial das nossas intenções, um ordenador das ações e disposições; como já apresentamos, aquilo que Bourdieu define como *habitus*. Bourdieu, tal como Barthes, entende que a singularidade dos sujeitos na modernidade é uma noção postulada de modo mítico, pois esta aborda a subjetividade individual desconsiderando o coletivo, a sociedade. Na sociedade industrial há outro desdobramento dessa equivocada perspectiva que resulta no entendimento que o objeto é produzido individualmente, enquanto que de fato ele é produzido em colaboração. No caso do Design, tende-se a ignorar a rede de participantes que auxiliam nas escolhas individuais do designer. Nossa sociedade reconhece somente aquele que “assina” o produto e o coloca como realizador final, entendimento tributário da noção carismática. Nos opomos a

isso pois ainda que o designer tome a maior parte das decisões na produção dos objetos, algo que na prática dificilmente acontece, de uma forma ou de outra, ele terá de recorrer a outros profissionais para poder transformar essas decisões em produtos ou serviços. A questão aqui é a crítica a noção simplista de um agente totalmente ativo e consciente de cada nuance de suas ações, como também a de agente passivo sem responsabilidade nesse processo. Assim, para tratar a dimensão simbólica de um objeto é preciso considerar, como aponta Cipiniuk (2014: 75), “as circunstâncias que estavam em vigor quando tal objeto foi criado ou imaginado e depois produzido ou concretizado”.

Trazendo essa proposta para o objetivo dessa pesquisa, já demonstramos como várias noções presentes no espaço social e histórico da amazônica se configuraram. Conforme ratificamos, essa é uma ação ainda necessária para explicar as noções em vigor no que diz respeito ao pensamento social na/sobre a Amazônia, pois muitas dessas noções encontram pregnância no imaginário local e global até os dias de hoje. No entendimento do Design enquanto prática social, enquanto campo relativamente autônomo, essas noções fazem parte do meio social em que essa prática se insere e por isso fazem pressões sob a dinâmicas do campo, assim como são ideologicamente presentes nos agentes que o constitui, em razão de sua trajetória, seu capital cultural e social.

Um aspecto relevante identificado no capítulo anterior ao se analisar o processo de formação da cultura amazônica, em particular, dessa cultura em Manaus, foi a pertinência da mudança do *locus* de sentido dessa cultura, do meio silvícola para o meio urbano. Apesar dessa alteração ser patente e significativa, é importante ressaltar que esse fato, por si só, não significa a aniquilação da cultura amazônica nesse espaço ou uma perda identitária irreversível. Entendemos que as culturas não são estruturas estanques, as trocas que acontecem no meio social são dialéticas e dinâmicas, logo, devemos especificar qual a preocupação ante essa mudança e qual a responsabilidade do Design nesse ínterim. Como ele atua na assimilação, depreciação, ressignificação e hibridação das práticas culturais amazônicas em um contexto urbano globalizado.

Ante o processo de urbanização da cidade de Manaus ao longo do último século é possível perceber claramente o porquê da preocupação com essa mudança do *locus*, isto é, a pertinência desse traço para a definição da cultura local. De modo geral, historicamente a urbanização da cidade foi e tem sido feita de modo dogmático, desconsiderando as particularidades da cultura e da

geografia local, se pautando pelas soluções legitimadas globalmente e, principalmente após o ciclo da borracha, por decisões técnicas amparadas nos ganhos de caráter pecuniários imediatistas. Isso já foi amplamente demonstrado ao longo do texto. Essa é uma postura que ignora as potenciais soluções locais para a resolução dos problemas apresentados pela globalização, soluções estas que poderiam ser exportadas para realidades que enfrentam semelhante dilemas. Tampouco, por seu imediatismo, possibilita uma reflexão das decisões historicamente tomadas, o que permitiria um aprendizado local a partir de sua realidade e desse modo, uma outra forma de “entrar e sair” da modernidade. Mais do que o arbitrário da adoção das formas e das soluções modernas, ressaltamos o desinteresse de se desenvolver um pensamento crítico a respeito dessas estratégias. O resultado mais irreversível da plena aceitação desses aspectos é que eles impedem qualquer existência dos coletivos pré-modernos na modernidade pois, além de uma substituição das práticas, o modelo globalizante retira desses povos sua autonomia para se significarem enquanto coletividade. Apagando sua condição mais característica e suas trajetórias ao mesmo tempo que os coloca como projetos de cidadãos, uma promessa que um dia haverá de se cumprir. Porém, basta olhar para a periferia de Manaus para perceber a falta de interesse das classes dominantes em realizar essa mudança, de elevar o nativo a condição de cidadão. Em uma entrevista publicada no *Youtube*, o antropólogo Eduardo Viveiros de Castro⁴ já afirmava que na verdade o projeto do Estado brasileiro para esses povos é o de “elevá-los” a condição de pobres. A modernização na Amazônia cria não existências.

Na dinâmica interna do Campo do Design no Amazonas, esse descompasso e seus “pontos cegos” assumem uma dimensão às vezes otimista e às vezes fatalista. Demonstraremos a seguir como o surgimento da primeira instância de formação reconhecida pelo campo pecou por acreditar que nos planos da globalização estava a proposta de inserir em sua dinâmica os criadores locais, como se o poder inerente as instâncias de criação fosse ser amigavelmente partilhado com os nativos amazônicos. Há também um tipo pernicioso de apropriação realizado pelo Design, aquele que Turenko insinuou em sua fala, que se apropria do capital cultural local tal como a grande parte dos exploradores que adentraram a Amazônia para “descobrir” seus tesouros. Nesse meio, existem os agentes que tentam capitalizar a partir de sua realidade, mas que não sabem bem como lidar com as dinâmicas às quais estão inseridos e

⁴ *Talk-Show* do Rafucko: Eduardo Viveiros de Castro. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=c3v_DuRI1tE. Data de acesso: 11 de dezembro de 2016.

também aqueles que enxergam as fissuras narrativas da globalização e percebem o destino trágico que suas promessas escondem. Os esforços desses últimos passam pela tentativa de reinventar os cânones e se apropriarem dos códigos legitimados pela globalização, mas essa ação, ante os limitados sucessos alcançados, são como estratégias de guerrilha nessa luta simbólica. Para colocar tal questão no nível de importância que merece, um primeiro passo que aqui tentamos oferecer é situar esses esforços e considerá-los a partir dos referências históricos e sociais até aqui apresentados, mas para isso, precisamos entender exatamente o que cabe ao Design em tal disputa.

4.1 O Design no Brasil e seu papel social

A partir das noções apresentadas por Bourdieu e localizadas no campo por Cipiniuk, podemos tentar entender o Design enquanto produção social e com isso, o seu papel social. Ao iniciar sua obra “O papel social do Design Gráfico”, Marcos Braga (2011) já apontava que para avançar em uma reflexão desse tipo seria preciso identificar o que seria isso que se chama de “papel social de uma profissão” para daí delimitar aquele que corresponderia ao Design. O autor sustenta que o papel social de uma profissão está relacionado à posição social que determinada prática ou indivíduo ocupa na sociedade. Na nossa sociedade a posição dos agentes e das instituições é fortemente determinada pela divisão social do trabalho, de modo que o papel social pode ser entendido como: o conjunto de direitos e deveres relativos a função social que se espera que um indivíduo exerça em determinada posição social quando realiza determinada prática (BRAGA, 2011: 10). Em relação às profissões, suas responsabilidades, direitos e deveres vão se relacionar com sua prática e à estrutura do campo ao qual se associam, às competências específicas que os agentes desse campo partilham entre si, assim como seu papel na divisão social do trabalho. No caso do Design, seu surgimento estava e está fortemente atrelado ao surgimento dos produtos industrializados. A narrativa socialmente legitimada sustenta que o Design moderno adquiriu muito de sua configuração atual na consolidação do capitalismo e na Revolução Industrial, principalmente sua dimensão ideológica. Foi nesse momento que muitos dos seus direitos, deveres, limites e responsabilidade foram determinados. Nessa perspectiva, portanto, o Design é uma prática intrinsecamente moderna.

No Brasil, até a década de 1950 não havia uma definição clara e distinta para os profissionais que se dedicavam a prática projetual na indústria nacional.

Como a particularidade é definida pelo espaço social que ocupa e os direitos e responsabilidades que lhe cabem, ou como coloca Bourdieu, pela posição e disposição dos agentes que exercem aquela prática, os diversos profissionais que atuavam nas questões relacionadas à fabricação dos bens simbólicos industrializados estavam organizados a partir da especificidade da sua atuação: eram marceneiros, torneiros mecânicos, tipógrafos, capistas, desenhistas publicitários, etc. A partir de então, com a entrada de profissionais com uma formação teórica mais sólida, que poderíamos chamar de superior, ligados ao movimento concretista – arquitetos, artistas plásticos e gráficos –, o entendimento e concepção do que era Design começa a se expandir. Em 1979, em relação às instâncias de formação profissional, houvera várias discussões sobre um currículo mínimo para a formação do designer, uma tentativa de priorizar um corpo de conhecimento e conseqüentemente seus direitos e deveres. Quando analisa a especificidade do Design Gráfico, Braga coloca a diferença entre o resultado do trabalho dos designers de uma simples comunicação visual impressa ressaltando que quatro aspectos caracterizam as produções oriundas do campo, os aspectos: formais, funcionais, metodológicos e simbólicos. O pensamento que o design é uma prática profissional que se distingue dos demais amadores por levar em conta uma série de aspectos de cunho técnico, normalmente ignorados por aqueles que não estão inseridos no campo. Esse entendimento pode ser estendido para outras práticas do design, como o design de produto, de serviço ou digital.

Contudo, ante a dificuldade – para não dizer impossibilidade – de determinar *a posteriori* e somente a partir da obra realizada se uma determinada peça possui esses aspectos e se estes foram adequadamente explorados, vale atentar para as considerações de Gustavo Amarante Bomfim (1998) *apud*. Braga (BRAGA, 2011: 17), de que essas definições variam de acordo com os contextos socioeconômicos, políticos e temporais em que foram criados. Ainda que seus enunciados se pretendam universais e atemporais, essas definições correspondem a visões e particularidades delimitadas a determinado espaço e tempo. No que tange o papel social do Design, este nunca é neutro no cenário social. Um dos principais marcos do campo, a escola de Ulm, defendia a importância de postulados mais universais e científicos para o campo, de modo que o papel do Design era ser o condutor de informações em uma sociedade ordenada e democrática, tal como defendiam os funcionalistas. No Brasil, esse movimento provocou rupturas nos anos de 1960, principalmente no aspecto

ideológico do campo. Nesse sentido, houve uma tentativa de delimitar o papel do Design no mercado e entender as consequências de suas ações, na ESDI⁵, isso se materializa no pensamento corrente na época, “trabalhar no (e sobre) o mercado” (BRAGA, 2011: 19).

Na tentativa de delimitar os espaços do campo, Rafael Cardoso abordou o Design em sua dimensão prática e ideológica. De modo semelhante a Braga, entende que para o aspecto ideológico dominante no campo, a historiografia do Design no Brasil define seu surgimento na década de 1960, com a fundação da ESDI. Nesse momento teríamos o início de uma mudança de paradigma nos processos industriais nacionais pautadas pelos ideais modernos conforme aqueles consolidados e legitimados pelo Campo do Design, oriundos principalmente da escola de Ulm. Cardoso (2005: 07) reconhece a ruptura e a significativa diferença nessa nova forma de conceber o papel do criador ligado a indústria, mas defende que não se tratou de um marco zero no que se refere à prática projetual voltada à produtos industrializados no país. O contraponto a essa narrativa se ampara no fato de que a indústria brasileira existia há mais de um século, já em 1850 havia na Academia Imperial de Belas Artes uma disciplina chamada Desenho Industrial. Logo, não é possível afirmar que o processo de industrialização começou, *ex nihilo*, em 1960.

A partir das noções apresentadas por Bourdieu, pode-se concluir que essa forma de escrever a história do Campo interessa principalmente àqueles que mais podem capitalizar caso essa narrativa do mito fundador seja hegemônica, enfim, justamente os dominantes no campo e aqueles que participaram desse processo. Cardoso aponta ainda que o Design não pode se limitar ao jogo modernista, existe toda uma variedade de ricas manifestações que antecedem esse evento e que surgiram fora de seus limites. Enquanto produção de bens simbólicos, várias dessas manifestações/obras possuem um valor cultural significativo, no entendimento de dar sentido a uma sociedade e a uma prática nesse meio. Ante o fato de que sob certa perspectiva é possível afirmar a existência de um Design brasileiro antes do surgimento do Design, e igualmente, a resistência que tal proposição enfrenta por parte de alguns agentes e instituições dentro do campo, evidencia-se que o termo design é um termo em constante disputa. Para aqueles que possuem um entendimento alinhado com os dominantes no campo, não há a existência prévia do Design antes da

⁵ ESDI: Escola Superior de Desenho Industrial, unidade da Universidade Federal Fluminense dedicada ao ensino de graduação e pós-graduação em design.

fundação dos primeiros cursos, este só passa a existir no país a partir da década de 1960, trata-se de uma compreensão do design alinhado ao modelo modernista/funcionalista, tributário da narrativa mítica do Campo, que enquanto prática e ensino delimitou muito do que hoje se entende como design. Seus princípios estão em sintonia com uma ideologia do Design moderno, que se apresentou muito conveniente e alinhada com a visão de Brasil moderno, partilhada por Getúlio Vargas, Juscelino Kubistchek e mesmo Carlos Lacerda, suas divergências políticas partilhavam um ponto em comum, a necessidade de modernização industrialização da nação e de ruptura com seu passado escravocrata, ao mesmo tempo em que mantinham certas estruturas intactas. Nesse cenário, que solução poderia ser mais adequada que o formalismo do Campo, apartado de questões políticas e distante das dinâmicas culturais locais?

De um modo ou de outro, é fato que a cultura projetista brasileira é anterior ao modelo ulmiano/funcionalista dos anos sessenta. A consolidação no campo dessa forma específica de entender o Design deve ser vista como uma continuidade; ainda que seja uma ruptura, rompeu em parte com algo que já era feito. Não apenas isso, como os vários artigos do livro organizado por Rafael Cardoso demonstram o prosseguimento de várias práticas, problemáticas e soluções surgidas nesse período por parte dos designers brasileiros de viés modernistas. Um exemplo disso é o uso consciente do projeto gráfico a partir da década de 1920 por alguns setores da indústria gráfica nacional, fato concomitante com a industrialização que se observou não só no Brasil como nos demais países do mundo no período que sucedeu a primeira guerra. Assim, analisando em retrospecto, conclui-se que na década de 1960 houve uma mudança significativa no aspecto ideológico e pedagógico da produção de bens de consumo nacionais, igualmente, já havia uma tradição e um modo de produzir esses bens de forma racionalizada desde o início daquele século mas que com o tempo foi substituída pela proposta modernista e que essa abordagem é tributária da noção funcionalista problematizada por Cipiniuk.

Para ilustrar aquilo que aponta Cardoso, de que há uma tradição relativamente consolidada que antecede o surgimento do Design no Brasil, vale apontar as conclusões e os achados reunidos por Homem de Melo e Elaine Ramos (2011). Na introdução da obra que se propõe a tratar somente da história do Design Gráfico no país, os autores apontam a qualidade e criatividade nos quase dois séculos de produção gráfica nacional, sumarizada nas mais de mil e

quinhentas peças que ilustram sua pesquisa. Defendem que mesmo que não tenha sido chamado de Design Gráfico muitas das peças produzidas a partir da fundação da Imprensa Nacional em 1808 podem assim ser consideradas, visto que os agentes que se envolviam em suas produções se viam com muitos dos dilemas do Campo e adotaram soluções muito semelhantes aquelas que posteriormente foram por esse legitimada, as mesmas às quais Braga se refere, ainda que se deva guardar as particularidades de cada situação.

Historicamente, Homem de Melo e Elaine Ramos (2011) sugerem inclusive uma macro periodização em quatro etapas, correspondendo ao período que vai da primeira década do século XIX até o final do XX. A primeira, que marca o início das atividades de Design Gráfico no país, começa em 1808 com o desembarque da corte portuguesa e a chegada dos primeiros equipamentos tipográficos. O segundo período corresponde a era da ilustração e vai de 1900 até o meio do século XX. O terceiro período corresponde ao intervalo do meio do século até a década de 1980, fechando essa periodização com o final dos anos de 1980 até os dias de hoje, a que chamam de era digital. Como toda periodização, essa é uma escolha arbitrária e em se tratando de um país de desigualdades como o nosso, o espaço dos intervalos vão corresponder muito mais aquilo que era produzido e consumido nos grandes centros, ficando os locais periféricos em um descompasso com esses. Ainda assim, fica patente que aquilo que se coloca como surgimento do Design no país, dentro da narrativa mítica do campo, corresponde somente ao terceiro período da produção gráfica nacional.

Com esse panorama começamos a mapear as condições de surgimento do Design no Amazonas, mais especificamente, dentro da narrativa mítica do campo. No capítulo anterior, demonstramos como que a grande maioria dos produtos de design que circulavam localmente eram produzidos internacionalmente e que muito da produção extrativista local era igualmente exportada para esses centros. Um intercâmbio pautado por uma assimetria no que se refere ao tipo de prática promovida em cada local. Enquanto que no Amazonas se constituía um extrativismo tecnologicamente “anistórico”, que mantinha o mesmo modelo, sem melhorias incrementais e que, por conseguinte impossibilitava qualquer avanço das instâncias produtivas locais, os grandes centros exportavam produtos manufaturados produzidos por uma indústria incentivada, caracterizada por um pragmatismo tecnológico burguês. Essas relações tiveram seu apogeu durante o período da borracha e com o decorrente

marasmo que se seguiu, foram reduzidas significativamente, com poucos esforços de destaque até a década de 1970. Nesse momento houve a implementação da Zona Franca de Manaus, em que o Design se coloca como uma potencial estratégia de redefinição da situação da sociedade manauara no cenário nacional e internacional. Tendo em vista as narrativas e as práticas internas ao campo, poderemos então compará-las com as externas e verificar o compasso ou descompasso do campo com o meio social. Para isso, é válido identificar o Design antes do Design no Amazonas e como este foi incorporado à narrativa dominante no campo.

4.2

O Design no Amazonas

No que se refere ao Design, a exemplo de outras regiões no país, sua introdução no espaço social amazônico obedeceu aos impulsos modernizadores das classes dominantes locais. Foi, portanto, um processo paralelo às estratégias utilizadas por tais classes sociais para fazer com que a sociedade nacional adentrasse na modernidade, o que atualmente corresponderia à inserção da região na dinâmica da globalização. Nessa linha, considera-se que o Design no Amazonas toma dois caminhos específicos, ainda que correlatos, pois ambos se relacionam a uma produção alinhada com os interesses globais. Quanto ao primeiro aspecto, indicamos que ocorreu através da circulação e do consumo de bens produzidos industrialmente em espaços externos ao espaço social amazônico, em sua maioria produtos nacionais e importados. Esse processo ocorreu com maior intensidade durante o Ciclo da Borracha, como na construção do Teatro e do Porto, estruturas arquitetônicas de porte significativo, onde muito do material de base e acabamento foi trazido do exterior; mas também os cartazes, revistas e folhetins de estilo *art nouveau* que circulavam na cidade de Manaus. O segundo caminho se refere aos produtos produzidos localmente; embora o primeiro curso de Design tenha iniciado suas atividades somente na década de 1980, por considerarmos o Design de maneira histórica e em sua singularidade, como uma parte do modo de produção industrial capitalista, pode-se circunscrever uma prática de Design local a partir do momento em que algumas práticas relacionadas a esse modo de produção se instalaram localmente, mesmo que esses agentes não se associassem ou se identificassem à narrativa do campo.

As instâncias de produção das mercadorias que circulam na região apresentam enorme desigualdade qualitativa e quantitativa em relação ao que

era produzido nos grandes centros do resto do país, ainda assim, estas se eram orientadas pelas mesmas premissas. Conforme demonstramos, o Campo do Design reconhece como mais característica de sua singularidade uma forma estética específica e associa seu surgimento e amplitude enquanto campo ao surgimento e difusão dessa visão de como os produtos e a sociedade devem ser. Há no campo uma separação dos bens simbólicos produzidos industrialmente a partir dos cânones tidos como legítimos, isto é, uma divisão entre os produtos que obedecem aos cânones do campo que Pierre Bourdieu chamaria de eruditos e aqueles que se caracterizam por um design “vernacular” ou “emergente”, feito por profissionais que não possuem uma formação academicamente reconhecida ou pautada pelos valores do campo. Mais especificamente, essa divisão ocorre porque o campo exclui de seu espaço os agentes criadores que não compartilham o *habitus* de classe, sua prática e seus valores.

No caso do Amazonas, no capítulo anterior apresentamos como exemplo da narrativa global os cartazes publicitários do período da borracha, peças gráficas que podem ser consideradas anacrônicas em relação às vanguardas europeias, mas que obedeciam aos cânones vigentes na época. Além desta produção que circulava, mas que não era criada localmente, temos ao longo dos dois últimos séculos uma produção relativamente constante de impressos no Norte do país, mesmo em um período anterior ao surgimento do primeiro curso de Design no Amazonas, de acordo com Nascimento e Medeiros (2016: 4). Nos anos de 1837, Manoel da Silva Ramos estabelece o primeiro empreendimento tipográfico em Belém, dando início a atividade no Norte do país, ou seja, ainda no primeiro período, conforme a historiografia proposta por Homem de Melo e Eliane Ramos. Posteriormente, há um pequeno, mas significativo número de periódicos lançados, que por questões logísticas, possuíam consideráveis limitações técnicas, como ausência de tipos para caracteres especiais e a necessidade de substituições por tipos por outros semelhantes (um “v” de cabeça para baixo para simular um “a”, o mesmo procedimento para o “2” virá “5”, dentre outros). Essas limitações ainda se percebem mesmo após a instalação de outras tipografias entre 1851 e 1866, sendo que em 1870 no Amazonas já são registradas cinco delas. Até o ano de 1890 haviam sido publicados 108 periódicos no Amazonas, número que aumentará consideravelmente durante o período da borracha. Contudo, apesar dos abundantes recursos financeiros, ainda se percebe um atraso, temporal e

qualitativo, no que tange a produção gráfica amazônica nesse período em que Manaus rivalizava a adoção das soluções modernas para a realidade urbana com a capital, Rio de Janeiro.

Nesse ínterim, as práticas locais de produção de bens simbólicos se mantiveram periféricas ao mesmo tempo que eram dominantes. Uma posição análoga à cultura amazônica, que permeia as camadas populares e encontra resistência por parte das elites. Alexandre Rodrigues Ferreira, no seu relato de viagem, descreve a produção de cuias e canoas por parte dos nativos, processos que pouco mudaram até hoje. O documentário de Silvino Santiago ilustra bem, ao tratar do modo produtivo extrativista, como as ferramentas de trabalho do caboclo são quase todas elas produções artesanais: cestos para catar castanhas, as canoas, muitas das etapas na produção da borracha, além da casa do ribeirinho, a rede, o chapéu, etc. Os inventários dos vendedores de artesanato também, apresentado no capítulo anterior, é representativo dessa tradição, pois podemos encontrar vários desses artefatos sendo comercializados atualmente.

Importante notar que mesmo hoje, apesar da grande quantidade de cursos de formação na área, ambas as práticas permanecem em uso, o design legitimado pelo Campo e as práticas artesanais. Para entender os espaços e limites de cada uma dessas práticas é preciso entendê-las a partir da dinâmica do campo, que como todo campo, possui instâncias específicas de acordo com as trocas simbólicas que operam naquele espaço, a saber, as instâncias de produção, circulação e consumo. Os espaços internos do campo possuem tensões internas que se confrontam também com as pressões externas. Para esclarecer como esse confronto se configura localmente, no capítulo anterior foram identificadas as práticas periféricas, sob a ótica do campo, relacionadas à produção de bens simbólicos. No caso, Arquitetura, Arte e Artesanato. A etapa seguinte se dedica a identificar as tensões internas no próprio campo, sua formação, legitimação e as características atuais desse *habitus* coletivo.

4.2.1 Instâncias de formação

Quando trata das instâncias de formação profissional na contemporaneidade, Lyotard (1979: 94) afirma que em um cenário pós-moderno não há mais segredos, as informações estão distribuídas de modo mais ou menos equivalente, dessa maneira todos os *experts* possuem acesso aos mesmo dados. Assim, se dessa forma que queremos que se jogue o jogo das

práticas sociais, deve ser dessa forma que se deve educar os jogadores. Quanto à possibilidade de execução dessa visão, tecnicamente já vivemos um momento em que a educação pode ser pautada não mais no acúmulo do conhecimento, mas no uso e na relação destes, no lance que cada agente faz nesse jogo, na capacidade imaginativa de cada um. Como entendemos que esse cenário do qual o autor nos fala não é uma constante, mas sim uma dentre tantas possibilidades em um paradigma essencialmente moderno, algo que pode abrir esse paradigma para uma eventual condição pós-moderna, há de se concordar que atualmente existe sim a possibilidade que o acesso às informações não sejam mais um impeditivo para a formação dos agentes. O impeditivo não é de natureza técnica.

Contudo, tal como nos aponta o próprio Lyotard, não se deve achar que essa é a regra, afinal, ainda que a parte seja importante para questionar e repensar o todo, julgar o todo pela parte é um grande equívoco ético, teórico e metodológico. No entanto, a interdisciplinaridade, que possibilitaria uma formação mais alinhada com o intuito desse tipo, não é a vertente de educação dominante no meio universitário. Em parte, isso ocorre pelo próprio ritmo das instâncias de formação, bem mais lento do que as mudanças na esfera produtiva, por exemplo. Mesmo quando essa possibilidade se concretiza por um esforço coletivo extraordinário, inevitavelmente haverá questões que escapam em razão dos capitais culturais preteridos e preferidos, como bem demonstra Bourdieu em *A Distinção*. Afinal, essa é uma questão que não somente é técnica, é também extra-técnica, trata-se de uma questão política e enquanto tal, uma questão de poder. Por diversos motivos dessa natureza, ainda estamos muito distantes de uma educação que consiga congregar a ecologia de saberes de que fala Morin ou diminuir as lacunas do capital cultural desigualmente distribuído na nossa sociedade. Pretendemos demonstrar quais os impeditivos para que essa visão se consolide localmente, os limites técnicos, mas principalmente os extra-técnicos das instâncias de formação do Design.

Em se tratando da sociedade amazonense, esse impasse se encontra ainda mais agravado. O aspecto técnico da formação dos agentes no meio social amazônico possui um desafio maior que em demais regiões do país em função das dificuldades logísticas que se enfrenta nesse espaço, sua distância e isolamento dos grandes centros. Devido a consciência que a sociedade local possui desse fato, no Amazonas e no Norte como um todo há uma grande aceitação das soluções tecnológicas por parte de quase toda a população. Isso

ocorre por diversos motivos, pelo alto grau de hibridação da cultura local, que incorporou muitas das demais culturas que transitaram nesse local de passagem; pela maneira como a modernidade foi implementada e legitimada pelas elites, iniciada com a importação massiva do que havia de mais moderno nos grandes centros; por diversas outras particularidades da cultura local, mas em especial pela configuração e papel no imaginário social em relação a Zona Franca e ao Polo Industrial de Manaus. Dessa forma, construiu-se um reconhecimento da tecnologia como instrumento de superação das barreiras logísticas e uma forte apreciação desta como modelo de uso para os demais problemas do meio.

Esses fatores se relacionam diretamente com a implementação das primeiras instâncias de formação no Amazonas que podem ser associadas à historiografia reconhecida pelo campo. Sumarizando esse processo, o primeiro curso de Design, na época, desenho industrial, surgiu na década de 1980 na UFAM, impulsionado pela implementação do Polo Industrial de Manaus em decorrência da criação da Zona Franca. Detalhando um pouco esse processo, no ano de 1986, o Superintendente da Suframa, Delile Guerra, convidou o professor Lynaldo Cavalcanti, então reitor da Universidade Federal da Paraíba, para auxiliar no desenvolvimento do plano estratégico de educação, ciência e tecnologia voltado para a Amazônia ocidental. Como havia uma preocupação maior com a instalação da Zona Franca, os esforços desse plano ficaram concentrados em Manaus. Dentre as propostas de Cavalcanti estava a figuração do Design como uma Tecnologia Industrial Básica. Apesar de na época essa ser uma visão não muito aceita pelo Ministério da Ciência e Tecnologia e pelo Sebrae, a UFAM se mostrou receptível a ideia. Lynaldo Cavalcanti teve conhecimento do curso de Design e de sua importância para fortalecer o polo de engenharia local enquanto era reitor na Paraíba. Sua visão a respeito do curso é bem próxima daquela legitimada pelo campo, tanto que entende que foi na ESDI que surgiu o primeiro curso de Design no país. O curso de Design na Paraíba surgiu como suporte as atividades de pesquisa, desenvolvimento e inovação tecnológica, por isso, tal como no caso da ESDI na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, o reitor optou por colocar o curso na área de engenharia (CAVALCANTI, 2005: 04-05).

Particularizando a problemática do Design na região amazônica, Cavalcanti (2005: 05) destaca a importância do “Design social” modalidade em que o Design pode atuar como atividade complementar ao artesanato, sem

simplesmente submetê-lo às regras mercadológicas. Percebe-se que há uma certa ambiguidade na fala de Cavalcanti, pois ao mesmo tempo em que ele reafirma sua participação ativa para a implementação do curso de Design na região e de ter direcionado o curso para a realidade industrial, incluindo-o inclusive na categoria de Tecnologia Industrial básica, no mesmo artigo afirma que na época não seria possível que o Design contribuísse muito para o Polo Industrial de Manaus, afinal, em sua configuração não estavam previstas as atividades de pesquisa e desenvolvimento nas fábricas locais. Nessa mesma entrevista, demonstra ter ciência de que os designers que se formaram não foram incorporados ao PIM (Polo Industrial de Manaus), a exemplo do leitor de Souza, percebe que os principais empregos do polo não ficam com os nativos formados na região.

Aponta que atualmente, é pouco factível o desenvolvimento de um Design perene na região se o campo focar seus esforços na pesquisa e desenvolvimento dos produtos produzidos no PIM. Apesar do surgimento de setores ligados à pesquisa nos últimos anos, essas bases são efêmeras, pois dependem dos recursos da Lei de informática, um tipo de incentivo governamental que permite que as empresas que produzem em determinados setores direcionem uma parte dos recursos que usariam para pagar os impostos devidos ao governo para institutos e instituições de pesquisa e desenvolvimento. Além de dependerem da continuidade dessa lei, esses recursos são dependentes do faturamento dessas empresas, algo extremamente flutuante, e de sua presença no PIM. Como atualmente existem outras regiões no país em que estas empresas podem contar com incentivos semelhantes, há sempre a possibilidade de mudança de uma fábrica para outro estado, encerrando aquela fonte para a pesquisa local. Segundo Cavalcanti, para termos um design realmente competitivo e detentor de um diferencial em relação aos demais produtos e soluções produzidos e comercializados globalmente, essa prática deve se voltar para os recursos e as problemáticas locais. Por isso, ele defende que o Design tenha um envolvimento e seja contemplado pelas agências de fomento à pesquisa e não fique circunscrito ao *marketing* ou atuando na “finalização” dos produtos, como aquele que apenas adiciona uma camada estética a esses.

Corroborando essa perspectiva, em 2014 foi lançado um livro em comemoração aos 25 anos do curso de Design na Universidade Federal do Amazonas - UFAM. A obra se dedica a identificar a história do curso de Design,

então desenho industrial, registrar as motivações e o intuito dos agentes sociais e instituições durante o seu surgimento e ao longo de sua consolidação e, por fim, catalogar os docentes e discentes que fizeram parte do curso durante esse período. Discretamente ainda revela o entendimento a respeito da prática do Design e o posicionamento ideológico dos agentes envolvidos em relação ao campo. Por se tratar de uma obra escrita por três discentes do curso, todas formadas naquela instituição e que nela dão aula há mais de dez anos, pode-se apontar que o seu discurso é representativo daquilo que é válido para o curso.

Antes de tratar especificamente da criação do curso de Design, as autoras se preocupam em esclarecer seu entendimento da prática do Design, definida a partir de quatro autores: Tomás Maldonado, Bernhard Bürdek, Natã Morais de Oliveira e Hudson de Araújo Couto. Os autores escolhidos demonstram uma forte associação a **noção funcionalista**, posição essa que se evidencia nas primeiras páginas do texto, quando se coloca que o Design já ocorria em 1588 (Bordel *apud.* Braga, Ruschival & Mota: 13), fato que se justifica, na visão das autoras, principalmente pelo uso do termo “design” em uma instrução de trabalho. Essa leitura valoriza determinado discurso sobre a prática e desconsidera a especificidade desta e sua relação com o meio social, além desse aspecto, há um entendimento de design como “uma ideia executável pelo homem, ou ainda, como um objeto das artes aplicadas para a construção de outras obras” (Braga, Ruschival e Mota, 2014: 13). Essa escolha demonstra uma preocupação mais técnica ou discursiva que social, mesmo em sua dimensão mais econômica, pois julga o todo pela parte ao ignorar o modo de produção da sociedade, seja a Europa de 1588, seja a sociedade amazônica atual. Mais adiante, outros termos utilizados para definir o design são “tecnologia” e “disciplina” (Couto, 2002, *apud.* Braga, Ruschival e Mota, 2014: 14). As autoras particularizam o Design a partir das fronteiras entre técnica e arte baseando-se no Projeto Político-Pedagógico do curso de Design da Universidade Federal da Paraíba, que situa o Design como processo, contexto, tecnologia, interdisciplinaridade e qualidade.

As diferentes fontes utilizadas apontam um entendimento conciso do campo e da prática, em que o aspecto técnico utilitarista ganha bastante destaque. Essas definições sugerem o papel social da profissão e a forma como, por meio da interdisciplinaridade, o Design faz uso de determinado aparato metodológico para exercer sua prática. Nesse sentido, as autoras colocam que os aspectos sociais, culturais, estéticos assim como o contexto socioeconômico

do usuário devem ser observados pelo Design. Assinalam que o Design faz uso de um instrumental metodológico, conhecimentos e teorias oriundas do campo artístico, sendo sua principal diferenciação do campo artístico o fato de que o objeto de design se baseia em informações objetivas e está voltado à produção industrial enquanto que a arte se baseia na subjetividade do artista e sua prática é voltada para a produção de um produto único.

A visão legitimada é de **viés funcionalista**, em que o Design resolve um problema técnico em um dado contexto como, por exemplo, revela a noção de “usuário”, também utilizada na obra. Não há uma particularização muito aprofundada da noção escolhida em relação à realidade local ou alguma alusão ao papel do Design na sociedade enquanto produtor de bens simbólicos, isto é, como aquele que materializa valores, gostos, visões de mundo, enfim, como um agente da cultura na modernidade ou mesmo do objeto de design enquanto resultado da produção social coletiva. Tampouco há qualquer contextualização dessa prática na região, um questionamento ou proposta do que seria fazer Design na Amazônia. Dessa forma, as autoras pretendem situar o surgimento do curso de Design da UFAM dentro da narrativa dominante no Campo do Design no país. Além da perspectiva de entendimento adotada, reforçam o papel do ensino na prática do Design. Ao contrário de muitas outras práticas sociais, na modernidade o Design se legitima principalmente nas instâncias de formação de seus quadros, por esse motivo, a Bauhaus e a escola de Ulm, possuem tamanha relevância no campo. No caso do Brasil, essa noção se percebe na sobrevalorização dos cursos superiores de Design que surgiram na década de 1950/60. Posterior a formação viria a prática, sendo “impossível” a capacitação fora desse espaço, nessa lógica, o designer é aquele que faz um curso superior de Design. Por isso que, segundo as autoras, a área só viria a ser tratada como “especialidade artística” a partir da criação do primeiro escritório do país, o FormInForm, em que afirmam que “sua atividade foi o marco inicial da profissionalização do design no Brasil”. O uso do termo, “especialidade artística” em parte relativiza a distinção entre o Campo do Design e o Campo da Arte feita anteriormente, isso ocorre de modo tácito, um interesse aparentemente desinteressado em prol de um interesse específico, relacionando essa ação com as noções ideológicas dominantes no campo, pode-se apontar o interesse de capitalizar simbólica e financeiramente a partir dos ganhos desse flerte com a **noção carismática**. Dessa forma, acabam fazendo coro com a narrativa mítica do Design no Brasil identificada por Cardoso, um exemplo ilustrativo dessa

escolha é quando apresentam os esforços da década de 1950 e 1960 como “os alicerces para o início do Design como profissão” (Braga, Ruschival e Mota, 2014: 16), ignorando as práticas criativas relacionadas à indústria que haviam até então como práticas do Design.

Conforme exposto, a principal motivação para o surgimento do curso foi a preocupação com as atividades produtivas da Zona Franca de Manaus. Da parte da UFAM, o que ocorreu foi que um grupo de professores do departamento de Hidráulica e Saneamento, todos engenheiros, tomaram frente e iniciaram as ações necessárias para colocar em prática essa diretriz. Temos em 1987 a criação do curso de Desenho Industrial, oferecendo vinte vagas para o vestibular daquele ano. O curso de Bacharelado em Desenho Industrial possuía duas habilitações, programação visual e projeto de produto, que deviam ser cursadas em dez semestres acadêmicos. Apesar do curso ter sido fundado por engenheiros, praticamente não contar com nenhum designer como professor das disciplinas oferecidas e se situar na Faculdade de Tecnologia, há naquele currículo uma variedade de disciplinas das áreas de humanas, como História da Arte, matérias introdutórias à antropologia e a sociologia e outras voltadas à comunicação. O apoio do Departamento de Artes e do Departamento de Comunicação Social foram importantes para essa oferta. Ainda assim, o predomínio era de matérias ligadas a área de exatas, como cálculo, álgebra linear e computação. Essa condição só iria ser alterada em 2004, quando o MEC autorizou a reformulação curricular, que uniu as habilitações. Os concursos realizados ao longo desse período possibilitaram a primeira leva de professores formados em Design, a maioria oriunda da Paraíba, o que permitiu que os quadros fossem completados, principalmente por profissionais formados pela própria instituição (Braga, Ruschival e Mota, 2014: 17).

A mudança curricular de 2004 foi um marco relevante para a atualização do curso e correção de uma série de descompassos. Destacam-se a mudança do nome, de Desenho Industrial para Design; a redução da duração, de cinco para quatro anos; e uma grade curricular voltada para as necessidades do mercado que passa a unir as duas habilitações. O corpo docente percebeu que não foi possível cumprir o intuito inicial, de prover mão de obra especializada para o Polo Industrial de Manaus, simplesmente porque não havia tal demanda. As empresas que se instalaram na região eram basicamente montadoras, sem atividade voltada à pesquisa ou desenvolvimento de produtos ou soluções. Ao mesmo tempo que ficou evidente a demanda por profissionais para atuarem nos

setores de movelaria, *marketing* e publicidade e propaganda.

Uma forma de avaliar a autonomia de um campo é analisar a autonomia de suas instâncias de produção, legitimação e consumo. Trazendo essa lógica para a situação do Design no Amazonas, verifica-se que sua primeira instância de formação, um espaço que além da formação também se relaciona com a legitimação, esta não conseguiu emplacar o projeto que para ela fora traçado. No que tange as primeiras motivações das elites econômicas e políticas locais, o papel social que se aspirava para o Design no Amazonas foi inviabilizados em grande parte por não haver necessidade de uma etapa de pesquisa e desenvolvimento de produtos já que as soluções vinham prontas da base dessas empresas, quase todas de matriz internacional. Ademais, verifica-se que a especialidade em projeto de produto também não possuía um grande espaço de trânsito na sociedade manauara, tanto por uma demanda bem maior por profissionais para a atuação na área de programação visual, quanto pela falta de capilaridade e diálogo com, por exemplo, os espaços e os produtores de móveis e artesanato, áreas em que os designers de produto poderiam atuar. Dessa forma, a circulação e consumo dos bens simbólicos ligados ao Campo do Design acabou por fim redefinindo a estrutura do espaço de formação do campo.

Apesar disso o curso soube se reinventar e assimilar algumas das demandas locais, principalmente aquelas que se encontravam alinhadas às estratégias da globalização. Dentro dos parâmetros utilizados para a avaliação dos cursos de graduação no país, o curso de Design da UFAM é um dos mais bem avaliados da instituição, conseguindo nota máxima, seja pelo MEC⁶, seja por instituições de avaliação relativamente independentes do governo, como o Guia do Estudante⁷ e o *Rank* universitário do jornal Folha de São Paulo.⁸ Em termos mais pragmáticos, os profissionais formados pela instituição trabalham em diversos espaços em que anteriormente eram destinados à designers formados em outros estados, de modo que hoje, com exceção de demandas muito específicas, os designers amazonenses se encontram presentes em quase todas as instâncias locais de produção de maior capital simbólico do campo.

⁶ O curso ficou em 27º lugar entre mais de 100 cursos avaliados pelo MEC

⁷ O curso conseguiu cinco estrelas na avaliação do Guia do Estudante em 2012, pontuação máxima. Fonte: <http://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/design/>. Data de acesso: 10 de dezembro de 2016.

⁸ O curso ficou em 28º lugar no *Rank* da Folha em 2015. Fonte: <http://ruf.folha.uol.com.br/2015/ranking-de-cursos/design/>. Data de acesso: 10 de dezembro de 2016.

Verifica-se, portanto, que a consolidação e legitimação do campo na região se deve à diversos aspectos, vários deles ligados às estratégias da globalização. Importante salientar que esse processo encontrou pouca resistência local mesmo quando as estratégias utilizadas eliminavam e depreciavam as práticas locais. As tensões entre tradição e modernidade foram mínimas no sentido que não houve resistência à aceitação desse modelo, o grande desafio do campo em seu surgimento era muito mais explicar a necessidade do designer enquanto profissional do que do próprio design enquanto prática. Afirmamos isso no sentido que por mais que as indústrias do PIM não absorvessem os designers, esses conseguiram empregos em vários segmentos do setor de serviço e de varejo. A industrialização das práticas criativas nas últimas décadas é uma constante na região, há uma adoção sem grandes resistências das inovações e dos processos industriais de manufatura. Assim, quando os primeiros designers se formaram, Manaus já contava com um parque gráfico constituído, com diversas empresas de sinalização e de publicidade. Os bens de consumo produzidos no PIM circulavam com bastante capilaridade no meio social local, fazendo daquele design o modelo de referência. Esse design “pronto”, internacionalista e industrializado que surgia “naturalmente” no mercado local era um dos motivos da aparente dicotomia design/designer. Ao mesmo tempo uma valorização e uma desvalorização: o design tecnologicamente avançado era celebrado como um dos principais indicadores do ansiado progresso da região, uma valorização transversal, independente de formação ou classe social.

Contudo, por surgir de modo “mágico” e “espontâneo”, isto é, como algo inerente ao produto, sem aparentemente fazer parte da produção local, o design surgia como uma dádiva, que por isso estava muito mais associado a uma economia do dom que a uma relação econômica. A experiência do dom é uma experiência ambígua pois ao mesmo tempo em que ela promove a rejeição do interesse, se mostra gratuita e supostamente sem retribuição; ela também é impositiva, custosa e estabelece uma dívida entre quem dá e quem recebe. Inerente ao produto, o design ao mesmo tempo que era visível, era tão invisível quanto os circuitos e os fios dos produtos eletrônicos. Como toda dádiva, o preço a ser pago não era financeiro, mas uma obrigação de retorno: o abandono das práticas locais, do fazer coletivo e dos sabres ancestrais. Dessa forma, o Design enquanto prática social ia ficando de fora, ao menos simbolicamente, da economia financeira, pois ninguém “precisava pagar” por ele. Por ser um dom, não dizia respeito ao direito enquanto instância de legislação e ao contrato

enquanto forma manifesta dessa legislação, visto que na economia simbólica do dom estes são os lugares do cálculo, do interesse, em que se preveem as situações mais pessimistas e que jamais seriam ditas e confessadas em uma troca simbólica. Assim, há de se observar que em um ambiente em que domina o imediatismo das trocas econômicas, acentua-se a cisão entre paixão e interesse, gratuito e pago, etc., de modo que o dom perde seu sentido e se torna mais uma estratégia par acumulação de capital social visando a conversão desse capital em capital econômico. Operação essa que as multinacionais souberam executar com maestria com a premissa de que o progresso finalmente chegará a Amazônia.

Dessa forma, como afirma Mauss (*apud.* Bourdieu, [1994] 2017: 7), “a sociedade sempre paga a si mesma com a falsa moeda de seu sonho”. Isso nos lembra que toda comunicação tem algo de intrusão pois contém a potencialidade de um constrangimento, de uma obrigação, da mesma forma que encerra uma incerteza, se de fato haverá resposta àquele chamado. Por seu aspecto violento e pela indefinição da posição dos termos, dos ganhos ou das perdas dessa troca simbólica, a dádiva traz em si a potencialidade de uma relação de dominação, uma dominação durável e de certa forma impagável, em que a violência simbólica assegura sua perenidade. No caso específico do Design na Amazônia, essa comunicação não só reverberou como a dádiva fez o credor naturalizar sua dívida a tal ponto que este não consegue distinguir essa forma de ser no mundo do mundo como ele é ou pode ser. Podemos ainda sinalizar que a disposição à dádiva e a dívida se organiza a partir de um *habitus* coletivo que recompensa aquele *habitus* individual, não há devedor sem credor, nem credor sem devedor. Já que a prática do dom só é possível em universos que se encontram preparados para essas operações, em que seus pressupostos encontram-se dados, onde hajam garantias de recompensa e reconhecimento, a relação do Design com a cultura local se particulariza nas particularidades do *habitus* coletivo local. Um processo construído sistematicamente, nas práticas e nos discursos de dominação, conquista e domesticação da região. Ainda que a modernidade tenha “demorado” a chegar, sua mensagem chegava clara e distinta pela voz de viajantes, exploradores, do Estado e da ciência.

Se entendermos design como a produção de materialidade por processos produtivos industriais modernos, definitivamente já havia um espaço para a atuação dos designers na sociedade amazonense antes mesmo desses ali surgirem. Os designers enfrentaram a dificuldade de transpor a

valorização/desvalorização da prática, tinham que produzir um design que se encontra-se em grau de paridade com o design dos produtos importados e produzidos localmente ao mesmo tempo em que tinham que desnaturalizar o entendimento de que o design era algo dado, de fácil execução, inerente a determinados produtos e processos. A industrialização da cidade ocorreu antes do surgimento do curso e da formação dos primeiros alunos, os técnicos já atuavam nessas indústrias, o que indica uma certa profissionalização nessas práticas se consideradas somente o processo produtivo. Nesse sentido que afirmamos que o esforço do Design local era mostrar sua competência para melhorar um processo que já existia, demonstrar as potencialidades da produção local ante a mera reprodução, afinal, a tarefa de evidenciar os ganhos de uma fabricação seriada já estava cumprida.

As poucas tensões que o meio social apresentou para a adoção do processo produtivo moderno industrializado e a aceitação por parte do campo da narrativa funcionalista são tributários de uma mesma ideologia. Esse cenário se deve em parte a uma noção histórica que se consolidou na região, a da suposta neutralidade da ciência e dos ganhos do progresso advindos dessa forma de conhecer. A manutenção dessa noção foi reforçada com o surgimento da Zona Franca, o parque industrial permitiu uma grande circulação de riqueza na cidade, com os empregos diretos que foram criados e com a facilidade à aquisição desses bens. A produção industrial se apresenta como neutra, tal como a visão moderna que se tem da tecnologia, algo que supostamente não é bom ou mal *a priori*. Soma-se a isso o surgimento do curso de Design na Faculdade de Tecnologia, setor em que ficam as engenharias, ansiando para participar de sua dinâmica e sem qualquer questionamento dessa lógica e do seu impacto nos processos produtivos locais. Todos esses aspectos criam um cenário propício para a manutenção da noção funcionalista a respeito do Design, mesmo o Polo Industrial tendo virado as costas para o curso, a narrativa ainda se manteve forte e com poucas críticas até a presente década. A força do mito persiste.

Conforme a prática do Design foi se consolidando no espaço social amazônico, tornava-se mais patente que havia lacunas que a noção funcionalista não dava conta de preencher. Um dos grandes impedimentos para a plena realização da visão do campo na sociedade se explica também por uma noção histórica já identificada, a mentalidade extrativista. O comércio local ainda mantém muito dessa visão, que faz com que os proprietários das redes de varejos e das pequenas indústrias locais tentem sempre maximizar seus ganhos

no menor tempo possível, a relação destes com o capital e com o ramo de negócio em que atuam tende a ser extremamente utilitária e fisiológica. Isso faz com que o Design tenha que se submeter a temporalidade do comércio, isto é, da demanda, fazendo com que as etapas sugeridas pelas metodologias projetuais não sejam respeitadas ou capazes de serem executadas adequadamente, o que gera uma dissonância cognitiva no agente em razão da discrepância entre academia e mercado. Outra consequência é a assimetria na relação entre cliente e designer, ressaltamos que essa é uma forma específica de confronto entre esses dois agentes, um embate comum ao campo que pode ser entendido como um confronto de temporalidades, gosto do cliente *versus* gosto do designer, mas ao contrário dessa constante, no caso da região, há um certo desprezo do cliente em relação ao design, ao projeto e ao designer. De maneira semelhante aos barões da borracha, que viam a Arte como algo enfadonho, alguns comerciantes locais assim veem o Design, algo que precisa ser feito, mas que não possui valor para além do aspecto utilitário imediatista. A relação extrativista se caracteriza por esse distanciamento emocional em prol do interesse principalmente pecuniário, e por uma falta de visão de longo prazo, que faz com que o ônus fique com quem consome o serviço comprometendo a sustentabilidade do negócio. Por diversos motivos, essa é uma situação que vem sendo erradicada do comércio local, em grande parte, pela própria lógica da globalização, que não permite essa forma de lidar com o capital.

Mostra-se válido apontar que ainda que a mentalidade extrativista tenha sido um modelo forte na região, houve empresas que souberam garantir sua sustentabilidade ao longo do tempo. Essas empresas possuem um senso de perenidade, sua relação com o local é mais aprofundada, procuram desenvolver um módulo econômico sustentável, sua forma de se enxergar e se posicionar no mercado também pautam o modo como encaram o Design. Contudo, essas empresas são exceções no espaço social amazônico, assim, o ponto a se ressaltar é a diferença entre a instância de formação e a de circulação e consumo, o choque do agente que ao sair da faculdade percebe que o jogo que ele pretendia jogar opera com algumas regras distintas daquelas que ele naturalizou. Esse choque leva a um certo abalo na *illusio*⁹ que rege o campo.

⁹ Para Bourdieu, a *illusio* é uma forma de irreconhecibilidade coletiva do arbitrário de um campo por parte daqueles que pertencem ao campo, denegação do interesse e do cálculo que ocorre supostamente em prol de um interesse maior, é o que permite e possibilita que a energia simbólica produzida pelo funcionamento do campo seja operada por “aquele que acreditam nisso” para edificar, sustentar e ao mesmo tempo justificar de modo tácito as dinâmicas do campo e de acumulação de capital simbólico colocadas como o mais interessante para o campo e não para o agente ou a instituição em questão, é aquilo que produz a dominação legítima e válida. Ver

Esse fenômeno demonstra que a narrativa mítica do Design é autolegitimada localmente pelo campo, e a exemplo do restante do país, essa lógica carece da mesma legitimação nos demais espaços sociais. Algumas dessas lacunas são discutidas pelo próprio campo, ainda de modo incipiente, mas esse descompasso é suficiente para direcionar alguns dos agentes para outras formas de compreensão do Design, de suas práticas e de seu papel na sociedade. Os esforços para a quebra da narrativa dominante não são unificados e em vários casos, o problema é percebido de maneira difusa, sem especificidade. A etapa seguinte se dedica a identificar o contexto que os agentes enfrentam ao sair da instância de formação e adentrar às de produção, os problemas por eles enfrentados e as estratégias utilizadas na luta simbólica com o espaço social e os demais campos de produção de bens simbólicos. Como não se trata de uma disputa consolidada, como será demonstrado, essa problemática é analisada levando em consideração os avanços e retrocessos que ocorreram ao longo das últimas duas décadas.

Na próxima etapa da pesquisa pretendemos levar essas considerações para a prática no Campo do Design. Um procedimento empírico, baseado nos achados oriundos da fala dos próprios agentes do Campo, é utilizado para ilustrar as noções até aqui apresentada. Além disso, através da posição e trajetória dos agentes dentro do campo é possível ter noção de sua expansão e encolhimento. O que se procura definir é uma fotografia do campo, suas relações atuais assim como a impressão dos agentes a respeito de sua própria prática. As relações do Design com a cultura amazônica, como que no dia a dia dos agentes, surgem as oportunidades de interação e trocas simbólicas e como essas ocorrem na prática. Caso não ocorram, o que impere que tais relações se estabeleçam.

4.2.2 Instâncias de produção: Dominantes dominados

Pensar um design amazônico a partir de sua produção faz crer que o estudo focará em artefatos com fortes aspectos artesanais, que evoquem os signos da floresta e façam uso dos recursos e matérias-primas locais. Contudo, essa escolha limitaria enormemente essa investigação pois os objetos produzidos nessas condições são somente parte do que é produzido localmente. Sem relacionar esses objetos aos demais, não somente os que aqui foram produzidos, mas que também aqueles que circulam e são consumidos

especialmente em *Réponses*. BOURDIEU, Pierre et WACQUANT, Loïc. **Réponses Pour une anthropologie réflexive**. Paris: Libre Examen Politique. Éds. du Seuil, 1992. pp. 91-115.

localmente, não é possível identificar o lugar ocupado por esses objetos na cultura local. Sem esses referenciais, esses objetos estariam apartados do contexto de produção, circulação e consumo o que faria com que a investigação se limitasse a uma análise formal. Outro fator limitante é que muito provavelmente, pela ausência de critérios legitimados localmente, essa análise formal se valeria dos cânones consagrados pelo Campo do Design, o que pouco contribuiria para o melhor entendimento das práticas locais. Para entender as dinâmicas nas instâncias de produção, locais em que os designers exercem sua prática, é preciso recordar que os objetos de desejo têm seu valor definido socialmente. Toda interpretação da forma pela forma, seja a de um texto ou de um objeto, ignora que o que realmente importa é a importância que é e foi dada àquele objeto e como ele se coloca em relação aos demais, uma determinação que sempre estará fora de seus limites, pois é construída contextualmente. Logo, o significado de uma coisa não é a coisa em si, este se constitui pela maneira como o espaço social constrói seu sentido e seu valor.

Dessa maneira, para olhar o objeto é necessário um recuo, para se ter a perspectiva do mesmo e como ele se encaixa no todo. Servindo-se dessa lógica que esse estudo foca seus esforços nos discursos e nas práticas dos agentes pertencentes ao Campo do Design e menos no seus objetos. Se uma explicação simplória de cultura pode ser que aquela que coloca que cultura “é o modo como fazemos as coisas por aqui”, interessa saber “porque fazemos as coisas daqui da forma como elas são feitas”. Conforme demonstrado, a questão das representações é resultados de disputas entre os diferentes grupos que coexistem em um mesmo espaço social, então a verdadeira luta social é, portanto, a luta pelos processos simbólicos de legitimação. Uma luta pelo significado, pelo sentido das coisas, assim que se estabelece qual a definição válida de “público”, “gratuito”, de “homem”, de “mulher”, de “família”, ou ainda, de “designer” ou de “micreiro”.

A partir da reflexão a respeito da cultura amazônica que vem sendo desenvolvida e da posição ocupada pelo Campo nesse debate, podemos identificar cenários para então traçar estratégias que melhor correspondam à consolidação da visão do papel social do Campo. Lembrando que por este ser um debate que é problematizado dentro do Campo, será um debate que invariavelmente irá refletir os seus interesses. Logo, a possibilidade de se recair em um “uso privado da razão”, ou qualquer outra expressão que de conta de evidenciar os interesses e os arbitrários do Campo na sua busca pela autonomia

relativa, deve ser combatida a partir dos referências dados por Canclini, de como aumentar a aceitação das diferenças, a diminuição das desigualdades e inclusão dos excluídos.

Antes disso, contudo, analisemos a forma como o campo se vê a partir da análise da fala do próprio campo. Exploramos esse objeto a partir de entrevistas qualitativas, semiestruturadas com agentes consagradas no Campo do Design no Amazonas. A análise da fala desses agentes visa evidenciar e aferir em que medida a ideologia dominante no Campo do Design se perpetua localmente. Visto que a globalização faz uso de estratégias variadas para se consolidar, quais as particularidade e os limites dessa narrativa e como esses agentes se enxergam no Campo. Por isso, não iremos tratar da particularidade de um ou de outro designer e, por realizarmos uma abordagem qualitativa, a amostragem reduzida se mostra satisfatória para os objetivos aqui traçados. Como toda pesquisa qualitativa, mais do que números e porcentagens, pretendemos verificar a reverberação das ideias no Campo e tentar identificar *insights* para o problema de pesquisa, a percepção subjetiva dos agentes sobre como entender as práticas criativas locais a partir das particularidades da cultura amazônica e seu embate com a globalização. Apontamos que essas entrevistas não atingiram o ponto de saturação sob vários aspectos da relação do Campo com o espaço social local, isto é, ainda é possível utilizar essa técnica para explorar nuances dessa relação.

Foram entrevistados dez designers, a média de experiência profissional era de quinze anos de experiência na prática do Design. Os mais experientes possuíam vinte anos de atuação no campo e a designer que contava com menos tempo de experiência possuía cinco anos de graduada. Todos eram formados em universidades localizadas em Manaus e aqui exercem a profissão praticamente desde antes de se formarem. Alguns desses agentes relatam períodos de ausência da região de dois a seis, momento em que estavam cursando mestrado ou doutorado em outra cidade. Dos dez entrevistados, quatro eram mulheres. Quanto a escolaridade, além de serem graduados em Design, considerando a titulação mais elevada: dois possuíam especialização, três possuíam mestrado, dois eram doutorandos e dois possuíam doutorado. Todos iniciaram o trabalho na área antes da graduação e atuaram em mais de uma subárea do campo, de varejo à publicidade, passando por Design de produto, institutos de pesquisa e empresas de tecnologia, iniciativas de empreendedorismo e ensino e docência. Esse recorte variado foi escolhido por

se tratarem de profissionais informalmente reconhecidos pelo Campo do Design local como profissionais de qualidade técnica de referência, a informalidade disso decorre do fato de que não existem instâncias de consagração dedicadas ao Design na cidade ou no estado. Ainda assim, em nível nacional, vários desses designers possuíram reconhecimento de seu trabalho em prêmios, bienais e competições da área. Isso reforça o entendimento de que ainda que o Campo local não seja organizado e estruturado para dar plena visibilidade aos pares e a sociedade a respeito do alcance e competências do próprio Campo, é possível encontrar profissionais com um nível técnico nos mesmos padrões que dos grandes centros. As entrevistas foram realizadas no período de setembro a dezembro de 2016, tiveram duração média de 40 minutos, o roteiro consistia em perguntas abertas em relação à formação dos agentes, relatos de sua experiência profissional, onde trabalhou, cursos e especializações, eventuais prêmios e reconhecimentos. Após essa parte mais sócio-demográfica, solicitava-se a visão do agente em relação aos limites do campo, como este estava estruturado e como se inseria na dinâmica de produção, circulação e consumo, local e global. Para encerrar, um questionamento sob qual o papel do Design na sociedade e em relação à cultura local.

Conforme o relato dos agentes, a inserção na instância de formação e a própria graduação foi um processo confuso e de baixa visibilidade em relação ao que fazer, como agir ou a clareza sob qual deveria ser o próximo passo a ser dado. As razões para isso são datadas, devem-se principalmente à baixa difusão que havia ainda na década de 1990 da noção de Design e ao nome do curso, desenho industrial. No próprio campo, para os não-iniciados, havia uma confusão no uso dos termos desenho industrial, que era o nome oficial do curso, e Design, como os professores e o campo já se auto denominavam. Por causa disso, mais de um agente ficou sabendo somente no primeiro dia de aula que escolhera fazer uma faculdade de Design e ao longo dos primeiros períodos adquiriam um entendimento mais claro do que fazia um designer. Os primeiros egressos sofriam com os problemas já relatados, alguns de aspecto técnico (falta de conhecimento técnico por parte do corpo docente, indicações e acesso às referências bibliográficas sobre Design em português; professores com pouca vivência de mercado; a transição da prancheta para o computador, nem sempre aceita pelos professores), outros de aspecto extra-técnicos (ausência de professores; necessidade de trabalhar enquanto estudava, professores que não conseguiam adequar o conteúdo da disciplina para os interesses do campo).

Relatam a importância dos colegas e o esforço de alguns professores específicos (não necessariamente de todo corpo docente) para uma formação mais adequada às necessidades do Campo. Vale reforçar que boa parte desses problemas atualmente se encontram superados, seja em razão das dinâmicas sociais – popularização da noção de Design e consolidação dos programas gráficos como ferramental legítimo para o trabalho criativo –, seja pelos esforços dos docentes do diversos cursos de Design na cidade de Manaus – capacitação em curso de pós-graduação e uma atuação maior tanto na academia quanto no mercado.

Um aspecto que pouco mudou ao longo do tempo nas instâncias de formação é o foco nos aspectos técnicos do Campo e um interesse menor nas questões extra-técnicas, como a relação do Design com a cultura local. Há contudo uma crítica recorrente por parte dos entrevistados em relação à esse “foco na técnica” visto que mesmo essa escolha não é adequadamente explorada. Embora a totalidade destes relatem que aprenderam o uso de metodologias de desenvolvimento de projeto na faculdade, constatou-se o desconhecimento durante a formação de vários cânones do campo, principalmente aqueles de caráter mais específico, como os de diagramação, tipografia, Design digital, etc. Somente quando já estavam no mercado de trabalho, quando trabalharam com profissionais com mais experiência ou formados em outros estados, que tomaram conhecimento dessas lacunas. A ausência de questões e conhecimentos relacionados aos aspectos extra-técnicos se refletem na falta de um debate a respeito do papel social do Design, do entendimento do Design enquanto prática social, das dinâmicas e dos mecanismos de consagração do campo e o papel e a inserção do Design na cultura local. Mais uma vez, os agentes que atualmente atentam à esses pontos, afirmam terem tomado conhecimento e se sensibilizado a respeito deles alguns anos após a graduação, já no mercado de trabalho e com alguma bagagem profissional. Assim, a atenção aos aspectos extra-técnicos do campo é resultado de um desencantamento como a narrativa dominante no campo, um “efeito colateral” do discurso que coloca os problemas de Design como problemas puramente técnicos. Verifica-se pela vivência que mesmo quando a metodologia é seguida e todas as questões técnicas são respondidas, nem sempre o produto desenvolvido é percebido por quem o consome como uma solução significativa e pertinente. Esse processo não chega a destituir a metodologia projetual de seu lugar de destaque para esses agentes, demonstra primeiro que essa não é uma

bala de prata, uma ferramenta para qualquer situação, e que existem situações e problemáticas que se encontram além da técnica pura e simples.

A ausência de cursos em Manaus de pós-graduação *stricto sensu* com foco em Design é uma carência sentida pelos pares do Campo. Dentre outras perdas, essa lacuna dificulta a estruturação de um pensamento crítico a respeito do papel social do Design ou mesmo de sua prática. Evidentemente que críticas pontuais ocorrem e que os profissionais se capacitam tecnicamente, mas não há um espaço para que um debate ocorra e que esse reverbere nas instâncias de produção e de formação, um dos papéis que a academia cumpre na modernidade. Isso faz com que os designers que buscam dar continuidade aos estudos após a graduação tomem duas estratégias: ou procuram cursos de pós-graduação em Design em outras cidades ou então fazem um curso de pós-graduação local em uma área correlata ao Design, colocando o Design como objeto de pesquisa. As entrevistas ocorreram com designers que adotaram ambas as estratégias. Os dois que fizeram os cursos locais relatam falta de familiaridade com temas mais específicos da área para qual migraram e também de se fazer entender pelos orientadores e colegas. Outros entrevistados que fizeram seus cursos na área de Design fora do país relatam que o foco do curso de graduação nos aspectos técnicos do campo facilitou a realização das matérias técnicas dessas pós-graduações. Descrevem ainda o interesse dessas instituições pela temática amazônica, mas a falta de aprofundamento prévio ou de um estudo sistemático do tema por parte desses agentes, fizeram dessa demanda um desafio. Uma oportunidade, visto que juntamente com a possibilidade de um estudo mais detalhado e reflexivo que caracteriza a pós-graduação, além das possibilidades e implicações que surgem pelo distanciamento da região, transformam essa demanda pela temática amazônica em uma forma de se redescobrir enquanto agente pertencente a uma cultura.

Vários desses agentes acabam concordando com a premissa apresentada por Loureiro (2015:xx) de que o *locus* de sentido da cultura amazônica é a floresta, o interior, a interação do homem com a paisagem rural. Contribui sobremaneira para essa tomada de consciência o distanciamento desse *locus* decorrente de uma estadia em outra cidade ou país por um período prolongado e o contraste que o choque cultural provoca. Essa percepção mostrou-se acentuada entre aqueles agentes que tinham por hábito visitar o interior do estado, ou que na infância tinham tido experiências desse tipo. Essa experiência prévia permitiu que esses agentes vislumbrassem outra forma de

relacionamento e pertencimento com seu local de origem, modelo que após instigado e contemplado, pode ser replicado. O retorno à Manaus também contribui para emergir essa outra forma de enxergar e se enxergar na região, como agente social e como designer. Outra possibilidade para essa tomada de consciência é a própria prática do Design na região, de modo mais custoso e tortuoso, alguns agentes afirmam que essa mudança na forma de ver e de se ver surgiu após alguns anos de atuação no mercado. Como o mercado não consegue cumprir suas promessas (meritocracia, reconhecimento da singularidade técnica do agente, dotá-lo de uma autonomia para a realização de sua prática, julgamento por critérios claros, etc.), vai se estruturando uma frustração que provoca fissuras e brechas nesse discurso. Válido observar que essa consciência não surge do nada, como toda forma de pensar ela é resultado de condições históricas e sociais específicas, de modo que a vivência e a circulação em outros espaços sociais que não somente aqueles legitimados pelo mercado é o que permite quebrar a narrativa dominante, por isso, são os agentes mais próximos do *locus* da cultura local, de suas práticas populares, que conseguem problematizar, criticar, analisar e questionar a situação atual do Design para então tentar propor outras formas de valor, ainda que isso esteja longe de ser uma regra.

Esse procedimento pode ser entendido quase que como um “despertar”, uma desmistificação da ideologia dominante no Campo do Design. Isso porque a questão de pertencimento ou mesmo dos problemas nos embates entre local/global (em que o problema da identidade é apenas um dos aspectos dessa dinâmica) não foram adequadamente abordados durante a formação dos agentes e na prática cotidiana do campo. No mercado, por sua vez, quando há a necessidade de estampar uma peça gráfica com pessoas, objetos ou elementos da região, o envolvimento do designer é minimizado ou pouco explorado em razão principalmente da temporalidade dessa instância e da especialização das práticas profissionais e seus subcampos. No caso das agências de publicidade, o setor de atendimento faz boa parte do relacionamento direto com o cliente e em vários casos, o *briefing* do projeto, disso resulta que o designer assume basicamente o papel de executor técnico de uma ideia que nem sempre com sua participação, por sua vez, é desenvolvida pelos publicitários. A escolha das fotos e representações desses objetos é feita a partir de um banco de imagens ou por demanda dada a um fotógrafo. A posição ocupada pelo designers como executor gráfico das peças e como “aquele que resolve problemas” acabam

engessando sua atividade de maneira que sua principal tarefa é “seguir o *briefing*”, com isso, sem chance de fazer as trocas simbólicas com os diferentes pontos dessa cadeia, seja conversar com o cliente para entender o que o motiva a reforçar os traços identitários locais, seja acompanhando aqueles que vão a campo registrar a cultura local, a atividade de Design é instrumentalizada, assume cunho tecnicista e dissociada das dinâmicas locais.

Para aqueles agentes que não desenvolveram uma postura crítica em relação ao seu papel social ou ao do papel do Design na cultura local, o *locus* de sentido se move da relação com a região e se mantém principalmente na relação como o mercado. Mais do que a academia ou os ideais defendidos pelo Campo, o mercado é o critério para o justo, o correto e o adequado. É ele que pauta a temporalidade da prática e do *habitus* de boa parte da classe, ou seja, as disposições e modos de pensar e agir ante as situações apresentadas no dia a dia do designer. Nessa lógica, quebra-se muito do que foi aprendido na academia, destaca-se a naturalização da compressão de espaço e tempo que principalmente a publicidade leva a cabo na modernidade. Dessa maneira a academia é “lenta” e não acompanha as mudanças da sociedade, pois por sociedade se entende o mercado. Para esses agentes, faz todo sentido que algumas entregas sejam “para ontem”, que seja reconhecido aquele profissional que “faz mais com menos”, ao mesmo tempo em que o profissional “responsável” sabe que toda hora é hora para trabalhar, seja madrugada adentro ou no final de semana. Soma-se a isso a visão de que no mercado, tudo é muito mais dinâmico, por isso não se pode perder tempo demais planejando as ações, é também um lugar para experimentar, desde que a experimentação respeite aquilo que tem sempre funcionado. Ao mesmo tempo o mercado é muito efêmero, não há espaços para registro detalhado das ações ou reflexões e retrospectivas para identificação de erros ou acertos. A naturalização dessa temporalidade cria frustrações, evidentemente, mas acima de tudo coloca tais demandas como naturais, impossíveis de serem dissociadas da forma como o mercado se apresenta, não há diferença entre o modo como o mercado se apresenta e as possibilidades que este pode assumir. O mercado só pode ser da forma como é. Assim, a solução para aqueles não querem se submeter a tais condições é simplesmente sair do mercado de publicidade e atuar em outras áreas, jamais esperar ou agir para que o mercado mude. Cabe nessa flexibilização a relativização do papel da metodologia projetual nas atividades cotidianas, não seguir todos os passos com a atenção e qualidade exigida para

cada etapa não é mais um pecado capital. Trata-se ainda de um pecado, mas menor, aceitável para trabalhos de segundo escalão ou nos quais o cliente não pode pagar o tempo do profissional. Para o mercado as competências, capacidades e o instrumental intelectual e cognitivo dos agentes são colocados como recursos.

Essa situação enfraquece o Campo do Design pois os critérios para avaliar a prática quase sempre são exógenos ao campo. A almejada autonomia relativa a qual todo campo de produção de bens simbólicos aspira carece de bases para se concretizar. Mais do que essa posição, o sentido de deslocamento das forças e das dinâmicas sociais ao longo da década de 2000 (considerada informalmente uma “era de ouro” da publicidade) prejudicou o espaço ocupado pelo Design no mercado. Acentuando a valorização/desvalorização já citada, o design passou a ser visto principalmente como “ponto de venda”, expressão que na publicidade se refere a qualquer diferencial que permite a venda do produto, no caso, apenas como um aspecto estético, formal, do produto. Se anteriormente em Manaus era possível encontrar escritórios de Design, durante esse período estes sumiram ante o avanço das agências de publicidade, cenário que permanece até hoje.

A rápida ascensão das empresas de publicidade e o desmonte dos escritórios de Design se explica nas pressões externas e nas tensões internas ao Campo. O grande capital que o mercado de publicidade movimenta deu maior poder de barganha a essas instâncias em relação ao Campo do Design, com isso, as agências que tinham grandes contas contrataram os designers e os incorporaram à sua estrutura. Essa situação mostrou-se interessante para os grandes empresários, que operam em um mercado marcado por uma forte herança extrativista, em que os resultados devem ser colhidos o quanto antes e que os aspectos indiretos da oferta (qualidade no atendimento, satisfação do cliente, pós-venda, etc.) são tidos como problemas ou empecilhos; percepções que dificultam o surgimento de qualquer narrativa dissonante. Esse modelo se consolida na publicidade em parte porque a forma das agências capitalizarem é em cima do quanto o cliente investe em mídia, como TV, jornal e rádio, por esse motivo, qualquer ação proposta focando em um design de serviço ou em formas alternativas de promoção dos clientes não avançam por não terem o retorno financeiro imediato que a venda de mídia proporciona.

O comportamento do mercado de publicidade, de absorver os designers como funcionários internos, incorporados à sua estrutura, pode ser observado

em outros nichos. No alto dessa cadeia, os institutos de pesquisa que se beneficiam da lei de informática são lugares tidos como privilegiados pois em razão da natureza da sua atividade, pesquisa e desenvolvimento de soluções tecnológicas, estes se mostram mais abertos para a lógica das metodologias projetuais e das escolhas do design em seu processo. Isso se explica por uma questão de temporalidades semelhantes, a construção de soluções tecnológicas que obedecem ao credo das metodologias como forma de produzir seus bens. Nesses espaços há um reconhecimento das competências técnicas dos designers e um alinhamento mais próximo com as disposições e aspirações dos institutos com o *habitus* da classe. Os designers são vistos mais como técnicos que como criativos. Por esse motivo, a narrativa dominante é de **viés funcionalista**, ao contrário do campo da publicidade, em que a o **viés carismático** se estabelece em razão da noção de “criativo” e da naturalização das práticas e do descrédito em relação a estruturação e sistematização destas. Com um espaço semelhante ao dos institutos estão as empresas de tecnologia em geral, estas acabam terceirizando alguns dos serviços solicitados pelos institutos e empresas locais. O espaço e a importância que esse nicho ocupa se deve tanto a crescente informatização dos diferentes setores da sociedade como também dos recursos financeiros oriundos de leis de incentivos fiscais que beneficiam as empresas do PIM. A compressão de espaço e tempo que ocorre no ambiente globalizado é sentida com mais força nesses nichos, por trabalharem com tecnologias que possibilitam essa compressão e pela relativa liquidação do espaço que essas promovem, há uma “proximidade” e “alinhamento desse subcampo local com o global. Ao contrário de outras atividades de produção de bens simbólicos, os bens digitais como *sites*, jogos e *apps*, sofrem menos com o empecilho da distância dos grandes centros em razão da estrutura previa de produção, distribuição e consumo que os grandes *players* desse mercado construíram. Essa facilidade faz com que as metodologias e os processos legitimados nos grandes centros sejam implementados sem grande crítica e, justamente, em paradigma globalizante que valoriza a uniformidade e aqueles que usam os mesmos valores por ela legitimados, há uma inserção e assimilação dos esforços locais. O risco dessa submissão, como já apontado quando analisamos o processo de globalização, é a efemeridade, “liquidez” e falta de autonomia dos agentes locais em relação às decisões tomadas nos grandes centros. Jogar pelas regras legitimadas se torna mais fácil, mas qualquer alteração, particularização ou customização dessas regras, tem seus efeitos exponencialmente sentidos localmente.

Nas dinâmicas dos poderes locais, no exterior ao campo há a pressão exercida pelos outros campos que compõem o espaço social para dominar o Campo do Design, tais como as estratégias da publicidade e o mercado de tecnologia. Internamente, os elos internos que sustentam o Campo não possuem força para mobilizar os agentes de forma unívoca e cadenciada e apresentar uma resposta para essa pressão. Não há nenhum órgão, organização ou instituição que represente os designers no mercado local. Nas universidades os alunos conseguem alguma mobilização para a organização de eventos, como as semana de Design, com destaque para a realização do N Design de 2008, o principal evento de estudantes de Design do país e o primeiro feito na região Norte. Contudo, esses agentes perdem capacidade de articulação conforme vão sendo incorporados ao mercado e as ações da universidade possuem pouco impacto ou reverberação na sociedade. Quanto as associações, houve a ADAM (Associação de designers do Amazonas) que operou entre 2004 e 2010, e a Aldeia, que iniciou suas atividades em 2016, mas que ainda está se estruturando. Falta articulação política para a classe. Antes mesmo de confrontar ou se posicionar em relação à determinada situação do Design, não há um discurso comum ou mesmo espaços para que um debate desse tipo venha a ocorrer.

Essa configuração do espaço social do Design levou ao surgimento das “empresas de um homem só”. Enfrentando muitos desafios para vender o design em razão da estrutura construída pelas empresas de publicidade e do espaço por essas ocupados no espaço social local, os designers passaram a atuar de modo independente, o que reforçou uma prática já existente no campo, fazendo da exceção regra. Os “freelas”, que eram uma forma do campo dar conta de serviços de segundo escalão, uma forma de completar a renda ou trabalho executado por agentes que careciam de profissionalismo, passam a ser a forma como os agentes do campo atuam, principalmente quando não estão ligados formalmente a uma empresa. As novas tecnologias possibilitaram a estruturação desse mercado de “freelas”, os portfólios digitais e as mídias sociais permitem que esses profissionais publiquem e promovam seu trabalho, facilitando uma apreciação prévia por parte do mercado. A transição entre autônomo e empregado é uma constante para vários agentes, é comum passar um ano ou dois empregado em uma agência de publicidade, sair pelo encolhimento do mercado ou deterioração das relações de trabalho, e passar à atividade de autônomo. Em um segundo momento, com o aquecimento do mercado, essas

agentes são cotejados pelas agências e retornam ao seu ecossistema. Esse ciclo se manteve nos últimos anos em Manaus.

Uma razão alternativa para o desligamento de empregos formais e falta de interesse por parte dos designers por esse tipo de trabalho é o recente crescimento do mercado de *startups* e empreendedorismo. Em Manaus, as iniciativas de inovação são concentradas em aceleradoras e universidades. Uma das aceleradoras, a FabriQ, mapeia essas iniciativas e chama o ecossistema da cidade de Jaraqui Valley, referência ao peixe regional de apelo popular e ao *Silicon Valley*, região da Califórnia nos Estados Unidos que engloba mais de trinta cidades que sediam grandes empresas de tecnologia como Google e Facebook (GOMES, 2017: 1). Atualmente existem quase sessenta *startups* em Manaus e o evento “Jaraqui Graúdo”, que premia os participantes que se destacam nessa área, já está na segunda edição. De meses em meses organizam-se *startup weekends* com espaço para que as *startups* façam seu “pitch” para potenciais investidores, além de mentorias e treinamentos para os “startupeiros” (como se autodenominam os agentes que compõem uma startup). Ainda que essas startups e aceleradoras se proponham a desenvolver serviços de forma geral, acaba que o foco recai em produtos tecnológicos, fazendo com que esse ambiente partilhe muitos dos valores e processos dos institutos e das empresas de tecnologias. Contribui para isso os recursos de lei de informática, que destinam uma parte desse recurso para as instâncias de formação, temos como melhor exemplo disso o *Samsung Ocean*, um centro de excelência para treinamento e capacitação tecnológica construído dentro da UEA (Universidade do Estado do Amazonas, uma universidade estadual, mantida com os recursos do PIM). O alinhamento ideológico com a narrativa global do progresso e do desenvolvimento tecnológico também se percebe nesses espaços, com o agravante da mitificação da figura do empreendedor, a exemplo do que ocorre em outros locais que fomentam esse tipo de prática. Com a promessa de que você não precisa ser um especialista em uma área para fazer seu negócio avançar, bastando um propósito, esforço e força de vontade, esse discurso atrai os estudantes e os recém formados (os que tem menos a perder) e, ocasionalmente, algum designer com mais experiência que se encontra sem emprego formal. Algumas *startups* já receberam aportes para sua continuidade e os investidores acompanham os avanços do campo, o que faz com que haja um certo alinhamento com os interesses do mercado. Além desse mercado de tecnologia e *startups*, existem iniciativas ligadas à economia criativa e

econômica da cultura, em que os próprios designers fazem os produtos, muitas vezes com técnicas tradicionais (serigrafia, tricô, trançados, pintura a mão, etc.), nublando a fronteira entre Design e Artesanato. Eventos e feiras sazonais são organizadas para o escoamento da produção, tendo suporte do governo e de agências de fomento dedicadas à esses temas, sendo os próprios designers que fazem o corpo a corpo e vendem suas peças. Ambas as abordagens, das *startups* e dos empreendedores, fazem alusão à noção de *do it yourself* (faça você mesmo) e ao valor da “artesanaria”, fazer algo com primor, capricho, de modo autoral. Percebe-se que a aderência da proposta empreendedora se deve em grande medida à dissonância do lugar pretendido pelo designer no espaço social em relação ao lugar de fato ocupado pelos designers no mercado de trabalho, a *illusio* abre uma lacuna a qual se molda com naturalidade os mitos do romantismo do faça você mesmo ou do gênio criativo incompreendido e a frente de seu tempo.

No âmbito do Design de Produtos um espaço que merece destaque é o programa Design Tropical. Este teve início em 1999 na Fucapi com o objetivo de desenvolver produtos e artefatos elaborados com base na cultura e na estética local, valorizar as técnicas artesanais locais, capacitar os técnicos e artesãos locais e contribuir com a preservação do meio ambiente ao prover uma alternativa econômica para esses agentes. O programa iniciou como uma pesquisa para a confecção de pequenos objetos a partir de resíduos de madeira. Foram selecionadas algumas marcenarias e artesãos em determinados municípios como Itacoatiara, Novo Airão e Maués. Por questões burocráticas, o projeto optou por trabalhar com madeiras menos requisitadas, madeiras “duras”, de média e alta densidade, e não as madeiras nobres da região visto que a origem de todas as madeiras utilizadas no projeto são certificadas. Durante sua existência o programa tem acumulado reconhecimento e premiações, o catálogo desenvolvido pelo programa para o projeto do Sebrae chamado Brasil Original foi aprovado para a Bienal Brasil de Design de 2015. Durante a copa do mundo, o Design Tropical promoveu um curso de capacitação dos artesãos locais para o desenvolvimento de uma coleção dedicada ao evento, Manaus foi uma das sedes. O programa treinou mais de duzentas pessoas e produziu mais de seiscentas peças.

A produção no Design Tropical, de modo geral, é feita por designers e artesãos de forma colaborativa e participativa. Há toda uma curva de aprendizado para alinhamento dos termos e para o entendimento das

necessidade de ambos os lados, designers e artesãos, mas após esse alinhamento inicial, a prática na oficina e as trocas do dia a dia, garantem o entrosamento dos agentes. As trocas de experiências propiciam o surgimento de produtos mais sofisticados, tanto na perspectiva dos artesãos quanto dos designers. Por ganharem intimidade e por poderem fazer uso de materiais modernos, industrializados, em conjunto com os materiais locais, os artesãos conseguem um produto mais durável ou de maior expressão estética (se analisados a luz dos cânones modernos), há também um compartilhamento de técnicas e saberes por parte dos artesãos e nas capacitações promovidas pelo programa, operação em que os designers também aprendem mais sobre os recursos locais, seus limites e seu manuseio. Essas interseções que dão a unidade e a identidade do programa, é comum essa mistura, de madeiras e fibras naturais com produtos industrializados, como fios de cobre, prata, acrílico, para trabalhar a identidade regional com base na cultura e estética amazônica.

Todavia, ainda que as práticas produtivas sejam colaborativas e que haja um respeito pelos saberes locais por parte dos designers do projeto, o Design Tropical serve para ilustrar que somente a prática não é garantidora de um reconhecimento e de uma produção equipolente, em que sejam minimizadas as relações de poder e dominação. A narrativa construída para a distribuição desses produtos nubla, ofusca e dissimula muito das boas práticas da produção. O Design Tropical possui contrato de exclusividade de distribuição com a empresa *Native* (NATIVE, 2017), na loja *online* da empresa pode-se perceber um apagamento do trabalho dos artesãos e das particularidades da região. Na escolha de mostrar e exibir os produtos, indiretamente emerge a Amazônia como fonte de recursos naturais em que suas particularidades são apresentadas de modo pausterizado. Uma região do mundo que é colocada como sendo muito rica mas sem história: os processos produtivos dos habitantes locais, resultado de séculos de relação do homem com o meio, são ignorados e pouco reconhecidos. Nas promoções e divulgações das peças, os *press release* e matérias em revistas e jornais, são evidenciados somente a descrição dos exóticos recursos naturais utilizados como matéria prima e a autoria do objetos cabe somente ao designer.

Essa mesma postura pode ser observada em um dos mentores do projeto, o "artista plástico" Luiz Galvão (GALVÃO, 2017). Apesar de projetar e pautar a produção de boa parte dos artefatos do programa, o agente não se auto intitula designer e sim artista plástico. Atribui-se a ele a autoria de um dos chamarizes

do projeto Design tropical, uma cesta para pães, trata-se de uma peneira em arumã produto comum entre os indígenas, em que ele adicionou varas de sustentação e uma base, ambas de madeira de tucumã. O produto foi premiado na exposição *Object&Maison* em Paris, em 2013. Contudo, nem no *site* do artista, nem no da *Native* e nem no da própria Fucapi, consta algum crédito ao “Seu Miguel”, artesão indígena que domina a técnica de tecelagem em arumã, uma tradição da sua etnia, e que produziu a peça em parceria com Luiz Galvão. No *site* do artista plástico não há qualquer menção específica aos artesãos, demais designers do projeto tropical ou às etnias e grafismos que serviram de base e inspiração para os produtos desenvolvidos. Estes agentes são citados de modo genérico e não são associados às peças, ainda que o texto do site fale de criações conjuntas. Ademais, o trabalho era colaborativo mas as decisões finais ficavam a cargo de Luiz Galvão e da diretoria da programa, engessando e centralizando o processo criativo.

Apontamos essas particularidades do programa para evidenciar seu arbitrário, mais importante que isso é apontar que esses são tributários de noções construídas ao longo do tempo, e que não necessariamente é preciso se ater a elas para pensar e desenvolver um design amazônico. Conforme assinalado, essa pasteurização da Amazônia que ocorre ao se dar destaque somente a figura do designer (agente legitimado pela modernidade a construir os produtos) e ignorando a origem das peças e a figura dos artesãos, além de ser uma narrativa equivocada em relação à forma que o produto foi desenvolvido, reforça o exotismo e invisibiliza os habitantes e as relações sociais locais, contribuindo assim para a continuidade e produção de não-existências. Ademais, essa estratégia narrativa não é a única possível nem a mais interessante mesmo do ponto de vista do mercado. O programa de incentivo ao artesanato do Sebrae, chamado Brasil Original, usa a particularidade dos povos da floresta como uma das estratégias de promoção dos produtos. O relato desses produtores sobre sua forma de viver a região e produzir as peças que comercializam, assim como o impacto social oriundo dos ganhos dessa parceria são expostos juntamente com os produtos. Reforça-se mais a história do produto e o sentido que ele possui originalmente que o fato de que assim como o Design Tropical ele é fruto de uma parceria entre artesãos e designers.

No âmbito puramente econômico, o sucesso do programa Design Tropical também é relativo. Uma de suas premissas tenha sido desenvolver uma alternativa econômica para os artesãos, o contrato de exclusividade com uma

única empresa dificulta o escoamento das peças. Os produtos comercializados possuem um valor muito acima do praticado pelo mercado para produtos semelhantes, por mais que o Artesanato tenha recursos mais limitados, principalmente de tempo, e por isso pratique um preço acima dos produtos industrializados da mesma linha, bancos de madeira na faixa de três a cinco mil reais (NATIVE, 2017), limitam consideravelmente o público potencial. Fica ainda a questão de quanto desse valor retorna para os artesãos. Por esses e outros motivos percebe-se que o programa possui uma estrutura de projeto, que não foi encarado como negócio por parte de seus dirigentes, que ser economicamente sustentável não era uma prioridade e que seu alcance foi bastante limitado em razão dessa decisões.

As diversas áreas de atuação dos designers e o alcance do Campo do Design na região possui forte relação com a modernização da Amazônia. Um aspecto que trespasa todos esses espaços é o ímpeto de modernização e dissociação do fazer criativo das práticas e dos valores locais. Há uma persistente mentalidade extrativista no mercado local que acaba incidindo sobre o campo e impedindo seus potenciais ganhos de capital simbólico, afinal, o design precisa de um mercado moderno, pautado pelos valores modernos, para poder capitalizar em cima de suas potencialidades. Percebe-se também uma forte dependência dos recursos do Estado para a sustentação de determinados ecossistemas, no caso, pela tributação oriunda do PIM — que sustenta universidades e institutos de pesquisa — e pelos recursos destinados para as agências de publicidade e para o suporte a econômica criativa e economia da cultura. Quando a Amazônia é objeto de trabalho dos designers, por diversos motivos, alguns alheios a sua vontade ou consciência, estes acabam reforçando estereótipos da região, como da Amazônia como infância do mundo, um paraíso perdido ou local de um exotismo exacerbado.

O papel do Design com a manutenção e transformação da cultura local ainda é pouco explorado. O Design tenta se alinhar às estratégias globais de dominação e legitimação cultural, fazendo dele um agente de modernização da região. Atualmente, essa narrativa apresenta certo esgotamento, os designers começam a olhar ao redor para tentar estabelecer outros sentidos para a sua prática e estabelecer outras estratégias para um posicionamento mais alinhado com as necessidades particulares do meio social local. Contudo, a capacidade de renovação e atualização das estratégias de dominação da globalização, acompanham essas mudanças. Uma maneira de aprofundar essas questões e

tentar identificar alternativas para o modelo vigente é através dos estudos sistemáticos, da pesquisa e da reflexão do campo e de suas práticas. Enquanto campo em que a formação se dá principalmente pelo meio universitário, as tentativas de se estabelecer essas reflexões igualmente ocorreram nesses espaços: trabalhos de conclusão de curso, especializações, dissertações e teses. Com base nisso, a próxima etapa vai analisar algumas das críticas e possibilidades de rupturas que aí emergem.

4.2.3

Instâncias de legitimação: a produção acadêmica.

Todo campo possui suas instâncias de legitimação. Nesses espaços que os dominantes se afirmam como dominantes e os dominados podem aspirar ascender a condição de dominantes, seja emparelhando seu capital simbólico com o dos dominantes, seja destituindo estes de sua posição. Podemos dizer que, por mais que todo campo seja um espaço arbitrário, quanto mais coerente forem esses espaços arbitrários e quanto mais estes forem reconhecidos como coerentes e válidos pelos agentes que pertencem ao campo, tanto mais o campo será internamente estruturado pois terá menos fissuras internas. Um desses espaços “arbitrários” reconhecidos pelo Campo do Design são as pós-graduações de mestrado e doutorado, apesar de ser dominante no Campo a noção de que o design é uma prática, o trabalho acadêmico de pesquisa e reflexão é também reconhecido pelos pares como uma parte importante do Campo do Design. Em parte em razão do papel que os cursos de formação superior possuem no imaginário social brasileiro (o valor dado a titulação de “doutor” e a disputa simbólica travada por quem pode se denominar como tal, como bem representa o mote “doutor é quem tem doutorado”), como também pela própria história do Campo: o “reconhecimento” da Bauhaus como primeira escola de Design acaba privilegiando o papel das instâncias de formação; o próprio estabelecimento do Campo no Brasil, por meio de cursos universitários, também reforça esse arbitrário.

Dentre as formas de legitimar sua dominação, e de permitir as trocas simbólicas a partir do capital simbólico acumulado nesses espaços, os artigos científicos possuem destaque na graduação e principalmente na pós-graduação em Design. Há todo um sistema tácito, isto é, estruturado e naturalizado, de reconhecimento ou de “apagamento” dos agentes conforme estes se colocam em relação aos cânones e às ideologias dominantes do Campo, como também, da posição por estes ocupada no Campo. Ainda assim, estes textos são tidos

como ideologicamente isentos e comprometidos somente com o avanço científico dessa área de conhecimento. As publicações de artigos em revistas e as apresentações em congressos funcionam como instrumentos de reconhecimento da legitimidade dos agentes enquanto aqueles que podem emitir juízos em relação à prática do próprio campo, em última instância, ao que é ou não é Design, e também como uma forma de organizar simbolicamente esses agentes. Outro aspecto a se considerar, é que durante a graduação, os agentes ainda são pretendentes ao Campo, sofrem um processo de violência simbólica na instância de formação e tendem a reproduzi-la sem grandes resistências, para esses agentes o objetivo que almejam nesses espaços é o reconhecimento pelos pares como agentes aptos a perseguir os mesmos “troféus” que são almejados pelos demais agentes do campo. Por outro lado, na maioria dos casos, os agentes que cursam uma pós-graduação já tiveram alguma experiência profissional atuando como designers. Eles retornam à academia tendo já confrontado o discurso do campo com a prática social, por isso, possuem uma visão mais ampla sobre e mais realista a respeito do papel social da profissão e do espaço por ela ocupado no meio social, dois aspectos que são geralmente sobrevalorizados na instância de formação.

Dentre os congressos do Campo do Design, dois se destacam pela longevidade, legitimidade e amplitude, o P&D e no Ciped. Para entender como o design produzido localmente se encontra posicionado nessas instâncias de legitimação fazemos uso dos estudos de Oliveira (2014), que se dedica a investigar as concepções de design e cultura por pesquisadores de formação nortista ou ligados a alguma instituição do Norte. O que motiva sua pesquisa é a potencial efetivação de um design amazônico, isto é, a atuação do Design em sua dimensão político ideológica através da utilização de elementos e signos regionais com o objetivo de contrapor o paradigma capitalista da exploração regional e desenvolver uma prática mais condizente com a identidade regional.

Os 74 trabalhos identificados por Oliveira (2014: 17), correspondem às publicações ocorridas no período de 2002 a 2010, submetidos por pesquisadores ligados às instituições de ensino do Norte do país. Desse montante, 18% tratam de do tema de cultura/identidade, 17% design de produto, 15% ergonomia e 10% ensino. Um primeiro pensamento ante essa divisão é a inegável importância que a cultura possui para o Campo local, no entanto, apesar de ser um dado animador, esses artigos apresentam um entendimento de cultura muito peculiar, a maior parte deles estão ligados principalmente a

questões de valor e técnica. Em sua maioria, sugerem que o Design, ao trabalhar os objetos da cultura material, possui a capacidade de “agregar valor” a esses objetos. Esse valor é tanto valor de uso, no sentido que o Design consegue melhorar a funcionalidade dos objetos, mas principalmente valor de troca, pois os trabalhos apontam que após a intervenção do Design, os produtos conseguiram um preço de mercado muito maior do que antes, quando se apresentavam como produtos de artesanato.

Essa ideologia a respeito do papel do Design se consolida a partir de três pilares: i) da diferenciação e autenticidade, com dissemos, há o reconhecimento de uma diferença, de uma particularidade local; ii) da cultura como valor intangível, ou seja, que essa particularidade possui um potencial como recurso imaterial para o Campo; e iii) da perspectiva de que é possível “agregar valor” a um objeto, no caso, que é possível converter esse recurso imaterial em valor, ou mais especificamente, mais-valor ou mais-valia, aliás, esse termo “agregar valor” é empregado de modo recorrente pelos pares e quase sempre no sentido de produção de mais valor e raramente como valor simbólico.

Conforme Oliveira (2014: 35) detalha, para a maioria dos artigos publicados, a diferenciação e autenticidade da cultura amazônica deve ser explorada simplesmente por ser diferente, por ter potencial para ser explorada como tal. Isso reflete um aspecto ideológico do Campo de sempre buscar o diferencial, a variação como modo de diferenciação e a valoração do diferente por seu potencial “disruptivo” ou dissonante. O segundo aspecto listado se desdobra em uma série de pensamentos e atitudes em relação à cultura local, dentre eles se destaca a compreensão da cultura como uma característica que se encontra sob ameaça e que esta existe em uma situação de desvantagem e vulnerabilidade. Uma ação necessária que se mostra decorrente de tal pensamento é que a cultura amazônica deve ser preservada e valorizada. Nessa linha, não se discute muito profundamente o que ameaça a cultura local e o que a coloca em uma situação de desvantagem, tampouco se questiona porque está deve ser valorizada. Ainda assim, entendemos esse pensamento fragmentário e pouco crítico como uma percepção sutil ou inconsciente dos problemas e das potenciais perdas no embate com a globalização. O terceiro aspecto sugere que existem práticas mais nobres e outras menos nobres na nossa sociedade. Sendo o Design uma prática mais “refinada”, “nobre” ou “erudita”, este consegue “agregar valor” aos produtos, o Design é também mais capacitado a entender as nuances da deliberação com a forma.

No caso da relação do Design com a cultura amazônica, o discurso dominante no Campo afirma que este consegue dar visibilidade aos objetos e a algumas práticas locais. Se por ventura ocorrerem exclusões pontuais, essas podem ser entendidas como efeitos secundários dessa interação. Quanto a isso, uma revisão de cada situação e a busca por alternativas para compor o espaço de interação podem supostamente suprir tal lacuna. De certa forma, as metodologias participativas se propõem a contribuir nesse sentido. Contudo, há um aspecto pernicioso que muitas vezes ocupa um ponto cego no Campo do Design, principalmente no Amazonas, que é a inviabilização da forma dos nativos de verem o mundo e o seu papel nele, do modo como determinam seu modo de existência. Nesse ínterim, Oliveira (2014: 36) atenta para o processo de invisibilidade posto em prática no modo de produção capitalista. Assim como define Boaventura de Souza Santos, Oliveira entende que essa invisibilidade é feita por um processo de construção de não-existências, em que aquilo que não se encaixa no modelo vigente é tido como inexistente. Isso vale para práticas, agentes ou modos de existências. Nesse sentido, muitas vezes sem perceber a totalidade das consequências de suas ações, o Design acaba inviabilizando esses aspectos ao colocá-los como noções desprovidas de valor ou como um valor menor, que deve ser substituído e atualizado. Pautar as práticas culturais pelo primado da eficiência, do retorno pecuniário sobre o investimento e da produtividade são algumas ações que exprimem esse arbitrário.

Oliveira (2014: 41) identifica a “crença na técnica” que há no campo como uma das formas de explicar tal fenômeno. Essa reflexão pode ser aproximada do **viés funcionalista** há pouco definido. O Campo do Design se enxerga como um agente de modernização cultural onde a sua prática é um dos caminhos mais significativos para isso. Importante lembrar que modernização implica em alguma quebra com a tradição, mas sobretudo em relação à modernização econômica, isto é, capitalista. No caso das relações entre Design e Artesanato, não se percebe no Campo uma abertura muito grande para a aproximação de ambos, há uma imposição do modelo do Design para o trabalho artesanal, suas metodologias, a noção de “projeto” e de reprodutibilidade da obra. Uma tentativa de objetivação da produção subjetiva em que processos não estruturados tendem a ser desconsiderados.

Há de se observar ainda uma *doxa* característica do campo, a crença de que toda ação do campo possui um reflexo simétrico na sociedade. Essa perspectiva ignora tanto o entendimento de que o espaço social é um espaço de

disputas quanto o “grau de refração” do campo para absorver e refletir as forças que o meio social lhe impõe. Percebe-se que mesmo entre os agentes que possuem uma experiência profissional fora da academia, ao se debruçarem sobre o Design como objeto de pesquisa, esses agentes acabam reproduzindo o discurso utópico e messiânico do campo. Ignoram que por ser um espaço de disputas, as ações do campo vão ter alguma resistência por parte do meio. O grau de aceitação da ação irá depender do grau de legitimação do agente, das instituições que pertence e principalmente da anuência ou resistência daquela proposta em relação as ideias dominantes no meio. Isso explica em parte porque ações que visam “mercantilizar” ou “modernizar” o Artesanato, pautá-lo pela lógica do consumo e do custo-benefício, possuem uma aceitação maior que ações que acabam colocando essa lógica em xeque, mesmo quando essas ações são executadas pelos mesmos agentes e instituições.

Os artigos analisados, por mais que advoguem uma valorização da cultura e o interesse em “protegê-la” e “preservá-la”, acabam dando margem para essa invisibilidade e produção de não existências. Sem deixar de expor certas fissuras na narrativa dominante. Uma reflexão mais aprofundada e o exame de cada uma dessas situações permitiria transformar ausências em presenças, invisibilidades em visibilidades e intuições em posicionamento político claro. Isso passa por repensar a relação do Design com a técnica, tanto de relativizar a crença na técnica quanto de se permitir pensar outros objetos para o Design. Curiosamente essa crença na técnica não impede um desprezo por parte dos designers, em maior ou menor grau, em relação aos próprios técnicos. O Design persiste circunscrito e autocentrado, esperando o reconhecimento de sua singularidade por parte da sociedade. Percebemos portanto que os artigos catalogados por Oliveira apresentam a mesma preocupação dominante no campo. Isso gera uma relação de próximo/distante do Campo do Design no Amazonas com o Campo do Design no país. Enquanto próximo, a produção local repete muito do discurso dominante, a *illusio* dos agentes locais, o processo de violência simbólica, o *habitus* coletivo, seguem muito daquilo que o Campo determina como legitimo. Contudo, há uma dissonância, decorrente em parte da distância do Campo local das instâncias de produção, circulação e consumo reconhecidas pelo Campo como mais legítimas. Soma-se a isso o próprio choque cultural do estranhamento resultante da “falta de espaço” nessa narrativa para as produções locais, isso não gera o reconhecimento esperado pelos agentes locais, que se consideram semelhantes aos agentes externos, o que dificulta a

sensação de pertencimento que se faz necessária para a continuidade das trocas simbólicas particulares do Campo.

Pode-se assim apontar que, a prática do Design na região é duplamente alienada, de seu contexto local e também de seu contexto global. Abbagnano ([1971] 2014: 27) quando trata do significado do termo alienação coloca que o entendimento comum corresponde à ideia de perda de posse. Ainda segundo o autor, para Marx esse conceito se relaciona ao processo pelo qual o homem se torna estranho para si mesmo, a ponto de não mais se reconhecer e nós poderíamos acrescentar que se trata da primeira consequência do processo de privatização do trabalho livre que o homem deveria exercer e pelo qual define a sua identidade, mas que sob o modo de produção capitalista é pervertido; outro comentário, oriundo do pensamento de Marcuse, sugere que a alienação é uma característica da sociedade moderna que acaba por confundir o “ser” com o “querer ser”. A alienação do Campo do Design em relação ao contexto local faz com que essa prática se utilize prioritariamente dos valores e das referências globais na disputa simbólica de espaço e poder que ocorre no embate entre Campo e sociedade, de modo que a questão do design amazônico em relação ao design produzido no Amazonas se apresente como uma questão preterida. Isso ocorre por diversos aspectos, pela distância do centros produtores dos códigos legitimados pela globalização, mas principalmente devido ao fato de que essa produção global circula massivamente no meio social local, sua legitimação e consumo criam referências valorativas para os agentes locais, que usam esse referencial para julgar e direcionar enquanto consumidores do design local. Em razão dessa alienação, o design produzido no Amazonas se pretende um design como aquele que é produzido globalmente.

Um segundo efeito dessa operação é a alienação global, pois o design local opera a partir de códigos que são criados e legitimados em instâncias internacionais, sem considerar a voz desses agentes. Essa operação faz com que o campo local se mantenha em uma posição de eterno pretendente ou mesmo de dominado entre os dominantes do campo global. Válido notar que essa postura não se deve a “incompetência” dos profissionais locais, afinal, os cursos possuem boa avaliação pelo MEC e há vários designers que se formaram localmente e que trabalham com grandes empresas e estúdios internacionais. Mas devemos reconhecer que somente ocasionalmente essas barreiras são vencidas, ao analisar a trajetória de qualquer agente que tenha passado por esse processo e ascendido à posição de dominante verificamos que são

situações excepcionais, muitas vezes possibilitadas pelo acúmulo de capital financeiro e social, geralmente de origem familiar, para a conversão destes em capital simbólico. Ora, se defendemos a autonomia do campo em relação as imposições externas a ele, devemos defender que esses processos de capacitação e reconhecimento se pautem muito mais pelo capital simbólico que pelo capital financeiro. Se não é algo tributário da competência técnica dos designers locais é preciso então entender que razões levam à configuração dessa dominação simbólica.

Ademais, não há nenhum curso de mestrado ou doutorado em Design na região, o que faz com que os designers que almejem dar continuidade na sua vida acadêmica ou aprofundar determinadas pesquisas, tenham que se deslocar para os estados que possuem esse tipo de curso, mais uma vez há uma limitação das dinâmicas do capital simbólico, subjugadas pelo capital econômico. Mais importante do que isso, essa condição dificulta o desmonte de muitas das noções pejorativas que se construíram ao redor do pensamento social a respeito da Amazônia permaneçam hegemônicas e naturalizadas.

A leitura crítica dos artigos e das ideias apresentadas por Oliveira visa estabelecer outras estratégias para o campo ao demonstrar os limites de suas bases atuais. Ao longo da pesquisa demonstramos como entender o Design como produção social, que sua intencionalidade deve ser balizada pela realidade social e pelo espaço dos possíveis disponível ao campo e seus agentes. Um primeiro passo é tentar estabelecer uma outra forma de entendimento de valor que consiga hierarquizar e priorizar as singularidades e particularidades da cultura que não somente pelo valor econômico. Confrontar a ideologia comercial dominante e evidenciar o não dito: a que ameaça a cultura local está submetida. Além disso, esmiuçar o papel do Design enquanto prática social na manutenção do consenso, na camuflagem das contradições, da sublimação dos conflitos que ocorrem na nossa sociedade, o que inevitavelmente vai exigir um posicionamento político dos agentes.

Oliveira aponta ainda para o papel do Design enquanto tradutor cultural. Fazendo uso do pensamento de Boaventura, reforça uma ótica da reciprocidade que o Design pode executar quando se permite criar uma “inteligibilidade recíproca”, que derruba a monocultura do saber, não por descartá-la, mas por colocá-la como um cultura como outra qualquer. Essa tradução foca muito mais no seu efeito que na sua coerência, assim, mais do que usar o vermelho do urucum, os grafismo, etc.; atentar a forma de resolver problemas e criar soluções

e manifestações estéticas tipicamente amazônicas. Essa tradução operada pelo Design busca evidenciar a inventividade, a criatividade e os critérios utilizados por esses criadores para tomarem suas decisões sobre suas práticas profissionais. O designer pode emergir portanto como tradutor, como aquele que faz a ponte entre o Campo do Design e a sociedade, que olha para as questões e dá a elas uma nova roupagem, que cria estratégias e maneiras para implementar essa ideia de identidade para produtos, pessoas e sociedade.

Na Amazônia a ideia de tradução mostra-se bastante pertinente em razão do fato de que, de uma maneira híbrida, quase antropofágica, a cultura local se apropria das outras culturas para fazer disso um produto novo. Assim, essa noção permite observar aquilo que temos de singular e associar com o que ainda lhe é endógeno. Se apropriar do que vem de fora, fazer sua própria leitura dos elementos internos e traduzir os elementos externos da própria maneira, de acordo com a especificidade local. Essa é uma forma de superar a dupla alienação anteriormente exposta. Um primeiro passo, é perguntar nesse processo quem traduz, porque traduz, e sob que condições traduz. Isso abre a possibilidade da crítica aos processos de tradução tal como eles estão colocados atualmente. Corroborando a noção de hibridismo tal como definida por Canclini, Oliveira aponta ainda que somos híbridos, não há e não existe originalidade para ser corrompida pela lógica “tradutor, traidor” visto que essa remete ao mito de origem, da originalidade. Foi sob esse viés que os viajantes e exploradores traduziram a Amazônia, dessa forma determinaram o que a Amazônia era e poderia ser. Até hoje os campos de produção de bens simbólicos, em grande parte, continuam reproduzindo essa tradução sobre nós, daí a necessidade de reverter esse processo, de fazer um processo inverso. Verificar dentro dessa tradução, o que mais se mostra revelador e o que se esconde.

Para se abrir a essa possibilidade para o Campo do Design é inevitável abrir a caixa preta do projeto e da metodologia projetual. A noção de caixa preta é apresentada por Latour (2011: 14) em sua obra *Ciência em ação*, esta é apresentada como um entendimento simplificador que permite o avanço das dinâmicas sociais, no caso, como conceito oriundo da cibernética, chama-se caixa preta uma máquina ou conjunto de comandos que da qual não se precisa saber o funcionamento, apenas quais dados devem ser inseridos e o que se espera que esta entregue. Por mais complexa que seja a história daquela ferramenta, o consenso ou falta de consenso sobre sua legitimidade ou as

críticas a seu respeito, tudo isso é posto de lado em função do interesse de se focar em outros aspectos do sistema. Pode-se perceber que muitos dos cânones do Campo do Design são verdadeiras caixas pretas para aqueles que estão fora desse espaço simbólico, para quem não é do campo, o designer é alguém que você solicita determinadas coisas e “magicamente” ele entrega uma solução, funciona portanto como uma caixa preta. Dentre as muitas caixas pretas há o projeto. Abrir a caixa preta do projeto significa tanto demonstrar seus procedimentos e desmontar seu arbitrário, como também refletir a respeito da capacidade desse recurso, a partir de seus limites, explorar alternativas metodológicas e epistemológicas para lidar com os problemas que circundam o meio social.

4.3

O papel social do Design e sua relação com a cultura amazônica.

As razões para a adoção de soluções modernas no meio social amazônico é uma questão de resposta pouco clara e de problemática difusa. Conforme demonstrado, uma forma de entender a cultura amazônica é através de sua poética, que na verdade é uma temporalidade própria e uma maneira particular de se relaciona com o espaço, esse é um estado rotineiro, em que a relação com o meio pauta as demais relações sociais, vários dos conceitos utilizados ao longo do trabalho servem para compreender os fenômenos culturais locais reforçam isso. Com a mudança do *locus* de sentido do ambiente rural para o ambiente urbano é evidente que esses aspectos seriam ressignificados, assimilados ou hibridizados com outras culturas e práticas que inicialmente, se apresentam exógenas àquele ambiente. Contudo, o que se observa é a adoção indiscriminada dos valores e das soluções modernas praticamente sem qualquer questionamento, ao mesmo tempo que esse processo ignora vários dos valores modernos, como a questão da cidadania e das liberdades individuais. Isso pode ser explicado pelas dinâmicas de poder na região e da assimetria que há entre local e global. Ainda assim essa modernidade formal, sofre ainda outras particularizações, como uma estetização e fetichismo pela materialidade em si. Um exemplo é o uso de vidros da marca Blindex e pisos de porcelanato desconsiderando que esses produtos só adquirem o sentido que a globalização os dá por meio das relações destes com o espaço, ou seja, que não basta usar produtos modernos na construção de um espaço para que este seja moderno, é preciso que além do espaço físico seja moderno que o espaço simbólico seja também o seja, que respeite um projeto e obedeça a certos cânones para poder figurar nessa categoria. Nesse sentido

que Márcio Souza fala que as novas construções arquitetônicas locais fazem Manaus parecer um grande banheiro aquecido a céu aberto. A questão do consumo desigual desses códigos, pela desigualdade da distribuição do capital simbólico relativo a essas práticas, explica em parte algumas ausências, mas não dá conta de algumas presenças, pois há uma estética moderna amazônica que tem muito pouco de modernidade e de certa forma, muito de Amazônia.

Dessa maneira, podemos nos perguntar se a pregnância da estética moderna vem da predisposição cultural para uma estetização do mundo. Isso porque se há um conjunto de relações culturais reguladas pelo poético que emana das relações com o meio e da atmosfera estetizante promovida por essa relação, quando se muda as condições de relação e produção desse meio, de certa maneira, há uma incorporação dessas novas condições a partir da estrutura concebida anteriormente. A temporalidade amazônica e a forma como esta entende o espaço formam a base como essa cultura resolve sua relação com o meio, seu *habitus* coletivo. As soluções modernas seriam novas formas que ocupam o espaço deixado pela mudança de sentido quando essa cultura se reorganiza no meio urbano.

Ante o panorama do Design apresentado, como este se coloca e é colocado no espaço social amazônico, a questão da modernidade formal emerge com mais vigor no questionamento de Canclini a respeito da relevância de uma teoria sociológica como a de Pierre Bourdieu. Destrinchando um pouco do aparato metodológico deste autor, a partir das narrativas, configuração e particularidades da prática do Design no Amazonas é fácil perceber a relevância de noções como a de *habitus*, *illusio*, capital simbólico, círculo da crença, dentre outras. Conforme proposto, para entender as relações de poder e como estas são estruturadas e estruturam o meio social a proposta de Bourdieu possui alta pertinência e relevância.

Entretanto, uma noção em particular fica mais atravessada, carece da mesma pregnância, no sentido de explicar e evidenciar os arbitrários, que as demais, trata-se da noção de campo. Que o *habitus* individual dos agentes locais estejam em sintonia com o *habitus* coletivo do campo, não há muita dúvida, mas por que ainda assim não encontramos uma paridade entre o espaço ocupado pelo Campo do Design local em comparação aos demais lugares em que a prática ocorre? Para responder a essa questão podemos realizar uma arqueologia da antropologia da cultura amazônica, considerando um de seus pilares, a cultura indígena. Viveiros de Castro (2015: 177) quando analisa o

xamanismo, o apresenta de duas formas, um xamanismo horizontal e um xamanismo vertical. O primeiro se caracteriza por ser exoprático, isto é, só se aprende as práticas a partir da exteriorização, uma lógica da imanência. O segundo é endoprático, suas práticas tendem a centralizar sua atuação, sua cristalização ocasiona o surgimento de uma figura mais relacionada ao poder social, à hierarquia social e à ancestralidade, tal como a figura do sacerdote. Usando essa analogia para o Design, podemos colocar que o Design amazônico é do tipo horizontal, pois ao invés de se estruturar pelas dinâmicas do campo, pauta sua própria atividade pelas dinâmicas sociais, externas a ele. Essa aproximação deve ser feita com cautela, pois essa analogia não pode se basear em aspectos formais, conforme nos lembra Bourdieu (2008) a configuração espacial pouco ou nada tem a ver com a configuração simbólica do espaço. Se há uma paridade entre tais situações, sua lógica deve ser explicada nas dinâmicas sociais que levaram o espaço simbólico local àquela configuração.

Considerando a definição de Canclini a respeito de Culturas Híbridas e a relevância dessa noção para a análise da cultura amazônica, o primeiro ponto a se observar é que a cultura indígena da qual fala Viveiros de Castro é uma daquelas que participa do processo de hibridação da cultura local. A manifestação simbólica que tende para a horizontalidade é também correlata ao descentramento da razão da qual os povos indígenas eram acusados, um visão parcial, preconceituosa, mas que captava a lógica do pensamento indígena em seus aspectos formais, ignorando a razão daquela lógica. Esse descentramento que se percebe no xamanismo horizontal (ante a figura do sacerdote, o xamã é um sacerdote descentralizado) pode também ser percebido também na cultura ribeirinha, como a noção de próximo/distante revela. Como exemplo do contraste dessas visões de mundo, podemos usar o conto “A conquista da Selva”, do livro Terra Imatura de Alfredo Ladislau (2008), o autor compara o “aventureiro nordestense” com preguiçoso tapuio, enquanto o primeiro se esforça no roçado e não para de trabalhar, o segundo é acomodado em razão de uma “predisposição ancestral”, um traço do determinismo natural ainda presente na década de 1920, quando os contos são escritos. O autor com sua mirada moderna não percebe que o caboclo domina a região e dela sabe como extrair seu sustento, tira da mata o que precisa, não busca os excessos. Enquanto o nordestino de pensamento moderno tenta se verticalizar, o caboclo descentrado se horizontaliza.

Ante a força que o capital e a modernização impõem ao meio, essa lógica

se mantém enquanto se mantém certas condições e as relações com o meio. Com a mudança do *locus* da floresta para a cidade, inevitavelmente haverá um confronto de temporalidade e dessa característica da cultura amazônica. Esse confronto pode ser observado nos relatos de Mascarenhas (2007) que aponta as dificuldades durante o período da borracha para que as classes populares se adequassem aos horários de trabalho e a rotina que a modernidade impunha. Se sustentamos que a dificuldade de verticalização do campo ocorre em parte em razão de um aspecto cultural, logicamente deve haver alguma semelhança em outros campos e espaços simbólicos, esta não pode ser uma particularidade somente do Campo do Design. Se o foco estiver nos produtores de bens simbólicos podemos afirmar que há uma homologia entre esses campos, principalmente no campo da Arte. No Amazonas, o campo artístico carece de uma estrutura de circulação e consumo de suas obras e de uma organização interna por parte de seus agentes, além disso, artísticas quase sempre o são em vários sentidos, trabalhando em mais de um suporte ou especialidade ao longo da carreira. No caso do artesanato, é possível observar uma estruturação até mais avançada que no Campo do Design, mas essa tem sido tracionada pelo governo e pelos povos nativos, que começam a sistematizar suas discussões e estratégias a respeito de sua cultura, essa mudança é feita também por iniciativas do governo, da academia (no trabalho de antropólogos e sociólogos) e por questões de sobrevivência mais imediatas do que os povos nativos enfrentam, como o risco de apagamento e de mendicância. Ademais, historicamente as atividades artísticas foram vistas durante muito tempo como algo enfadonho pelas classes dominantes, o que explica que haja estruturação e verticalização em outros campos e estes careçam de esforços internos e estímulos externos para sua verticalização.

O Campo do Design no país apresenta um cenário bem mais estruturado que o local. Afirmamos isso tendo em vista as associações, premiações, centros de pesquisa e cooperativas que ocorrem com muito maior frequência em espaços com menos recursos que o Amazonas. Observando que Manaus possui um dos maiores PIBs do país, o maior da região Norte, e que o curso de Design possui uma história relativamente consolidada localmente, verificamos que não se trata de ausência de recursos financeiros. Os prêmios ganhos pelos designers e a circulação destes em espaços de legitimação nacionais e internacionais corroboram essa afirmação. No Amazonas temos então uma prática descentralizada do Design, a exemplo do pensamento indígena que

carece de centramento. Essa é uma fraqueza se observada do ponto de vista da especialização que ocorre na modernidade, localmente há uma espécie de modernização tardia, mal feita e mal executada. Além do histórico cultural, o aspecto mais determinante para essa configuração é o interesse do grande capital de que o Campo não se organize politicamente, que permaneça pulverizado para melhor ser controlado.

Contudo, essa característica pode ser vista como uma oportunidade de escapar da lógica moderna de divisão e segregação das práticas e dos agentes. A verticalização do campo pode levar a lugares que apenas reforçam seu aspecto pernicioso, elitizado, de mantenedor de assimetrias. Entre verticalização e horizontalização, outro caminho possível é o da transversalização da prática, que pode ser entendida como uma capacidade de transitar entre os diversos campos de produção de bens simbólicos para que nessas trajetórias, trocas simbólicas potencialmente mais ricas ocorram. Observamos que as atividades de economia criativa são um primeiro passo nesse sentido. Para os designers envolvidos nessas atividades, são executados vários papéis ao mesmo tempo, de projetista, executor e vendedor, por exemplo. Nesses espaços os designers convivem com artistas, artesãos e demais profissionais que adotam estratégias semelhantes para viabilização de seus negócios. Um discurso protecionista ou que busque apontar quem pode e quem não pode fazer algo não irá prosperar, é preciso saber aceitar as diferenças para fazer avançar o interesse comum. Essas “heterotopias”, lugares e espaços que funcionam sob uma lógica diferente daquela hegemônica, são necessária para pensarmos outras possibilidades de existência. Tão importante quanto sua ocorrência é o lembrete de sua efemeridade. Utilizando os ganhos dados pela antropologia, de pesquisar aspectos da cultura indígena que promovem uma maior aceitação das diferenças e inclusão dos excluídos, a parte seguinte do trabalho se dedica a levantar um breve aparato metodológico desse campo para podermos refletir de modo mais aprofundado a respeito da posição e situação do Campo do Design em relação à sociedade e cultura local.

4.4.

Perspectivismo e outros olhares para o Campo do Design.

Se é verdade que o valor, como demonstra Marx ([1893] 2013: 223), é a abstração resultante de relações sociais no modo de produção capitalista, as relações do Design com a questão da valorização dos bens simbólicos no Amazonas podem ter duas perspectivas. A primeira incide sobre a questão da

valorização tecno-econômica em que as estratégias mais comuns consistem em alinhar os esforços locais com a lógica global para a maximização de ganhos nas relações entre local/global; conseguir expor de modo eficiente, eficaz e satisfatórios os atributos dos produtos locais e a excelência na fabricação de bens; ocasionalmente, é possível também explorar os signos e a narrativa amazônica para ganhos pontuais com atividades que explorem esse imaginário, como o turismo, o cinema e os jogos digitais. Contudo, esse intuito se caracteriza por uma estratégia quase que puramente comercial, as relações estabelecidas são construídas de modo assimétrico, em que o Design se preocupa basicamente em ajustar a oferta local as demandas globais. Consideramos que há espaço para essa empreitada e que o Design local possui competência suficiente para contribuir com seus conhecimentos e particularidades para a execução dessa estratégia. O que se deve atentar nesse caso é que por ser um objetivo utilitarista, são relativizadas e ignoradas as consequências simbólicas, ideológicas e até mesmo éticas dessa operação. Nesse sentido, a posição de centro industrial produtivo periférico se manterá inalterada. Além disso, nessa posição não há muito espaço para se colocar em questão o que se perde ao se adotar a postura de exótico, primitivo ou selvagem, uma escolha legítima se avaliada sob o critério econômico imediatista, mas que no longo prazo pode resultar na própria asfixia da singularidade da cultura local. Isso porque essas noções se pautam em uma assimetria e uma lógica evolutiva, reduzem progresso e civilização àquilo que é legitimado nos grandes centros capitalistas. Inevitavelmente os “primitivos” vão querer se “modernizar” e nesse momento, nenhuma ou pouca identidade vai restar para ser usada na troca simbólica que faz uso do imaginário exótico ou extravagante.

O resultado da adoção das estratégias tecno-econômicas e do simbolismo do exótico se observa no êxodo rural da Amazônia e na perda gradual de suas tradições. A matéria “Amazônia Favela” (NOSSA, 2016), artigo jornalístico que traça o mapa da violência e da condição de vida dos povos indígenas e ribeirinhos na Amazônia, apresenta muito dos ganhos e das perdas dessa forma de se construir relações de valor. Demonstra o inculcamento dos valores modernos principalmente no imaginário dos jovens desses povos. Um dos entrevistados, um adolescente Jaminuauá, não se identifica mais com os valores de sua família, diz não ter o menor interesse em voltar para a aldeia, “o que tem lá no mato?” responde quando perguntado. Essa quebra faz com que certas

práticas como o uso de substâncias alucinógenas, que antes possuíam cunho mítico-religioso, passem a ser consumidas deliberadamente e sem o seu sentido primeiro que era a produção de coesão social de sua comunidade. Além da perda cultural, há nesse caso extensas consequências nocivas para a organização social daquela sociedade. Soma-se a esse fato a ausência de interesse dos jovens por aprenderem as tradições dos Pajés da tribo e a ausência do Estado para preencher os vazios por ele mesmo produzidos.

Consideramos que o encontro entre tradição e modernidade não é necessariamente uma relação de perda e liquidação de um polo sobre o outro, no caso, modernidade sobre tradição. O mesmo artigo apresenta os grafites, as batalhas de *rap* na Amazônia, as festas de aparelhagem e a manutenção de certas tradições, como a dos Tikuna de pintar animais amazônicos na parede da casa (que para eles não são meros animais, ou meras pinturas). Acontece que o descaso das instâncias de poder em relação a vivência desses povos em seu *habitat* original e a falta de suporte na interseção e transição para a modernidade faz com que estes sejam os maiores exemplos de “não vivência” da Amazônia, justamente daqueles que até pouco tempo, a viviam plenamente.

Essa situação que faz com que nos debrucemos sobre a segunda perspectiva sobre a questão do papel do Design e das relações de valor. Ao invés de se pautar pelas variáveis que a globalização apresenta, o Design pode contribuir para o reconhecimento e fortalecimento das variáveis locais. Dessa forma evidenciaria outras maneiras de atribuir valor às práticas e aos bens. Para isso, deve, dentre outras coisas, tentar suprimir seu ímpeto messiânico e perceber que: i) a maior parte dessas tradições são mais antigas que a existência do próprio Campo do Design; ii) entender a alteridades dos criadores e das criações dessas comunidades; iii) e que, tão ou mais importante do que a eficiência, eficácia e reprodutibilidade dessas criações, é o fato de que nelas estão contidas uma visão de mundo particular, uma forma de se relacionar com o espaço e dar significado à vida e à existência. Sendo por isso tudo, imprescindível para o Design reconhecer a inventividade ou eventual poética particular dessas soluções, caso se acredite que haja realmente uma poética particular, isto é, desde que ela seja sincera. Essa é uma questão tácita, pouco debatida, difusa no Campo do Design. Seria injusto dizer que ela é simplesmente preterida ou ignorada visto que a maioria das instâncias e agentes do campo sequer se dão conta de que há outra possibilidade de entender a problemática local que não somente a mercantilista-capitalista. A forma moderna

de atribuir valor às práticas e aos bens encontra-se de tal modo naturalizada que, como toda naturalização, não é possível para o campo perceber seu arbitrário.

A ignorância do Campo do Design a respeito de outras formas de conhecer e conceber o mundo demonstra que toda questão epistemológica é no fundo uma questão política. No caso da construção de um pensamento sobre os saberes e seus limites na Amazônia, seja no Design ou em qualquer outro campo, o aspecto político de tal iniciativa fica ainda mais nítido. Complementarmente, quanto mais se afirma o aspecto neutro e apolítico da ciência, tal como é pensada atualmente, tanto mais se evidencia o interesse político de tal posição, ou melhor, mais se evidencia qual a posição política do agente que emite tal juízo. A isenção ético-política das tecnologias como defendida pelos tecnocratas quando argumentam em prol do valor utilitarista, por si só, é uma visão muito particular de mundo, e por isso, uma visão ideológica de mundo. Esse arbitrário se acentua no espaço social amazônico, pois este é marcado pelo hibridismo e por transformações constantes, portanto, um espaço em que coexistem muitas formas diferentes de ser e viver no mundo. A pobreza desse pensamento acachapante se confronta com as múltiplas temporalidades locais que aprenderam a coexistir nesse meio. Diga-se de passagem, uma coexistência que se mostra muito mais rica em razão dos ganhos decorrentes das relações de apropriação, enfrentamento e cooperação entre elas. Tentar impor a partir da lógica supostamente isenta da ciência uma forma única e específica de estabelecer os valores das coisas, de saber, de catalogar e conhecer, uma mesma regra para pautar os termos de qualquer relação, uma única régua para medir o sucesso destas, é uma posição política muito clara. Mostra-se igualmente uma política dogmática, autoritária, que foge da responsabilidade ética inerente a toda forma de saber, enfim, uma epistemologia tirânica, uma política ditatorial, uma economia obtusa.

Evidentemente, o esforço colocado em prática ao longo dos últimos séculos para travestir essa forma específica de saber de "naturalmente neutra" não se desmonta em alguns parágrafos. Com o mesmo ensejo de Canclini (2008), mas trilhando caminhos diferentes, Eduardo Viveiros de Castro (2015), sustenta que o sistemático desmonte dessa ideologia é uma tarefa permanente, ao menos para aqueles que pretendem pensar qualquer disciplina a partir da teoria-prática da "descolonização permanente do pensamento". Essa teoria-prática revela que quando perguntamos "o que nos faz diferente dos outros?", no

fundo, essa pergunta já traz sua resposta: nos importamos pouco com os outros e muito conosco, o sujeito dessa dúvida não é o outro, mas sim, nós mesmos. Se enquanto não-europeus acabamos nos inserindo no “lado” europeu dessa divisão, essa posição também demonstra que a metafísica ocidental é fonte e origem de toda espécie de colonialismo. Na antropologia, o caminho apontado por Eduardo Viveiros de Castro (2015: 28) passa por uma antropologia menor que faz proliferar pequenas diferenças ao invés de um “humanismo interminável” como aquele defendido pelo modernismo.

Essa forma de proliferar a multiplicidade pode ser um procedimento válido para o Design, visto que esse produz uma imprecisão nas fronteiras que facilita o trânsito entre essas separações, no caso, entre tradição, modernidade, usuário, designer, autor, criador, consumidor, agente, sujeito, objeto, projeto, etc. Afirmamos isso no sentido que o Design pode reforçar ou questionar certos arbitrários já que na modernidade ele é o agente que materializa valores em coisas. Se é na prática que podemos forçar os “espaços dos possíveis” que temos ao nosso alcance, o Design enquanto prática também é aquele que pode apontar novos caminhos. Contornos que podem ser dobrados, redefinidos, cruzados, equiparados. O objetivo aqui é semelhante aquele trilhado pela antropologia, um Design que seja um exercício de descolonização permanente do pensamento e que almeje mais do que propor um mesmo modo ver, produzir e conhecer que já se mostrou falho e incapaz.

Ademais, o resultado dessa e de qualquer outra pesquisa que tenha a cultura como objeto de estudo deve ser mais que uma variação imaginária de dado arbitrário cultural. Pesquisar a cultura passa por aventurar-se na busca de uma abertura a uma nova possibilidade de existência. No que se refere ao Design, este ainda se apresenta fortemente associado a essa forma supostamente neutra de fazer e conhecer, a superação desse paradigma passa pelas possibilidades que podem surgir quando o campo se permite relacionar com as práticas e dinâmicas locais de saber, outras formas particulares de fazer e conhecer. Avaliar diametralmente o resultado dessas interações aos interesses do mercado ou pautá-las sob a lógica do custo *versus* benefício recai no mesmo ponto que dantes: a apropriação de práticas locais com o mero intuito de “agregar valor” comercial ao produto a ser comercializado. Colocar os esforços nesse ponto conseguira no máximo uma forma levemente mais elegante de dominação simbólica ou que esta ocorra de maneira mais eufemizada. Não obstante, esse valor que é “agregado” pelo Design aos produtos e bens locais é

partilhado por poucos, isso quando tal associação não resulta em um completo apagamento e segregação do local. Iniciativas que busquem superar essa fórmula devem assumir seu aspecto variante, de exceção, nunca de ponto final. Devem se apresentar como um caminho alternativo a ser percorrido. Cabe nesse intuito, ou melhor, mostra-se inevitável uma espécie de “endo-antropologia”, ou uma “antropologia de nós mesmos” para entendermos como abraçamos a ideologia globalizante. Para isso, primeiro deve-se superar a visão paternalista e etnocêntrica que coloca como papel da antropologia somente desvendar no outro o que há do eu, a antropologia que anseia tirar a máscara do outro para colocar um espelho que mostra a nossa própria imagem, uma operação cujo o fim último é determinar no outro o que há de nós mesmos. O “humanismo interminável” de que fala Viveiros de Castro (2015: 28). Pelo contrário, o papel dessa outra antropologia deve ser o de mostrar uma imagem de nós mesmos que ainda não conhecemos, ou que não reconhecemos mais.

Nessa pesquisa, entendemos nosso quinhão como o direcionamento do olhar para o Campo do Design no Amazonas com o intuito de compreendê-lo “centripetamente”, isto é, decodificá-lo a partir das noções dogmáticas dominantes que nele se asseveram, enfim, compreendê-lo sociologicamente. Por isso, o esforço de analisar o Campo do Design local a partir da sociologia, de teóricos da Arte, historiadores e geógrafos; autores pouco correntes na maior parte da bibliografia de pesquisa em Design. Essa análise centrípeta deve ser complementada por uma análise “centrífuga” em que a sociologia cede lugar à antropologia. Contemplar o campo “centrifugamente”, lança olhares para os espaços vazios presentes em sua narrativa, nas pequenas intromissões do nativo, nas fissuras que surgem em sua estrutura.

Dessa maneira, como afirma Viveiros de Castro (2015: 25), que ressalta à necessidade de redefinir o “conceito antropológico do conceito”, buscamos pensar a partir da problemática local como seria um “design antropológico do design”, um Design sensível à criatividade e reflexividade correspondente aos agrupamentos humanos, semi-humanos e não humanos no meio social amazônico. Pensar um Design que esteja comprometido com uma imaginação conceitual local. Nossa antropologia é menos uma antropologia do outro e mais uma antropologia de nós enquanto outro, visto que o outro que assombra o Campo do Design — esse ser não-ocidental, não-moderno, não humano — somos nós mesmos, os colonizados, os sul-americanos e em particular os amazônidas.

Na antropologia, Viveiros de Castro (2015: 34) trilha os caminhos dessa outra de antropologia por meio de uma alter-antropologia indígena. Trata-se de uma transformação inversa e simétrica da antropologia tradicional por meio de uma série de noções. Dentre elas, para o Campo do Design, mostra-se pertinente a noção do perspectivismo ameríndio. Essa noção pressupõe uma multiplicidade de perspectivas intrínsecas ao real. Partindo da constatação que todo povo vê a si mesmo como humano, evidencia-se que mesmo para esses povos a natureza humana se constrói na negação de sua própria generalidade. De certa forma, essa lógica demonstra que a exemplo do bom senso do qual Descartes falava, o etnocentrismo é a coisa mais bem compartilhada no mundo. Porém, há uma sensível diferença na visão do “outro” quando colocamos lado a lado a perspectiva europeia e a ameríndia, em resumo, o outro de um não é o outro do outro.

Viveiros de Castro (2015: 37) define como perspectivismo ameríndio a particularidade dos indígenas americanos de entenderem de modo diferente dos ocidentais a relação entre universal e particular. Uma noção que evidencia que os regimes ontológicos dos indígenas diferem profundamente daqueles mais difundidos no ocidente em razão das “funções semióticas inversas” atribuídas ao corpo e à alma. Enquanto que para o pensamento ocidental, quando deparado com os povos no Novo Mundo, a dúvida era se este outro era humano ou animal, se possuiria (e porque possuiria) a mesma categoria ontológica de humano que os europeus, se tal como estes, o corpo desse outro continha uma alma semelhante àquela dada por Deus. Já no caso do indígena, a dúvida sobre o outro, sobre o invasor europeu, era se ele era humano ou divino. Que ali havia uma alma, não se tinha muitas dúvidas, a dúvida era se aquela alma possuía um corpo material semelhante ao do indígena ou se na verdade se trataria de um ser divino (sendo também o divino do indígena uma noção igualmente distinta da de divindade no ocidente, visto que nesta noção cabe toda crueldade do invasor europeu).

Essa possibilidade de entendimento do mundo emerge da alteridade conforme erigida pelo pensamento indígena, o raciocínio de que o mundo é composto por uma multiplicidade de pontos de vistas. Cada um desses pontos são centros potenciais de intencionalidade e é a partir da relação deste ponto como os demais que as coisas adquirem suas características. Disso resulta que muitas das dicotomias ocidentais, para serem pensadas na perspectiva indígena, devem ser antes rigorosamente criticadas. Um exemplo imediato é a

distinção entre natureza e cultura. Na tradição filosófica ocidental, esses polos correspondem ao universal e ao particular, mas enquanto no ocidente sustentamos que há uma mesma natureza e diferentes culturas, para os povos ameríndios temos uma mesma cultura e diferentes naturezas: a “cultura” seria então o universal e a “natureza” o particular. Desta forma, aquilo que caracteriza o humano é uma relação e não uma substância ou essência, o humano é aquele que olha, ou seja, na perspectiva de quem olha, esse é sempre o humano. Na mitologia ameríndia, os homens, animais, objetos, artefatos, espíritos e deuses são percebidos com as mesmas capacidades de agência, as mesmas capacidades cognitivas, dotados de uma “alma” semelhante; entretanto, o que essas “almas” veem é que é o centro da discussão do pensamento indígena. A condição de humano não é substância ou privilégio de determinada espécie, mas sim a capacidade de ocupar um ponto de vista em um contexto.

Esse modo de problematizar o mundo e a existência explicam muitas das manifestações e formas de ser no mundo dos povos ameríndios, e também, as figuras dissonantes, como os xamãs. Em uma realidade constituída de diversos pontos de vistas, o xamanismo é uma forma de diplomacia, pois é através dessa prática que certos indivíduos conseguem cruzar as barreiras entre uma perspectiva e outra e assim, administrar a relação entre os humanos e os não humanos. Além de interlocutores ativos, xamãs são aqueles que conseguem voltar e narrar suas experiências, são aqueles que conseguem se subjetivar na perspectiva do outro e depois se de-subjetivar. Entender tal operação como uma forma de política se deve à forma como o xamanismo produz conhecimento, pois na tradição ocidental dominante (ainda que várias críticas tenham surgido nos últimos anos), conhecer é “coisificar”, isto é, objetivar e de-subjetivar tanto sujeito quanto objeto. O sujeito moderno conhece aquilo que consegue “ver de fora”, o que consegue medir, produzir e reproduzir. Para conhecer o outro, precisa coisificá-lo, objetivar sua subjetividade. As críticas a esse modelo nos fazem observar a subjetividade desse sujeito que acha que olha de fora, mas mesmos nessas críticas, o saber ainda se encontra a um passo da sistematização, da padronização, da “metodificação”, atento a essa possibilidade, Jacques Derrida afirmava a desconstrução como estratégia para o pensar, jamais como método, o que não impediu de que vários leitores pouco criteriosos aplicassem o “método da desconstrução” e que pessoas se afirmem plenamente “desconstruídas”. Por sua vez, o perspectivismo ameríndio propõe uma forma diametralmente inversa de conhecer, em que conhecer é

personificar. Nessa lógica, conhecemos somente aquilo que conseguimos tomar como ponto de vista, o conhecimento máximo é saber ao máximo a intencionalidade e reconhecer a agência dos sujeitos e dos objetos em questão. No primeiro modelo (moderno), **a forma do outro é coisa**, sendo o sujeito ou o objeto subjetivado um objeto de difícil compreensão por ser incompletamente coisificado. No seguinte (perspectivismo), **a forma do outro é a pessoa**, sendo o objeto ou o sujeito objetivado um sujeito incompletamente interpretado. Personificar ou invés de objetivar, uma operação que pressupõe, portanto, fazer interpretações das coisas, ou melhor, contra interpretações que levam em conta a agência das coisas. Se compreendermos os artefatos como ações congeladas, estes sempre apontam para um sujeito, são assim, “encarnações materiais de uma intencionalidade não-material” (VIVEIROS DE CASTRO, 2015: 51-53).

O perspectivismo coloca a diferença entre o humano e o não-humano no interior de cada espécie, de cada ser existente. Mais do que isso, a humanidade não é um atributo inequívoco, pois em uma realidade altamente transformacional, deve-se entender as relações contextuais para se saber que lugar é este que é ocupado a cada instante – humano, presa ou predador –, pois quem te olha pode te ver como presa e não como humano. Sabemos que somos humanos, mas quando encontramos uma onça na floresta, sabemos muito bem como ela nos vê. Os não-humanos veem as coisas exatamente como os humanos veem (casa, comida, família, etc.), com as mesmas categorias e os mesmos valores, porém a diferença são as coisas que eles veem (a cerveja é como se fosse sangue para os homens, o sangue é como se fosse cerveja para as onças). Humanos e não-humanos veem presas e predadores, mas o que (ou quem) é presa ou predador varia de acordo com a posição de quem olha. Desse modo, as mesmas coisas são vistas diferentemente e coisas diferentes podem ser vistas da mesma forma. Por isso um multiculturalismo, uma mesma cultura que pressupõe famílias, nações, modos de se alimentar, de se adornar e de viver, mas que de acordo com a espécie, com sua natureza, se manifesta de modo diferente para os demais seres (VIVEIROS DE CASTRO, 2015: 64-65).

Os artefatos e práticas tampouco são coisas em si mesmas que a perspectiva “distorce”. Para entender a relação entre as coisas é preciso atentar às relações de afinidade, e no perspectivismo o que há é uma afinidade entre coisas e práticas, sendo que os afins são aqueles que se comunicam pela borda, ou seja, não são essencialmente semelhantes pois não compartilham uma essência minimamente comum, o que há de comum entre eles se encontra nas

bordas que os separam, fronteiras em que pequenas trocas são possíveis. Assim, usando o exemplo da Arte, o perspectivismo não seria a diferente representação de um mesmo objeto a partir de diferentes pontos de vistas, cada um com seu próprio ponto de fuga, pois o perspectivismo é o próprio ponto de fuga. O perspectivismo não corresponderia a série de pinturas de Monet da Catedral de Rouen, nuances de luz, cores e sombras da luz do sol sobre a fachada de uma catedral que estava lá; tampouco a semelhança que poderia haver entre a cena e a pintura *Las Meninas* de Velázquez, mas sim, a afinidade que há entre essa pintura de Velázquez e a série de 58 pinturas de *Las Meninas* que Picasso fez posteriormente. O desafio que emerge nessa forma de entender o mundo é que se nada impede que qualquer existente se veja como pessoa, nada garante que outro coletivo, como outro agrupamento humano ou não-humano, não o seja. Na perspectiva indígena, são nas relações que as alteridades se constroem, nada as precede.

Importante ressaltar que não propomos a adoção do perspectivismo ameríndio como uma nova forma de viver a Amazônia. O trunfo da antropologia enquanto disciplina é o de conseguir pôr em paralelo o ponto de vista do pesquisador e de seus objetos, no caso, do etnólogo e o agrupamento humano que este estuda, e disso extrair um instrumento de conhecimento (Anne-Christine Taylor *apud.* Viveiros de Castro, 2015: 72). Nesse jogo de paridades, o perspectivismo ameríndio é justamente um desses instrumentos que revelam os limites de tal intuito e também oferece a possibilidade de uma contra-análise de noções e conceitos que são familiares, naturalizados pelas práticas epistemológicas acadêmicas. Isso porque ao inverter os polos da relação entre o universal e o particular e apontar para um limite intransponível, ao mesmo tempo em que se ressalta a afinidade entre os termos, o perspectivismo se revela um outro conceito do conceito. Buscamos assim, utilizar o perspectivismo enquanto instrumento de conhecimento para compreender o Design de modo mais claro, mais do que, a partir do Design, fazer uso do perspectivismo como aparato metodológico.

Essa perspectiva a respeito da perspectiva das coisas permite identificar rastros que foram propositalmente apagados, reforçados ou inventados nos objetos que nos circundam. Algo que Marx ([1893] 2013: 148) em parte já alertava ao tratar do fetichismo da mercadoria no modo de produção capitalista. Nesse mundo de humanidade imanente, que não é uma humanidade dada como o do humanismo interminável (CASTRO, 2015: 28) a pouco criticado, o

humanismo que o perspectivismo ameríndio coloca à nossa frente ajuda a reestabelecer a discussão sobre a questão política dos objetos — ou ao menos, de uma política para a questão dos objetos —, pauta extremamente relevante para o Design e para pensar a prática do Design como aqui abordamos, pois na perspectiva ameríndia, toda diferença é política. Dessa forma, fazendo uso desse recurso teórico-prático, podemos questionar: como se configura o conceito de cultura nesse outro conceito do conceito? A própria antropologia trabalha com comparações, outrossim, é uma disciplina que estuda a cultura por meio da cultura, sendo que a cultura pode ser entendida como uma forma de se estabelecer analogias, de fazer comparações que por fim, são formas de se realizar transformações. Lembrando que, conforme aponta Viveiros de Castro (2015: 84), “comparabilidade direta não significa necessariamente tradutibilidade imediata, e continuidade ontológica não implica transparência epistemológica.” Para superar as regras constitutivas no campo da antropologia, suas familiaridades e naturalizações, o autor sugere o procedimento de incluir o discurso do antropólogo como um dos termos dessa relação, e não como o supra critério que determina os termos da própria relação, pois conforme já apontado, o intuito de simetrizar e cruzar os termos da relação não necessariamente realiza a operação miraculosa de explicitar e eliminar as assimetrias. No caso do Design, este deixar de ser o supra critério da criação, relativizar seus cânones — leis da Gestalt, o *grid*, materiais e formas modernas, etc. — e se enxergar como uma forma dentre outra de criar.

Passa por essa tarefa revisitar o conceito do conceito de tradução, as analogias construídas pelo campo no seus embates com o meio social. Em se tratando da antropologia, para realizar sua tradução, esta recorre à comparação para tentar traduzir o que, *grosso modo*, é intraduzível. Assim, a boa tradução é aquela que consegue revelar as intenções do sistema original para assim transformar o sistema de destino, considerando a “traição” inerente nesse processo, realizando uma transformação. Toda tradução é uma traição, mas a qualidade da tradução depende mais da qualidade da transformação que da paridade técnica de seus termos – se é inevitável trair, melhor trair o sistema original, a língua de origem, e garantir a transformação no seu destino. Um outro conceito para se determinar o critério definidor do conceito.

Ainda que o perspectivismo proponha uma epistemologia constante e ontologias variáveis, o problema de tradução não é tão simples como faz parecer. O sentido único que há na constância epistemológica não é

simplesmente traduzido por um sinônimo entre as diferentes perspectivas, os esforço de identificar os diferentes objetos que representam as mesmas representações é apenas parte do trabalho, este não se encerra ao se identificar uma referência cruzada simétrica. No fundo, as diferenças entre as culturas são incompatíveis. Conquanto lembremos que afinidade não é paridade, o limite no limiar antropológico pode até parecer semelhança, e em alguns casos práticos, podem servir para resolver questões aparentemente insolúveis, súbitas soluções contextuais, circunstanciais, relacionais.

Dessa forma, se queremos utilizar o perspectivismo ameríndio como um dos instrumentos para um Design centrífugo, um Design que permita outro conceito do conceito de design, que não é esse Design que a globalização promove e legitima. Devemos, assim como os antropólogos, traduzir nossa realidade, nossa cultura, por meio de uma tradução que busque transformar e não somente reproduzir de modo capenga o sistema original. Sendo que para Viveiros de Castro (2015: 90) “traduzir é instalar-se no espaço equívoco e habitá-lo”, uma escolha que em parte nos torna uma espécie de rei dos espaços vazios, tradução imediata, e talvez insatisfatória para o título do poema *King of gaps*, escrito em inglês pelo poeta português Fernando Pessoa, que afirma “*There lived, I know not when, never perhaps - But the fact is he lived - an unknown king. Whose kingdom was the strange Kingdom of Gaps. He was lord of what is twixt thing and thing, of interbeings, (...)*”.¹⁰

O equívoco que pode ocorrer na tradução (*Traduttore, Traditore*¹¹) não impossibilita a comunicação, pelo contrário, a fortalece e a potencializa ao comunicar pela diferença, dessa maneira permitindo propor uma forma de lidar com o incomensurável, já que aquilo que pode ser mensurado é aquilo que pode ser quantificado e contabilizado. O equívoco que ronda a tradução é o fundamento da relação com “aquilo que não cabe”, com a exterioridade, com os espaços em brancos que surgem em todo jogo de linguagem, é uma forma de lidar com o “*strange Kingdom of Gaps*”, pois baliza as premissas da relação por ser um dispositivo de objetivação, ao invés de por ela ser balizado. Aqui, no caso, o que ultrapassa uma dessas marcas é a falha subjetiva, o erro, mas um erro não é um equívoco e um equívoco não é um erro.

¹⁰ O que pode ser vulgarmente traduzido como: “lá viveu, eu não sei quando, talvez nunca – mas o fato é ele viveu –, um rei desconhecido. Cujo reino era o estranho Reino dos Espaços Vazios. Ele era senhor do que está entre coisa e coisa, dos entre seres”. Disponível em: <http://arquivopessoa.net/textos/1609>. Data de acesso: 23 de janeiro de 2017.

¹¹ Expressão italiana que pode ser traduzida como: tradutor, traidor.

Para um melhor entendimento do sistema de trocas econômicas e simbólicas que ocorrem na Amazônia, mostra-se relevante observar a atuação da figura do xamã. Por terem o conhecimento considerado legítimo para o uso dos alucinógenos da floresta, esses agentes são tidos como os viajantes por excelência, seja no espaço ou no tempo, pois já viram de tudo e nada mais os surpreende. Trata-se, contudo, de uma viagem, visão e deslocamento simbólicos. Nessa perspectiva, o trabalho de um xamã é interpretar o inusitado, o que nunca antes foi visto, estabelecer um local para as coisas, o que não deixa de ser uma luta pela legitimação, ou pela visão mais legítima, dentro da lógica interna daquela cultura. Assim, seu trabalho é um trabalho de tradução, o xamã pode transitar entre os diferentes pontos da estrutura, no espaço e no tempo, assim como transitar entre diferentes estruturas (CUNHA, [1998] 2013: 12 -13).

Essa operação, de tradução e disputa pelo significado, não é arbitrária. Pode-se dizer que existe um jogo de linguagem específico nesse trabalho, que não é cartesiano, não elimina a incerteza e não opera a partir da dúvida. Há a consciência da relatividade do que é dito, do uso legítimo de palavras torcidas que buscam muito mais trabalhar com a “verdade da relatividade” e não simplesmente eliminar a “relatividade do verdadeiro”; que o significado encontra-se atrelado às perspectivas particulares, e como tal, só se estabelecerá entre aqueles que compartilhem perspectivas. Assim, o trabalho é de tradução pois cabe ao tradutor apreender os pontos de ressonância em uma rede de significados e repeti-los em outra, “fazer com que a *intentio* em uma língua, reverbere em outra” (CUNHA, [1998] 2013: 13).

Em um contexto globalizado, estendido a uma região onde impera um hibridismo cultural, cabe ao xamã reconstruir o sentido frente às novas variáveis e as forças que se impõem aos povos locais. O trabalho bem feito não é aquele que apresenta o discurso melhor estruturado, mas sim, o que consegue reverberar de modo mais equitativo entre as duas estruturas, restabelecendo o equilíbrio perdido. O desafio singular desse esforço, não só do xamã mas de todos que assim como ele busquem transitar entre estruturas diferentes, é que essa lógica dogmática globalizante, se apresenta enquanto sistema mas sem uma cultura que lhe corresponda. Pode-se concluir que, partindo da globalização, não há possibilidade de conjugação universal pois esta a tudo relativiza, sem permitir, no entanto, nenhuma abertura para qualquer perspectiva que ameace colocar em risco sua hegemonia. Aproximando essa situação local com o pensamento de Canclini, faz muito sentido quando este afirma que a

globalização é um objeto cultural não-identificado.

Se trilhar esse caminho é um esforço epistemológico, teórico e cognitivo de vasta monta, se parece pouco produtivo no sentido prático, porém lembramos que o objetivo desse caminho não é a produtividade, mas sim aquela linha mestra proposta por Canclini, que tem sido usada ao longo desse trabalho: a diminuição das desigualdades, a aceitação das diferenças e a inclusão dos excluídos. Fica evidente então que um dos ganhos dessa operação é justamente o de uma possível descolonização permanente do pensamento. Se filosofar é pensar com conceitos, a transversalização entre filosofia e antropologia permite pensar com outros conceitos de conceito. Discutir, a partir desse novo paradigma, com qual filosofia vale a pena se conectar, e também ao se entrar e sair da modernidade, o que dessa se deve deixar ou levar, e o que se pode para essa levar. Se a preocupação do antropólogo é responder aos questionamentos trazidos pelo pensamento indígena para, a partir dessas questões, reler os filósofos e a tradição ocidental, qual deveria ser a preocupação do designer ante tal descolonização permanente do pensamento? De modo mais específico, como projetar para o ser humano a partir desse outro entendimento do que é ser humano? Quais e como seriam as consequências de colocar as ideias indígenas como conceitos e extrair delas suas consequências?

Se não temos uma resposta imediata a essa questão podemos, na linha do que sugere Geertz (*apud.* Canclini, 2008: 14), discutir a pergunta. Levar a sério esses questionamento significa reconhecer as estruturas de pensamento e os recursos utilizados pelo pensamento indígena para resolver questões semelhantes, sempre lembrando que por serem uma sociedade pré-moderna, sem as tarefas e rotinas desnecessárias que nos são exigidas, o fato é que esses povos sempre dispuseram de muito mais tempo do que nós para refletir sobre tais questões. Quando nos defrontamos com a proposta indígenas, a questão que emerge vai além do psicologismo da crença ou do logicismo da razão, o mais produtivo é tentar entender o sentido de tais formas de ser no mundo. Conforme já colocamos, a questão da crença e da fé — e da presença ou ausência dessas noções em relação a uma abstração que procura explicar o mundo, seja a religião ou a ciência —, no fundo é recorrer ao mesmo critério dogmático logocêntrico, é manter a régua moderna para medir o outro. Devemos considerar que o sentido do pensamento indígena, entendido em si, não é nem verdadeiro ou falso, crível ou incrível, pode ser percebido como prática de produção de significados, de entendimentos da relação do homem com o meio.

Dessa forma, o “sentido do sentido” do pensamento indígena abre possibilidades de traduções de relações com o dado cujo o sentido nos escapa. Permite assim uma tradução das coisas e desses fenômenos por outro prisma. Se não podemos pensar como os índios, podemos por outro lado, pensar com eles.

O benefício epistemológico da filosofia é sua capacidade de criar novos conceitos, assim sendo, a antropologia se revela como um instrumento filosófico capaz de expandir os horizontes de uma prática intelectual. Logo, o primeiro passo é transformar concepções em conceitos, para que com isso se possa extrair e devolver a elas a sua forma de conceber e conceitualizar o mundo e seus problemas. Deve-se passar assim, da descrição antropológica das práticas indígenas para as práticas indígenas de descrição e então para uma antropologia de nós mesmos. Dessa maneira, recorrendo aquilo que coloca Wagner (1978, *apud.* Viveiros de Castro, 2015: 207), o que chamamos de mitologia pode ser entendido como o discurso do outro sobre aquilo que é dado. Considerando que o “outro” aqui é aquele que se insere na problemática da alteridade na tradição filosófica ocidental; e o “dado”, as condições a partir das quais o homem se define. Sendo assim, é interessante perceber as diferenças entre os discursos sobre o dado e identificar os recursos utilizados para entender e analisar o dado. No caso dos indígenas, as relações de filiação e afinidade são formas particulares de resolverem a problemática da alteridade. Revelam que se toda produção é “filiativa”, por outro lado nem toda filiação é (re)produtiva. Que existem filiações contagiosas e monstruosas. Esses achados já permitem repensar as relações do Estado com os indivíduos, pois o Estado impõe e exige um tipo de filiação que simplesmente por ser filiação se acredita reprodutiva, quando se percebe que pode-se muito bem não o ser. Lembremos do caso das não-existências na Amazônia, no Estado que transforma os indígenas em miseráveis e não em cidadãos. Expande-se com isso o entendimento a respeito do Estado e da filiação, ou seja, levar a democracia por si só não garante a reprodução de determinadas relações sociais. Sabendo-se que as filiações contagiosas e monstruosas podem ocorrer, podemos avaliar com mais cautela as relações dos Estados com o capital e as figuras do populismo.

4.5.

Um outro fim do mundo é possível: por um Design plural, simétrico e cruzado.

O título dessa parte do texto presta tributo a dois fenômenos distintos. A primeira parte é uma referência a uma foto de uma pichação fotografada por Patrice Maniglier, filósofo e um dos principais comentadores da obra de Lévi-

Strauss atualmente, em que se lê “*une autre fin du monde est possible*”, que em uma tradução direta ficaria como o título se apresenta. A sentença parece uma simples brincadeira com as palavras, mas abre possibilidades de encararmos as problemáticas aqui tratadas de forma distinta da usual. Quando lembramos que um outro fim do mundo é possível, antes de tudo, lembramos que o mundo vai acabar. A questão da finitude da existência é um tabu na nossa sociedade, justamente quando passamos a ter a real possibilidade de um fim do mundo em escala global, parece que mais ignoramos temas escatológicos. Independente disso, no caso de pensar o espaço social amazônico, ao longo de mais de quinhentos anos tivemos vários “fins de mundo”, quase sempre da mesma forma. Afinal, quando uma tribo perde sua identidade, quando uma língua deixa de ser falada, quando um povo é exterminado, uma forma de ver o mundo deixa de existir, trata-se de um mundo que se acaba. Esses mundos se acabam da mesma forma: pela força, pela guerra, pelo poderio e interesses do capital. Dizer que um outro fim do mundo é possível é encarar de frente a finitude da nossa existência e abrir possibilidades de que tenhamos outro final que não esse que o capital impõe a todos os povos. O subtítulo, por sua vez, alude ao trabalho feito pelo Departamento de Antropologia da UFAM junto aos “intelectuais indígenas”. A proposta da oficina de saberes, conforme relatado por Santos e Dias Junior (2015), é mapear o que os pensadores indígenas têm a nos falar a respeito de noções chave da nossa cultura. O objetivo, de modo amplo é destituir o que chamam de monocultura do saber fazendo uso dos saberes indígenas que não é unívoco, mas equívoco, múltiplo, por isso se postula uma antropologia plural. Seu diferencial é que por meio de cotas e ações afirmativas, os pensamentos são produzidos pelos indígenas enquanto alunos da pós-graduação em antropologia, são mestrandos e doutorandos do programa, não são informantes, mas pesquisadores, por isso se afirma como uma antropologia simétrica. O aparato metodológico é desenvolvido em conjunto, assim como fora demonstrado anteriormente que as noções de “outro”, “natureza”, “cultura”, “sujeito” e “objeto” não podem ser indistintamente aplicadas, as noções e os recursos tanto da antropologia quanto do pensamento indígena, não pode ser utilizados sem antes serem tratados pelos seus cruzamentos com noções semelhantes entre as culturas, mas nunca iguais, por isso uma antropologia cruzada. Trata-se portanto de uma iniciativa prática de executar uma “antropologia reversa” cujos percalços podem servir de referência para pensar um outro Design, mais do que seguir os mesmos passos, enxergamos a iniciativa dos antropólogos e dos indígenas como uma forma de materializa ideias e

conceitos que se mostram abstratos e distante quando confrontados com as dificuldades da realidade.

Essas duas referências ajudam a lembrar que da mesma forma que a desconstrução não é um processo de liquidação ou destruição, a descolonização permanente do pensamento não corresponde a tomar o modelo indígena de pensar e colocá-lo no lugar do moderno. Trata-se de questionar no nível ontológico e epistemológico a mesma questão levantada por Canclini: como entrar e sair da modernidade; no caso, como pensar, analisar, avaliar, conhecer, produzir e consumir o que advém da modernidade e da pré-modernidade de modo a diminuir as desigualdades, aceitar as diferenças e incluir os excluídos. Dizer que chegamos ao fim das metanarrativas, como sugere Lyotard (1979: 6), e cair em uma relativização ou em um lamento cínico do mundo (como às vezes os partidários do pensamento trágico parecem incorrer, por mais que afirmem o contrário) é no mínimo pouco produtivo. O sistemático avanço do capitalismo e o aumento da desigualdade no mundo, as novas relações do individual com o coletivo possibilitadas pelas novas tecnologias e o solipsismo e narcisismo que ocorre nesse novo paradigma ratificam que, não somente a proposta de Lyotard de apostar no indivíduo como também que a força analítica dessas metanarrativas não devem ser descartadas tão prontamente. Essas questões devem ser contempladas em suas múltiplas perspectivas, saber conjugar esses e outros olhares sobre um mesmo fenômeno tendo em mente quais são aqueles que mais contribuem para melhor compreendê-lo.

Quando discutimos os fenômenos da cultura circunscrito ao paradigma da globalização nosso foco teórico se manteve em autores que priorizam essa questão a partir de uma leitura materialista. As lacunas que se apresentam à esses modelos, principalmente na questão de como entrar e sair da modernidade, foram complementadas pelo pensamento sociológico amazônico e pelo pensamento antropológico. Podemos dessa forma, usufruir da luta de classes a partir do pensamento indígena e do pensamento indígena a partir da luta de classes como duas vias de entendimento de uma mesma problemática. Usando o exemplo citado dos indígenas que solicitaram cabeças de gados, *pick-ups* importadas e demais produtos industrializados como compensação da construção de Belo Monte, de um lado, teríamos apenas o entendimento de que a ideologia capitalista conseguiu ser inculcada nesses povos e que estes assumiram sua posição dentro da luta de classes, mas não explicamos porque tanto esforço por parte do grande capital para um contingente tão pequeno de

agentes. De outro, evidencia-se toda a perda na dimensão simbólica, a perversidade e o empobrecimento do mundo que ocorre quando os brancos conseguem edificar uma dominação simbólica dos povos indígenas, o apagamento de várias formas de ser no mundo e da relação do homem com o meio, mas extraímos poucas explicações da manutenção de certas práticas culturais e dos hibridismos resultantes desse processo. Considerando as duas explicações apreendemos mais claramente porque que para a globalização esses povos precisam ser domados, não tanto pelo seu potencial de consumir, mas pela ameaça ao modelo de dominação ideológica que estes representam: outra forma de ser no mundo que ameaça a soberania e a dominação ideológica da globalização e do modo de produção capitalista. Apresentam outra possibilidade de viver e edificar os ideais da modernidade que foram expropriados pelo capitalismo como nos lembra a noção de “bem viver” ou “viver em plenitude”, o *Sumak Kawsay* dos Quéchuas. Esse bem viver vai além de uma relação harmônica com o meio, como comumente romantizada pelo ocidente tal como o estúdio Disney fez com a frase suaíle *Hakuna Matata* no desenho animado *Rei Leão*, mas também questões de memória, do passado pré-colonial e da ontologia desses povos, o que serve de base, por exemplo, para pautar a luta contra o capitalismo agroindustrial e as formas de adoção das modernas soluções de vida.

Trazendo essa lógica para o Campo do Design iniciamos o Design centrífugo tentando pensar uma política para a questão dos objetos quando tudo pode ser humano. Se conforme Bourdieu ([1983]1994: 47) explica em seu “Esboço de uma teoria da prática”, a prática é resultado da interiorização da exterioridade e exteriorização da interioridade, a prática do Design obedece a essa mesma lógica. Evidentemente que aquilo que é interiorizado é aquilo que é legitimado pelo Campo em um processo de retroalimentação constante que busca legitimar e cristalizar os cânones, valores e critérios caros aos pares do Campo. Questionar esse arbitrário e evidenciar que esse procedimento obedece a uma lógica específica, que favorece os dominantes a manterem sua dominação corresponde a atividade centrípeta ao qual nos referimos. A demonstração também serve para lembrar que o Design produzido na modernidade pode ser entendido como ações congeladas, ações tomadas dentro do Campo, por agentes que ocupam posições específicas no Campo e que realizam tais ações com interesses particulares em relação ao Campo. Desde o descrédito até a reverência daquilo que o Campo legitima, em última

instância, colabora para a manutenção do Campo. No caso do Design, por este participar diretamente da produção de mercadorias, além do enlevamento causado pela naturalização dos arbitrários do Campo que mascaram os interesses e o processo de violência simbólica ao qual o agente teve que se submeter para alçar determinada posição no campo, há a alienação do agente quando este participa do processo de produção de mercadorias.

Se vislumbrarmos uma política cosmológica como aquela proposta pelo pensamento indígena mostra-se inevitável reconhecer os direitos e deveres dos não-humanos. O sentido dessa premissa, conforme já dito, não consiste em “acreditar” na consciência dos não humanos, mas explorar as fissuras na narrativa hegemônica e reconhecer o que há de agência nesses objetos, tal como as noções de dom, fetiche e a antropologia da cultura material, que exploram alguns desses aspectos. Contudo, esses conceitos desenvolvidos pelo campo da antropologia, por serem conceitos operados pela definição moderna e acadêmica de conceito, acabam sendo noções descritivas ou expositivas: demonstram por meio da análise de determinada prática social quais as razões de seu surgimento, as consequências históricas e simbólicas, seu arbitrário e seu funcionamento. Quando cruzadas com a proposta indígena, abre-se a possibilidade de uma análise prescritiva, em que se pode em algum grau, antever as consequências das ações tomadas. De ferramentas de entendimento podem passar a ser ferramentas para construções de outros espaços, de outras possibilidades. A modernidade, quando pensa seu futuro, geralmente o faz sob a perspectiva de um projeto, que acaba fortalecendo as relações majoritariamente prolépticas, aquelas em que se julga construir o futuro em um processo ascendente de acúmulo de recursos.

A verticalização do conhecimento operada pela virada cartesiana permitiu que se soubesse muito sobre coisas pontuais, mas perdeu-se a relação com o todo, em um sentido mais prático. A proposta do perspectivismo é uma política cosmológica em que tudo que constitui o mundo pode assumir o lugar de humano. Desse modo, um designer que pense a política cosmológica de seu design vai considerar tanto as consequências de seus atos quanto a potencialidade dos recursos e os direitos e deveres dos humanos e não-humanos envolvidos pela sua prática. Um objeto de design não é mais um problema de comunicação que deve ser resolvido a partir dos cânones do Campo, passível de ser produzido em série com a maior qualidade e ao menor custo. Esse designer questionará qual o papel político daquele objeto que ele

está projetando em relação ao cosmo, a quem se destina, qual a origem de seus insumos, qual será sua trajetória social, o respeito que se deve ter a esse objeto e o papel que ele deve cumprir. Essa reflexão exige antes de tudo, tempo, que enquanto for visto como recurso, sempre se mostrará escasso, tal como todo recurso.

Desse modo, se falamos de política, falamos de trocas, de debates e conversas, logo, a reflexão é o primeiro aspecto dessa prática. Inquestionavelmente esse designer terá que conversar e negociar com aqueles envolvidos nessa cadeia, nas esferas, no campo, no mundo em que habita para que em conjunto esse coletivo chegue a uma decisão. Uma das inevitáveis consequências dessa atividade é uma aporia tal como Derrida (1991: 108) descrevia, uma "indecidibilidade" ante a complexidade dos infinitos desdobramentos de cada ato que tal como o filósofo afirmava deve ser levada às últimas consequências mas que deve ser superada. Trocas, debates e conversas focam em sujeitos, trocas simbólicas ocorrem entre agentes, dádivas e dívidas também, mas se queremos entender os ganhos de entender o mundo a partir da forma pessoa dos objetos, devemos nos perguntar como seria se trocas, dívidas e dádivas ocorressem entre sujeitos e coisas? Podemos nos concentrar um pouco mais nessas operações quando ocorrem entre sujeitos e objetos desde que lembremos que objetos são ações de sujeitos que foram congeladas. Ainda assim, o que fazer quando o objeto é um recurso natural, que nenhuma ação humana antecedeu seu surgimento? Isso envolve saber ouvir, não somente os humanos, mas os não humanos, assim, devemos tentar entender o que nos fala uma floresta da qual tomamos uma árvore para transformá-la em papel, quais as nossas responsabilidades após essa troca e como equipará-la. Esses debates passam pela extensão da economia do dom e das trocas simbólicas para o mundo que nos cerca. Uma ação que consiste em reconhecer a agência dos objetos e entender as dívidas que se acumulam ao longo do tempo com as coisas que fizemos, os objetos entendidos como ações congeladas de outros sujeitos, e também as coisas que sempre estiveram aqui como a natureza ou o naturalizado, conforme queria chamar.

Se falamos de política, falamos de poder, da mesma forma, esse designer deverá reconhecer sua potência em fazer valer suas decisões e igualmente, o poder que os outros agentes acumulam, os confrontos pela disputa de poder, as imposições das vontades individuais e coletivas. Isso revela os limites da própria política, quando a luta simbólica pode se transformar em luta física, visto que a

política pode ser entendida como a negação da guerra. Se falamos de política, falamos de cidadania, de modo que não pode ser uma opção válida para o agente do campo enquanto cidadão se recolher ao seu papel profissional, de designer, à dimensão estritamente técnica de suas ações, em função da omissão possibilitada por essa escolha. Assim, uma outra consequência dessa política cosmológica é que o designer deixa de ser o profissional inserido em uma cadeia com direitos e deveres definidos por essa e passa a ser mais um elemento dentro de um universo social, trata-se de uma tentativa de se estabelecer uma ontologia plana como os direitos e responsabilidades igualmente estabelecidos. Se falamos de política, falamos de ações sociais, ações que são negociadas, acordadas ou mesmo postergadas; para o Campo do Design vários desses pontos em teoria são contemplados pelas metodologias projetuais, principalmente aquelas de abordagem cíclicas, mas esses questionamentos ocorrem sem a necessidade de se recorrer a uma política das coisas, são sempre questões técnicas, em que ou se ignora ou se naturaliza as assimetrias de poder e de agência dos agentes envolvidos. Ante tudo isso, corre-se o risco desse cartaz não ser necessário, viável ou adequado aquela situação, corre-se ainda o risco de o Design ser igualmente irrelevante ante à problemática formulada, um caminho que pode chegar a destituir o campo enquanto campo, mas se nos propormos a pensar a nós e ao mundo como sendo potencialmente humanos, devemos atentar que o Design enquanto campo se define a partir do humano enquanto agente social, o oposto não se mostra mandatário.

Conforme apontado, personificar os objetos pressupõe levar em conta tanto sua agência como entendê-los como ações congeladas feitas por outros sujeitos. Essas ações vão além das ações de seus produtores, seria improdutivo destituir ou tentar se contrapor à “morte do autor” e almejar um criador onisciente no centro do universo quando o que o perspectivismo demonstra que não há um único centro inequívoco e estável. As ações congeladas no objeto são as ações coletivas, de todos aqueles que em sua trajetória agiram sob o objeto e dele sofreram agenciamento. Para os povos tradicionais, o estatuto ontológico dos objetos varia de acordo com sua origem, seus processo de fabricação, seus usos e sua dinâmica na vida social: flechas, lanças, totens, amuletos e adereços, todos possuem um lugar na cosmovisão indígena. Em alguns casos, representam mais do que a sua representação formal e simbólica faz parecer. Ao mesmo tempo em que esses objetos possuem um lugar específico, seu

espaço é indefinido no sentido que nunca é estabelecido *a priori*, conforme apontado, as os objetos e os sujeitos adquirem seu sentido nas relações. A cada novo elemento que adentra a teia de significados, o juízo é mantido em suspenso para permitir que o objeto em questão “revele” sua intenção.

Enquanto designers, a nossa relação com as nossas ferramentas costumam ser consideradas na lógica de que primeiro construímos nossas ferramentas e posteriormente elas nos constroem. Contudo, essa construção, quando assim apresentada, primeiro ignora que não somos sujeitos prontos quando construímos nossas ferramentas e que essas tampouco ficam prontas ao final de nossa tarefa, esse é um procedimento dialético, nos construímos no mundo enquanto construímos nosso mundo. O segundo aspecto a se considerar é o agenciamento dos objetos. Costumamos afirmar que tecnologias são neutras, que em si não fazem bem ou mal, que são o que são, mas se pararmos para refletir a respeito da intenção dos objetos a partir de sua capacidade de agência, dificilmente poderemos dizer que um rifle de assalto, um tanque de guerra ou uma bomba atômica são completamente neutros, que esses objetos não carregam em si uma intencionalidade e que possuem um poder de agenciamento bem definido. Considerando a relação entre dois grupos humanos, a simples presença de um desses objetos em um dos lados, abre possibilidade a uma série de ações que mesmo ante toda e qualquer tradição de camaradagem e respeito, em algum grau será considerada.

Descobrir a intenção dos objetos, personificá-los não é uma tarefa simples, geralmente envolve erros e como toda forma de interação entre sujeitos, significa um processo de troca simbólica, de construção dialética, de se descobrir e de se construir cada dia um pouco. Para isso, precisamos olhar constantemente para trás, entender a origem das coisas e a razão de ocuparmos aquele espaço naquele momento, talvez para os povos autóctones, baste uma análise sincrônica de sua realidade, mas para aqueles que já se aventuram na modernidade, essa deve ser contemplada pela análise diacrônica. Entender a história a partir da personificação das coisas permite um olhar mais aprofundado sobre a transformação de recursos naturais em matérias-primas, por exemplo, e nesse caso, como agir eticamente em relação aos outros quando o outro é uma floresta, uma jazida mineral ou um rio? Que trocas concretas e simbólicas são possíveis nessas relações em que a dádiva muitas vezes é incomensurável como é a produção de vida e riqueza pela floresta amazônica? O fato é que a simples existência da humanidade na região

representa uma dádiva que é impossível de ser paga. Ante tal constatação, abandonamos a possibilidade de uma política cosmológica em prol do confronto direto com nosso credor, depreciamos a extraordinária natureza que nos cerca pela certeza de nossa natureza extraordinária, tal como Rodion Raskólnikov¹², usamos a guerra para tentar dominá-la e eliminá-la em prol de “boas causas”, esquecemos que a dívida se renova a cada dia e que nossa existência invariavelmente se esvairá juntamente aquilo que colocamos em grilhões e aos poucos se esvai. Devemos aceitar nossa posição nessa relação, reconhecer a nossa dívida e tentar mitigá-la pouco a pouco, no ritmo do banzeiro, cabendo ao Design mais do que o papel de coautor nessa narrativa, afinal, até que ponto é válido nos esforçarmos para desenvolver produtos sustentáveis em um sistema produtivo que não é sustentável?

Devemos levar o potencial do Design às suas últimas consequências. Se o Design pode ser entendido como uma forma de antecipar o futuro, visto que esse é um dos entendimentos da noção de projeto, tão cara ao Campo, questionamos que futuro queremos construir. Antes de responder a esse questionamento, preencher os vazios existências através de práticas de troca simbólica com o meio e com os pares. Estabelecer espaços de discussão, heterotopias, espaços efêmeros que possam indicar outro horizonte, tal como Galeano¹³ afirmava que era o papel das utopias.

Procuramos não julgar a parte pelo todo, nem o todo pela parte, mas definir modelos para tratar o todo enquanto todo e a parte enquanto parte, sem esquecer que essa divisão é uma abstração. Na Amazônia, o exercício de pensar um “design antropológico do design” irá se debruçar sobre as soluções desenvolvidas pelos nativos para produzirem sua existência. Isso envolve tanto sua cultura material quanto a imaterial, afinal, essa é outra abstração epistemológica para facilitar o recorte do estudo, mas uma não faz sentido sem a outra. O designer que aceita tal desafio deve despir-se de seus títulos e, a exemplo dos caboclos que mantém uma relação de próximo/distante com a floresta, manter-se ele próprio nesse estranho espaço de vazios com os humanos e os não-humanos que o circundam, pois para traduzir é preciso

¹² Personagem principal do romance Crime e Castigo de Fiódor Dostoiévski. Raskólnikov acreditava que haviam pessoas ordinárias e pessoas extraordinárias e, obviamente, no seu entendimento ele próprio era uma dessas pessoas extraordinária. Esse fato justifica o assassinato de uma usurária a machadadas, pois com o dinheiro do roubo ele poderia realizar uma série de boas ações.

¹³ Essa ideia não se encontra em nenhum livro do autor, mas em uma entrevista feita para um canal de TV, publicada no Youtube nesse endereço: <https://www.youtube.com/watch?v=9iqi1oaKvzs>

primeiro saber ler e ouvir.

4.6. Possíveis desdobramentos

O trabalho aqui apresentado se configura como uma proposta para entender o Campo do Design enquanto produção social, seu espaços e sua estrutura na região Amazônica. Nesse sentido, apresenta um primeiro olhar sob as instâncias de produção, circulação e consumo do Campo, assim como seus espaços de consagração. Essa pesquisa não se aprofundou em nenhuma delas, logo, um primeiro desdobramento desse trabalho é uma análise mais atenta de cada um desses espaços, suas analogias e particularidades em relação ao Campo do Design no restante do país. Pelas características já identificadas, percebe-se o modo efêmero e tímido como o Campo do Design se articula e se estrutura localmente, por esse motivo, mostra-se igualmente relevante mapear e compreender os espaços ocupados pelos demais campos de produção de bens simbólicos, suas estratégias de dominação e as possibilidades de troca simbólica que podem ocorrer entre tais instâncias.

Um segundo esforço, não menos importante, é ampliar em direção à periferia e a floresta, a leitura aqui iniciada. Viemos cercando nosso objeto de fora para dentro, em razão dessa escolha, a análise feita se associa e legitima, em algum grau, a narrativa dominante no campo. Identificamos aquilo que havia de mais próximo do Design reconhecido e legitimado mundialmente, ainda que para focar nas fissuras e oportunidades que essas manifestações locais apresentam para se pensar o Design de forma divergente. O esforço, portanto, é continuar esse trabalho em direção aos dominados e aos pretendentes do Campo e mesmo aos *Mavericks* (BECKER, [1982] 2008: 233), aqueles que não fazem questão de se associar ao campo. Se o design é um bem simbólico pertencente a uma pequena parcela da população, a uma elite econômica e intelectual, quais as formas de produção, circulação e consumo dos bens simbólicos daqueles que não pertencem a essa parcela da população? Podemos falar de um design vernacular, com seus cânones, suas regras, seus criadores reconhecidos, seus sacrilégios rituais e do espaço dos possíveis de agentes e de suas manifestações? Trabalhos com a pesquisa “letras que flutuam”, de iniciativa paraense, assim como as festas populares como o Boi e o Sairé, já respondem positivamente essa pergunta. A sociologia, história e geografia já se debruça a algum tempo sob esses objetos, o Design o faz de modo tímido, e quando faz, esse movimento não conta com o mesmo prestígio que as demais

iniciativas do campo. Mostra-se necessário um olhar mais atento a esses espaços por parte do Campo.

Conforme já começamos a indicar, esse esforço significa se embrenhar na mata, descobrir o interior para se descobrir, se não como designer, como criador. Entender como a cultura amazônica se constrói e se estrutura em sua particularidade para compreender um pouco melhor a particularidade de nossa prática. Vários dos agentes do campo, de modo incipiente e pouco sistemático, relatam a importância dessa prática, a riqueza dessa experiência para pensar a si e ao relacionamento com o meio. Indicam que muito se pode aprender com os criadores locais, sejam aqueles que trabalham com a produção de artefatos, seja com aqueles que trabalham a produção de uma outra temporalidade, o ritmo e a cadência da vida em consonância com a floresta; lembrando mais uma vez, que não devemos esquecer, mas evitar o romantismo das noções de identidade e equilíbrio, para isso, reforçar as noções de alteridade e respeito.

Várias outras iniciativas são igualmente importantes. Se a Amazônia está no início e no fim dos tempos, olhar para a floresta e seus habitantes permite pensar sobre o passado, se queremos evitar saudosismos, essa ação só faz sentido para que com ela consigamos entender melhor nosso presente e tentar traçar alternativas de futuro, outros fins de mundo. Em razão disso, o Design também deve saber incorporar a tecnologia, os avanços possibilitados pela automação e industrialização e as oportunidades abertas por esses recursos. Jogos eletrônicos, escoamento dos produtos locais, serviços para o turismo e para as populações locais, formas de estabelecer conexões entre o local e o global a partir de sua afinidade e vários outros movimentos que não apenas as particularidades locais. Para cada um desses subcampos há a necessidade e a possibilidade de uma pesquisa como essa. Mostra-se inevitável que as instâncias de formação de mão de obra capacitada para a pesquisa, os cursos de mestrado e doutorado, venham a se consolidar localmente. A UFAM vai oferecer um curso de mestrado profissional em Design, e o CESAR, um instituto de pesquisa de Recife com sede em Manaus, deve formar sua primeira turma de mestrado em Manaus no ano de 2018. Cabe a esses dois espaços um postura consciente, considerando seu lugar, suas competências e limitações, sob como tratar essas e outras questões que tangem o Design e o espaço social amazônico.

O trabalho foi iniciado, não aqui, pois essa pesquisa já se beneficiou do pensamento produzido por autores locais a respeito das relações entre Design e

sociedade. Enquanto pesquisadores, devemos dar continuidade a esse tipo de inquietação, desconfiar de tudo que se apresenta como sempre foi e do pensamento que aceita essas coisas como parte imutável da vida. Conhecer é uma desvelar o que velado. Se não há conhecimento neutro, se toda forma de conhecimento é uma forma de subversão e se toda subversão é um ato político, encarar o Design enquanto forma de conhecer e produzir, ao homem e ao seu espaço, é também encarar a dimensão política do Design. Resta saber quais os limites da política no Design e do Design na política, assim como, qual a melhor política de design para a sociedade, aquela que irá promover a aceitação das diferenças, a diminuição das desigualdades e a inclusão dos excluídos.