

■ Uma política cultural para as práticas criativas

.....Barbara Peccei Szaniecki

Introdução

O que seria uma política cultural para as práticas criativas hoje? A pergunta nos vem da lembrança que um dos maiores formuladores de políticas culturais foi um designer e, paradoxalmente, da percepção de uma ausência de políticas públicas para as práticas criativas da qual o design, em suas várias modalidades, é um dos carros-chefe. Aloísio Magalhães teve vida curta, mas vida intensa: artista plástico multifacetado desde a juventude, chega ao design por meio da experimentação gráfica e, mais especificamente, por meio da arte do livro desenvolvida na oficina O Gráfico Amador no Recife. É no Rio de Janeiro que Aloísio se lança formalmente no design – em 1960 com o escritório MNP que, em 1975, se transformou em PVDI – e na política em 1976 com a criação do Centro Nacional de Referência Cultural que, em 1979, deu origem à Fundação Nacional Pró-Memória. Não cabe aqui retomar todos os aspectos desse brilhante percurso que se extinguiu precocemente em 1982, mas é difícil não pensar em Aloísio Magalhães quando se pensa em design e práticas criativas em geral articuladas com cultura e, sobretudo, no paradoxo que é a ausência dessa aliança no contexto atual. Para pensar esta necessária articulação, partiremos da atuação da ESDI/UERJ – simultaneamente reconhecida e criticada –, para em seguida refletir sobre o atual contexto de institucionalização no Brasil da denominada “Economia Criativa” pelo Ministério da Cultura assim como a rotulação do Rio de Janeiro como “Cidade Criativa”. Enfim, refletiremos, a partir do Programa Cultura Viva do próprio Ministério da Cultura associado às Secretarias Estaduais de Cultura, sobre uma possível política cultural para as práticas criativas.

O Ensino e a prática do design no Brasil: um começo problemático do “setor criativo”

A ESDI / UERJ é reconhecida como a mais antiga e uma das mais qualificadas escolas de design da América Latina. No entanto, há controvérsias acerca do modelo pedagógico que nela foi implementado. A influência da HfG na ESDI é frequentemente vista como responsável pelo desenvolvimento de um design

internacionalista “de costas para o Brasil” (LEITE, 2006) e de um design baseado numa “ideia fora do lugar” (DIAS LESSA, 2003)⁷⁷. A crítica é direcionada à implementação de uma prática do design que desconsiderou as particularidades culturais, sociais e econômicas do país. Hoje, com base numa experiência de 50 anos de institucionalização do design, podemos produzir uma reflexão e contribuir para as perspectivas para seu ensino e sua prática no Brasil, assim como para as práticas criativas em geral.

Um ensino “de costas para o Brasil” porque a concepção de design nascida na matriz HfG na Alemanha fomentava a criação de uma linguagem universal sem se preocupar com a cultura local que, com seu universo simbólico, com suas práticas cotidianas e com suas tecnologias simples mas não necessariamente simplistas, constituía e ainda constitui um manancial inesgotável para a atividade do design. Essa cultura não é necessariamente “anti-moderna”, se entendemos por moderna a forma naturalista de representação do mundo (DESCOLA, 2010) que se afirmou a partir do século XVII e foi responsável pela construção de um mundo “objetivado” que colocava artista e cientista no mesmo patamar de sujeito criador e investigador, pois nela é possível encontrar tanto a geometrização ou abstração das formas com sua particular construção do tempo e do espaço quanto uma inversão da relação sujeito e objeto que expressam um mundo “animado” ou “encantado”. A nosso ver, essa cultura constitui e é constituída por outra visão de mundo, possivelmente “alter-moderna”, ou seja, ao lado, mas em tensão com a visão moderna hegemônica, ainda assim, moderna. É possível afirmar que os modernismos, no Brasil, foram muitos: já numa primeira fase o movimento se dividia entre os “verdamarelo” nacionalistas e os “antropófagos” mais adeptos de uma postura internacionalista; numa segunda fase, no caso do design, a vertente racionalista e universalista de Max Bill e Tomás Maldonado se confrontava com a vertente tropicalista de Rogério – Caos – Duarte. Os modernismos foram muitos porque muitas eram as “nações”, e ainda muitas outras podem ser descobertas ao invés de recobertas. A relação com os artistas concretos e neoconcretos nos anos 50 e 60 foi importante, pois, a cisão do movimento entre São Paulo e Rio de Janeiro passou de um questionamento meramente artístico a algo muito maior, isto é, a crítica ao viés técnico e científico importado da Europa e, em particular naquele momento, da Alemanha. Esse questionamento da racionalidade ocidental – que se manifesta no movimento artístico neoconcretista e que encontra ressonância no

77 A categoria ‘ideia fora do lugar’ citada por Washington Dias Lessa é de autoria de Roberto Schwartz.

meio do design – diz respeito não apenas a nossa cultura como também ao nosso contexto social, econômico e político.

É considerando a alienação do contexto social, econômico e político que podemos afirmar que o design implantado no Brasil e, sobretudo, no Rio de Janeiro, se baseou numa “ideia fora do lugar” – como mencionou Washington Dias Lessa usando a expressão cunhada por Roberto Schwartz –; e é talvez mais uma vez ignorando o contexto social, econômico e político que estamos importando algumas idéias de “criatividade”. Com efeito, a industrialização brasileira foi tardia, irregular (não chegou a abranger o território de forma homogênea) e incompleta (não chegou a integrar a população no esquema produção e consumo de massa tal como se deu nos países do hemisfério norte). Hoje, numa era dita pós-industrial onde por um lado os processos produtivos transformados pelas inovações tecnológicas⁷⁸ indicam um possível futuro feliz e, por outro, os recursos naturais reduzidos pela atividade racionalizada embora descontextualizada – e, portanto, profundamente alienada – apontam para uma catástrofe iminente, o “atraso” brasileiro adquire uma outra significação, sobretudo, abre um enorme campo de atuação para designers e criativos que desejam se agenciar com a cultura local. Possuímos enorme diversidade de linguagens, símbolos, signos, práticas e metodologias culturais e artísticas. É fruto do encontro físico e simbólico de diversas etnias há 500 anos atrás como também fruto da nossa história comum desde então, por vezes hostil por vezes cordial. E é semente de um porvir que abre novos desafios.

Ora, a cidade do Rio de Janeiro vive um momento extremamente ambíguo. Sua inserção no mundo globalizado requer por um lado a negação parcial de sua história e de sua cultura em muitos aspectos informal, mas abre por outro lado a possibilidade de outra relação entre o global e o local na medida em que o primeiro deixa de ser uma totalidade e o segundo uma identidade. Os conceitos indústria criativa e economia criativa e a etiqueta de “Cidade Criativa” colada no município seriam os mais adequados à produção criativa contemporânea? A essa pergunta – que chega a parecer inadequada, tamanho é o consenso que vigora sobre a atual política – o campo do design, do ensino e da prática profissional, assim como da reflexão acadêmica, poderia procurar dar uma resposta potente e sugerir caminhos alternativos ou complementares na cidade do Rio de Janeiro, sendo um deles a articulação de práticas criativas – entre elas a do design – com a política de Pontos de Cultura do Programa Cultura Viva do Ministério da Cultura entre outras experiências culturais ainda informais na metrópole carioca.

78 Alguns teóricos consideram que a Revolução Digital tem a mesma importância do que a Revolução industrial teve outrora.

O Contexto atual (do nível federal com a SEC ao nível municipal)

Antes de aprofundar a proposta de articulação entre design e cultura – e de modo mais amplo, entre práticas criativas e práticas culturais – observemos como os conceitos indústria criativa, economia criativa e cidade criativa chegaram até nós. Por Indústrias Criativas entende-se, segundo o DCMS (Department for Culture, Media and Sport) do Reino Unido, “as indústrias que têm sua origem na criatividade, na habilidade e no talento individual e têm potencial para renda e emprego através da geração e da exploração da propriedade intelectual” (DCMS, 2001, p. 5)⁷⁹. Trata-se atualmente de doze setores: publicidade; arquitetura; artes e antiquários; artesanato; design; design de moda; cinema, vídeo e fotografia; software, games e aplicativos eletrônicos; música e artes visuais e performáticas; edição; televisão; rádio. Esse “setor” heterogêneo mantém importantes relações econômicas com os setores de turismo, museus e galerias, patrimônio e esporte. No Brasil, a implantação desse conceito tem como marco o lançamento pelo Sistema FIRJAN⁸⁰, em maio de 2008, do estudo “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”⁸¹, que mapeou o “setor” pela primeira vez no país. Em 2011, surgiram mais dois fatos distintos mas sempre na mesma direção: por um lado a FIRJAN lançou nova edição de seu relatório e, praticamente ao mesmo tempo, o Ministério da Cultura iniciou um processo de re-estruturação reunindo as várias competências da antiga Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural numa única Secretaria da Cidadania Cultural e, separadamente, criando uma Secretaria da Economia Criativa⁸² que manifestou recentemente, em maio de 2012, interesse em criar uma Rede Brasileira de Cidades Criativas; por outro lado, a Prefeitura do Rio de Janeiro passou a assumir cada vez mais o label “Cidade Criativa” tendo iniciado a integrar a rede Districts of Creativity⁸³ desde

79 http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4632.aspx.

80 Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro.

81 “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”. As edições de 2008 e 2011 estão disponíveis no link: <http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CEC3286DF68013286FCB8CE2E1C.htm>

82 Recentemente, a Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura manifestou interesse na criação de uma Rede Brasileira de Cidades Criativas em parceria com o Instituto Itaú Cultural: www.cultura.gov.br/site/2012/05/29/minc-discute-a-criacao-da-rede-brasileira-de-cidades-criativas/ Ver também a notícia sobre a “institucionalização da Economia Criativa” no Ministério da Cultura: <http://www.cultura.gov.br/site/2012/05/16/institucionalizacao-da-economia-criativa/>

83 <http://www.districtsofcreativity.org/> e <http://www.flandersdc.be/en>: A Districts of Creativity Network é uma rede mundial de distritos de criatividade coordenada pela instituição governamental belga Flanders-DC.

o final de 2010. Analisaremos aqui rapidamente alguns aspectos da adoção dessa política de criatividade numa forte articulação entre os níveis municipal e federal.

No nível federal, a criação de uma Secretaria da Economia Criativa surpreendeu alguns dos agentes e produtores culturais, em particular aqueles potencializados pelo Programa Viva, tais como os Ponto de Cultura: adeptos de uma política do Ministério da Cultura que os considerava co-gestores da política pública, eles se viram de uma hora para outra acusados de má gestão e de “insustentabilidade” quando parte dos problemas eram, na realidade, do próprio Estado – desde a incapacidade a adequar sua burocracia às singulares condições de produção dos Pontos de Cultura até o atraso nos repasses das verbas por motivos de calendário eleitoral. A crise aberta levou a então Secretária de Cidadania Cultural Marta Porto⁸⁴ a pedir demissão após pouco meses de atuação. Apesar da crítica sistemática dos Pontos de Cultura à nova gestão do MinC e, sobretudo, à centralidade que o próprio conceito de “sustentabilidade” – baseado essencialmente em critérios econômicos mais do que em considerações sociais e culturais – ganhava nessa nova gestão, o projeto de implementação de uma Secretaria da Economia Criativa seguiu em frente. Um projeto questionável porque no atual contexto de produção em redes nas metrópoles reconhecemos a possibilidade de uma produção e distribuição de riqueza material e imaterial – que é econômica, mas que é sobretudo social e cultural – incalculável. Por que, ao invés de investir na desmedida das dinâmicas socioculturais e mais particularmente criativas, opta-se por reduzi-las à medida da economia? Por que, ao invés de criar um novo quadro legal para a colaboração sociocultural nas quais as práticas criativas se inserem, opta-se por cercear a liberdade de compartilhamento e por proteger a produção com restritivas leis de propriedade intelectual que compõem, por definição, a base da Economia Criativa?

Ao procurar apreender a produção da sociedade pós-industrial, Yann Moulier Boutang (2007) utiliza uma metáfora, qual seja, a de que essa produção é baseada numa polinização generalizada de abelhas cognitivas que não pode mais ser medida apenas com os critérios que serviram para a indústria produtora de mel. As abelhas não apenas fabricam o mel como produto final quantificável, como também polinizam, ou seja, transferem células reprodutivas masculinas localizados nas anteras de uma flor para o receptor feminino de outra flor, ou para o

84 Em sua primeira reunião com a Comissão Nacional dos Pontos de Cultura, Marta Porto colocou uma alternativa – “ampliar” ou “qualificar” a rede? – que foi mal recebida: <http://parana.nosdarede.org.br/2011/02/09/relato-da-reuniao-da-cndpc-com-a-secretaria-executiva-do-minc/>.

seu próprio estigma e essa atuação na agricultura e na natureza em geral é inquantificável. Assim como as abelhas polinizam e criam as condições de reprodução generalizada do meio ambiente natural, os produtores culturais e criativos polinizam todo o meio ambiente social, muito além de seus produtos finalizados para a indústria cultural ou criativa.

A produção dos Pontos de Cultura foi muito bem avaliada pelo IPEA, mas é preciso considerar que, quantitativa e qualitativamente, essa produção vai bem além da sua avaliação: a sustentabilidade dos Pontos de Cultura e, em geral, da produção cultural e criativa nas metrópoles possui uma complexidade irreduzível a um setor. É, portanto, a tese da “sustentabilidade” pregada pelos novos gestores do MinC que se revela insustentável: ao invés de apostar na multiplicidade e ao mesmo tempo singularidade das práticas culturais e criativas nas ruas e nas redes, optaram por submeter sua autonomia aos ditames econômicos de um “setor criativo”. Ao longo do ano de 2011, essa tese foi tomando corpo e se afirmando como política cultural oficial, mas não apenas. O reforço da Economia Criativa em detrimento da Cultura Viva prosseguiu por vários motivos. Não podemos abordá-los aqui com a profundidade necessária, mas podemos enumerar alguns. A visão de que a cultura (e, com ela, as práticas criativas) deve se submeter à economia corresponde perfeitamente ao projeto neodesenvolvimentista do governo da presidente Dilma Rousseff; corresponde aos interesses da indústria cultural reciclada em indústria criativa defendida pela Ministra Ana de Hollanda e por segmentos sociais que vão, paradoxalmente, de empresários da área até partidos políticos e sindicatos de trabalhadores; e por fim, corresponde ao oportunismo de movimentos culturais que se apresentam como os portadores dos novos modelos de negócios para a cultura e, nesse movimento ambíguo, excluem outras experiências. Sem o devido reforço da Secretaria de Cidadania Cultural, a criação de uma Secretaria de Economia Criativa no Ministério da Cultura⁸⁵ sela a instrumentalização da cultura a serviço do desenvolvimento econômico (e, eventualmente, a interesses políticos e eleitoreiros afastados do exercício da cidadania). O que aconteceria se fosse criada uma Secretaria de Cultura Criativa no Ministério do

85 Sobre a criação da Secretaria da Economia Criativa no Ministério da Cultura: “Criada pelo Decreto 7743, de 1º de junho de 2012, a Secretaria da Economia Criativa (SEC) tem como missão conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. O objetivo é tornar a cultura um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro.” O “Plano da Secretaria da Economia Criativa” se encontra disponível no link: <http://www.cultura.gov.br/site/categoria/politicas/economia-criativa-2/>.

Planejamento? A essa assimetria a nível federal, podemos acrescentar uma conjuntura ao nível municipal pouco favorável à articulação das práticas criativas com seu contexto sociocultural.

Com efeito, o conceito de “Cidade Criativa” tem se fortalecido e o Rio de Janeiro – prestes a acolher uma série de mega-eventos tais como Rio+20 em 2012, Jornada Mundial da Juventude em 2013, Copa do Mundo em 2014, Jogos Olímpicos em 2016, entre outros – vem oferecendo uma oportunidade ímpar de implementá-lo a nível local, mas com visibilidade global sem muito debate entre poder público e sociedade organizada (e, em particular, sociedade mais ou menos “organizada” em movimentos e pequenos produtores criativos-culturais). Ora, o rótulo Cidade Criativa⁸⁶ não necessariamente dá conta da maneira como a criatividade é exercida na metrópole carioca e corre o risco de se tornar mais uma “idéia fora do lugar”. A cultura carioca se agencia de modo muito singular nos espaços públicos e privados, no asfalto e nos morros da cidade, e por meio de uma multiplicidade de atores: poucos assalariados e muitos autônomos contabilizados enquanto tal ou muitas vezes camuflados pelo fenômeno da CNPJotagem expressam a informalidade que prevalece no “mercado de trabalho” carioca. Existe, e não é de hoje, no Estado e na cidade do Rio de Janeiro, uma criatividade difusa que não se enquadra – e muitos desses atores de fato não desejam se enquadrar – em setor algum da Economia Criativa e, no entanto, perpassa uma série de práticas culturais com as quais o design poderia se agencyar. Aliás, é preciso salientar que esse agencyamento já existe e atende pelo nome de “design vernacular”. Por design vernacular entende-se geralmente um design vinculado a práticas com aspectos nacionais, regionais ou locais – isto é, fortemente inseridas num território – e, por outros, com características menos acadêmicas, acabadas ou finalizadas em termos formais, técnicos e mercadológicos isto é, supostamente mais marcadas pela “espontaneidade” do que por uma postura projetual. Apesar dessas características de inserção num território e de relativa espontaneidade existe o reconhecimento da forte presença e da riqueza do design vernacular na metrópole carioca, em seus

86 O rótulo Cidade Criativa é baseado na política de Indústrias Criativas, onde por Indústrias Criativas entende-se, segundo o DCMS (*Department for Culture, Media and Sport*) do Reino Unido, “as indústrias que têm sua origem na criatividade, na habilidade e no talento individual e têm potencial para renda e emprego através da geração e da exploração da propriedade intelectual” (DCMS, 2001, p. 04). Trata-se atualmente de 12 setores: publicidade; arquitetura; artes e antiquários; artesanato; design; design de moda; cinema, vídeo e fotografia; software, games e aplicativos eletrônicos; música e artes visuais e performáticas; edição; televisão; rádio. Esse setor heterogêneo mantém importantes relações econômicas com os setores de turismo, museus e galerias, patrimônio e esporte.

territórios formais e, sobretudo, informais. Esse reconhecimento vem não somente da academia – existe um grande número de estudos sobre esse assunto – como também dos próprios profissionais do design que se apropriam criativamente dessas formas dando-lhes um acabamento de acordo com os requisitos da indústria cultural (e hoje criativa), sendo as capas de disco do designer gráfico Gringo Cardia um dos mais notórios. Contudo, essas apropriações frequentemente não são de mão dupla. As observações que tecemos a partir do design podem ser aplicadas às outras práticas que hoje são oficialmente consideradas criativas (e listadas anteriormente nesse artigo). Essa criatividade difusa, característica da metrópole carioca, em sua contínua polinização, é um manancial que interessa de modo particular a forma do capitalismo contemporâneo – cognitivo, cultural e criativo – daí propormos retomar rapidamente as críticas às indústrias culturais não para adequá-las automaticamente às indústrias criativas e sim para procurar apreender o que está em jogo no novo modo de produção assim como apontar possibilidades nas quais o design assim como as práticas criativas em geral, poderiam articular produção e distribuição dessa riqueza com autonomia dos seus atores tal como o fizeram os Pontos de Cultura do Programa Cultura Viva do Ministério da Cultura.

Da indústria cultural às indústrias criativas: panorama crítico

O artigo “A indústria criativa como mistificação das massas” de Gerald Raunig é uma evidente referência ao capítulo “Indústria Cultural: esclarecimento como mistificação das massas” da obra paradigmática *Dialética do Esclarecimento* onde, nos anos 40, Max Horkheimer e Theodor Adorno manifestaram violentamente sua crítica à indústria do entretenimento, em particular aquela que se propagava desde os Estados Unidos para o resto do mundo. Afirmavam naquela ocasião que as esferas da cultura haviam sido totalmente investidas pela lógica industrial. Gerald Raunig se pergunta então como hoje, de um simples deslocamento do singular ao plural, a indústria cultural se ressignificou como indústrias criativas com base numa promessa de salvação universal, não somente para políticos e gestores como também para diversos atores do campo da arte. Logo, propõe discutir as formas de subjetivação que estão em jogo e, para isso, analisa quatro componentes fundamentais do conceito de indústria cultural para, em seguida, analisar como esses componentes se apresentam nas atuais indústrias criativas.

A primeira crítica que Adorno e Horkheimer fazem à indústria cultural diz respeito à sujeição social. Afirmam que a indústria cultural totaliza seu público expondo-o “a uma promessa permanentemente repetida e continuamente insatisfeita” que o mantém numa dependência improdutiva. Estendem em seguida essa

percepção do consumidor como vítima passiva e escravizada ao produtor, formulando então a segunda crítica à indústria cultural: embora apontem uma separação nítida entre produtores e consumidores, a sujeição social se apresenta como a única forma de subjetivação de ambos os lados. Produtores e consumidores são nada além de uma peça dentro da totalidade ou grande engrenagem chamada indústria cultural. Toda diferença é rapidamente integrada nessa totalidade. A relação entre peça e engrenagem indica que os atores e os produtores são empregados das instituições da indústria cultural e chegamos, com essa consideração, à terceira crítica que indica que a criatividade dos atores culturais é oprimida sob o trabalho dependente. Criatividade empregada significa criatividade disciplinada e controlada. Os consórcios midiáticos e de entretenimento da indústria cultural são as estruturas institucionais que promovem a sujeição do indivíduo – produtor ou consumidor – ao controle do capital. Veremos mais adiante que as formas de subjetivação engendradas pelas ditas indústrias criativas são mais complexas – sujeição social e servidão maquinica, conforme conceituação de Deleuze e Guattari. E, finalmente, a quarta crítica à indústria cultural é que, como resultado da sujeição social do indivíduo enquanto consumidor e produtor, a criatividade disciplinada e controlada produz por sua vez a homogeneização e normatização de todas as práticas culturais reduzindo-as a mercadorias da indústria cultural. Para Adorno e Horkheimer, o desenvolvimento da indústria cultural foi a última etapa de um processo que já havia levado o Fordismo da indústria no meio urbano até a agricultura no meio rural e que provoca, por sua vez, serialização e estandardização generalizadas no sistema produtivo e fora dele. A disciplina e o controle impostos à criatividade no âmbito da produção se estendem à reprodução e a todas as esferas da vida.

Gerald Raunig retoma uma a uma as críticas de Adorno e Horkheimer – sujeição social como passividade do consumidor, subordinação do produtor no trabalho assalariado, criatividade cerceada e, por último, homogeneidade da produção resultante dessa situação – e, com base em Paolo Virno, considera que na atualidade as indústrias criativas adquirem outras características. Raunig inicia suas considerações afastando-se da quarta crítica frankfurtiana que coloca a indústria cultural como fruto da expansão do Fordismo e do taylorismo. A indústria cultural teria, ao contrário, um papel na superação dessas formas de produção baseadas na repetição em prol de formas de produção baseadas na inovação que hoje tendemos a chamar de pós-fordistas. Se no Fordismo a diferença é integrada e normatizada, no pós-fordismo a diferença (a informalidade, o imprevisto, a disfunção) é o motor da produção e é mantida enquanto tal. A indústria cultural não foi absorvida no Fordismo, e sim criou, em suas resistências e em particular

naquelas dos movimentos sociais e culturais dos anos 60 e 70, uma abertura para o pós-fordismo. Neste regime, mais do que repetição, importa é a criatividade no trabalho e na vida, e essa criatividade se dá não apenas na fábrica e na empresa e sim por toda a metrópole. E de fato, contrariamente à indústria cultural descrita por Adorno e Horkheimer em sua terceira crítica, as indústrias criativas não se organizam como grandes empresas de comunicação e de entretenimento e sim como redes de pequenos negócios de produtores de comunicação, moda, design e cultura popular e, preferencialmente, produtores aglomerados em “clusters”. Diferentemente das instituições estabelecidas, são efêmeras e baseadas em projetos: são instituições-projetos que, em princípio, se constituem com base na autodeterminação e na rejeição do trabalho subordinado. Neste caso, a criatividade é autocriação de si e, aqui, encontramos uma importante ambigüidade: embora constituída com base na recusa do emprego e na afirmação da autonomia, em sua solicitação de uma criatividade contínua, a instituição-projeto acaba por promover precariedade e insegurança. Um temor que, nos termos de Virno, atravessa toda a vida. O trabalhador contemporâneo é um autônomo que pula de projeto em projeto e muitas vezes se vê obrigado a se tornar micro-empresário ou pessoa jurídica para poder ser subcontratado por grandes e médios conglomerados da comunicação e da cultura e, no caso do Brasil, também por ONGs e por “fundações culturais” muitas vezes sem fundamentos. Em todos os casos, depende de sua criatividade para (sobre)viver. Aqui, segundo Raunig, se realiza efetivamente a perda de autonomia prognosticada por Adorno e Horkheimer:

Os indivíduos criativos são abandonados a um âmbito específico de liberdade, independência e governo de si. Aqui a flexibilidade se torna norma despótica, a precariedade do trabalho se torna a regra, as fronteiras entre tempo de trabalho e tempo livre se diluem da mesma forma que as do emprego e da greve, e a precariedade se estende do trabalho para todos os aspectos da vida. (RAUNIG, 2008, p. 38.)

Uma vez definida as indústrias criativas como instituições-projeto onde toda a vida é precarizada (à diferença das instituições modernas onde a subordinação era mais delimitada aos âmbitos do trabalho e do lazer), Raunig se pergunta quais seriam as formas de subjetivação que induzem a essa precarização universal. Contrariamente às análises de Adorno e Horkheimer, considera que as práticas e discursos dos movimentos sociais e culturais dos últimos 40 anos resistiram contra a normatização mas, ao mesmo tempo, fizeram parte das transformações que desembocaram em uma forma de governamentalidade neoliberal.

Isabell Lorey afirma que vivemos o paradoxo da criatividade como governo de si: “governar-se, controlar-se, disciplinar-se e regular-se significa, ao mesmo tempo, fabricar-se, formar-se e empoderar-se, que, neste sentido, significa ser livre.” (LOREY, 2006, p. 243). Que formas de subjetivação resistiriam então a essa forma de governamentalidade que resulta em precariedade generalizada? Adorno e Horkheimer consideravam a indústria cultural como uma totalidade que submetia os indivíduos à sua lógica. Já Raunig, inspirado por Deleuze e Guattari, considera que as indústrias criativas combinam a sujeição social (de que nos falavam Adorno e Horkheimer, entre outros teóricos) a uma servidão maquínica que não é nem tão voluntária nem tão forçada. O que leva não apenas políticos e gestores como também atores culturais e criativos a considerar o deslocamento da indústria cultural para as indústrias criativas como uma liberação se encontra precisamente na mistura singular que se dá, na servidão maquínica, entre desejos de fuga e adaptação à lógica do sistema. Os atores das indústrias criativas alegam que ao menos a “precarização de si” é uma decisão própria. Aqui Raunig conclui que não se trata propriamente de uma “mistificação das massas” (título de seu ensaio) e sim de uma “auto-mistificação massificante” que consistiria em uma possível resistência nesse plano de imanência hoje designado por indústrias criativas. Ora se é fácil observar essa “auto-mistificação massificante” em alguns circuitos de produção cultural e criativa no Brasil, é difícil crer que a “precarização de si” mesmo que vivida por alguns como “decisão” contentaria uma multidão – intelectualidade e criatividade de massa – que tem se manifestado nos últimos tempos nas ruas, nas praças e nas redes pelo mundo.

Uma política cultural para as práticas criativas: Pontos de Cultura e Pontos de Criatividade articulados em redes

Raunig comenta muito rapidamente um elemento que pode abrir potentes alternativas. Anota que enquanto nas indústrias culturais estava em jogo o componente coletivo da cultura, nas indústrias criativas ganha espaço o aspecto individual da criatividade. Essa mudança de ênfase – do coletivo ao individual – é particularmente visível na transformação do Ministério da Cultura (caracterizado por uma gestão compartilhada entre Ministro – Gilberto Gil e mais tarde Juca Ferreira – e movimentos culturais) em um Ministério das Indústrias Criativas⁸⁷ (sob gestão de Ana de Hollanda). A ênfase na criatividade individual é perceptível des-

87 Reivindicação da Indústria Cultural brasileira, em particular da indústria cinematográfica e fonográfica por meio de artigos do cineasta Cacá Diegues no jornal O Globo.

de o discurso de posse da Ministra⁸⁸ na valorização da “figura do criador” como se essa figura criasse sozinha. Já os Pontos de Cultura do Programa Cultura Viva são, de acordo com definição oficial⁸⁹, entidades que desenvolvem ações de impacto sociocultural em suas comunidades e que passam a ser reconhecidas e apoiadas financeira e institucionalmente pelo Ministério da Cultura. Deles, poeticamente, o ex Ministro Gilberto Gil disse que são “uma espécie de ‘do-in’ antropológico, massageando pontos vitais, mas momentaneamente desprezados ou adormecidos, do corpo cultural do País”. Nos últimos anos, os Pontos de Cultura do Programa Cultura Viva têm mobilizado uma rede extremamente heterogênea de atores sociais e culturais, agenciando práticas de comunidades tradicionais (quilombolas, indígenas e caiçaras) com aquelas das tribos urbanas mais “antenas”, articulando conhecimentos ancestrais como os dos mestres griôs com os provenientes do ensino formal moderno, recombinao metodologias *low tech* de gambiarras com as tecnologias *high tech* da cultura digital; e têm desenvolvido linguagens variadas: artes performativas, artes plásticas, artesanato audiovisual, dança, folclore, fotografia, gastronomia, jornalismo, literatura, memória, música, rádio e televisão. Fruto de uma reflexão pós-industrial, Pontos de Cultura apresentam uma maior organicidade com o território e com os agentes que neles vivem e produzem.

Uma política cultural para as práticas criativas – visto que são elas que são apontadas como as “locomotivas” do século XXI – tem como ponto de partida a afirmação do fato que, no Brasil, uma industrialização extensiva e inclusiva, para o bem ou para o mal, nunca de fato “aconteceu”. O movimento concretista paulista, com seu desenvolvimento de linguagem geométrica e sua busca por uma linguagem universal, foi mais a manifestação artística de uma industrialização que ocorria no Estado de São Paulo do que uma expressão das várias facetas da sociedade e da cultura no país. O movimento neoconcretista carioca iniciou uma importante reação a essa percepção mas, no design em particular, prevaleceu a atitude “bolas para o contexto: vamos trazer para o Brasil o design moderno [...]”.⁹⁰ Uma política cultural para as práticas criativas tem como objetivo pensar-

88 <http://www.cultura.gov.br/site/2011/01/03/discurso-de-posse-da-ministra-da-cultura-ana-de-hollanda/>

89 <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura/>

90 “Bolas para o contexto, vamos trazer para o Brasil o design moderno: parece ter sido este o lema. Sem avaliar em profundidade as características peculiares da produção e do consumo no Brasil, desconsiderando toda a sua disparidade, a sua concentração de abismos diferenciais na vida social, o design institucionalizado na ESDI encantou-se pelo mote da industrialização

-criar práticas que levem em consideração as particularidades culturais, sociais e econômicas do país que são diferentes – sem que isso seja necessariamente um problema – das características da Europa dos séculos XIX e XX onde e quando o design nasceu e floresceu junto com a era industrial e a conseqüente divisão técnica – divisão entre trabalho intelectual e manual – ou seja, separação entre o projeto e sua execução que gera de imediato uma hierarquização social entre aqueles que projetam e aqueles que executam, sendo que os primeiros passam a ser formados por escolas de design enquanto os segundos freqüentam escolas de artes e ofícios. Quando a “escola da vida” é a única opção, a essa séria de distinções sociais soma-se aquela entre profissionais e amadores. A divisão técnica do trabalho se revela geradora de fortes divisões sociais. Hoje, em pleno século XXI, numa era tida como pós-industrial e onde algumas dessas dicotomias parecem se afrouxar ou assumir outras configurações, o design se encontra oficialmente entre os 12 setores da denominada “economia criativa” sendo reconhecido como um de seus setores de maior força. Por outro lado, embora ele não seja mencionado entre as linguagens desenvolvidas pelos Pontos de Cultura, o design vem sendo praticado nessas iniciativas de maneira informal. Podemos mencionar como exemplos a produção de brinquedos no Centro de Cultura e Educação Lúdica da Rocinha (<http://rocinhaludica.blogspot.com.br/>) e a comunicação da cultura hip hop realizada no Pontão Digital Preto Ghoz do Movimento Enraizados⁹¹ (<http://www.enraizados.com.br/>) entre muitos outros. Design em Pontos de Cultura significa um empoderamento pelo design das práticas culturais e criativas já realizadas nesses espaços (e vice versa) e constituição de redes de práticas culturais e de práticas criativas sendo o design, ele próprio, uma rede de atividades que oscilam entre técnicas, ciências e artes. Com efeito, o design mantém certa ambigüidade entre ciência e arte, mas, segundo Richard Buchanan, design é uma disciplina onde a concepção do ‘objeto’, do método e do objetivo é parte integral da atividade e dos resultados (BUCHANAN, 1995, p. 3) do próprio design. Nesse sentido, o design se caracteriza como atividade de invenção (arte) sem se afastar da atitude de

e conteve, sob comportas bem resguardadas, toda e qualquer reflexão que pudesse redefinir a atividade em perspectiva mais adequada ao cenário nacional. Não pensou sequer a tradição do modernismo brasileiro, à qual se opôs, oferecendo-se como outra face do moderno (modernismo nacionalista, modernismo antropófago, etc.). Este foi talvez o erro – compreensível, entretanto – mais crítico de toda a sua história: voltar as costas para a realidade e operar no estrito campo da idealização.” (LEITE, 2006, p. 260).

91 Cf. Rociclei da Silva e Barbara Szaniecki *Políticas culturais vivas: raízes e redes do Movimento Enraizados*, disponível em: <http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/2011/11/06/artigos-do-ii-seminario-internacional-de-politicas-culturais/>.

investigação (ciência). Buchanan também aponta a contínua ampliação do campo de atuação do designer: comunicações visuais e simbólicas, produção artesanal ou industrial (ou resultante de uma hibridação) de objetos, estruturação de serviços ou atividades e, por fim, criação de sistemas ou ambientes complexos para trabalhar, aprender, brincar, em suma... Viver! Redes de Pontos de Cultura articulados com Pontos de Design significa investigar e inventar, nos territórios metropolitanos, uma cultura-criatividade viva, ou seja, com sentido. Investir numa política cultural para o design equivale a investir numa política criativa para a cultura. As críticas de Adorno e Horkheimer à indústria cultural⁹² podem não se aplicar às indústrias criativas mas nem por isso podemos aceitar a-criticamente o horizonte de precariedade que a implementação das indústrias criativas sustentaram na Europa e nos Estados Unidos e a afirmação de Raunig com base em Lorey de que essa precariedade é, em parte, uma “auto-precarização de si”, ou seja, fruto de uma decisão pessoal, não contribui para desdobramentos afirmativos de outros horizontes.

Conclusões

Em tempos de crise econômica e política na Europa e nos Estados Unidos (que em seus múltiplos aspectos indica uma crise do eurocentrismo e de sua racionalidade) e em tempos de emergência dos BRICS, cabe-nos perguntar se a atual oportunidade – deve servir a mais do menos ou à produção de diferença. A crise da racionalidade ocidental – desse ocidente que é, ele mesmo, uma invenção da racionalidade – vem acoplada com uma crise do antropocentrismo. A crise não é do planeta Terra e sim do homem, de um homem também totalmente construído. Essa situação histórica do presente que se coloca como crise é descrita por Bruno Latour como uma desconexão entre duas grandes narrativas: a primeira corresponde à modernidade hegemônica da qual o design participou como um poderoso motor é a da modernização, do progresso e do domínio enquanto a segunda corresponde ao que podemos chamar de uma altermodernidade se preocupou com o enredamento, o cuidado e a cautela.

A expansão do termo ‘design’ é uma indicação [...] daquilo que poderia ser chamada de uma teoria pós-Prometeu da ação. [...] É exatamente no momento em que a dimensão da tarefa em nossas mãos ter sido fantásticamente amplificada

92 Lembremos as quatro críticas de Adorno e Horkheimer à indústria cultural: sujeição social como passividade do consumidor, subordinação do produtor no trabalho assalariado, criatividade cerceada e, por último homogeneidade da produção resultante dessa situação.

pelas várias crises ecológicas que o público está se conscientizando do sentido pós-Prometeu do agir. (LATOURE, 2008)

Como designers, podemos traçar linhas de uma nova modernidade mas essas linhas serão traçadas com muita cautela. Se o designer moderno foi um Prometeus guiado pela teoria da ação, o designer contemporâneo é um Prometeus cauteloso e, nesse sentido, esse enredamento e cuidado ele pode encontrar na sua relação com os Pontos de Cultura com seus territórios e seus atores. Um novo agir no sentido de uma sociedade pólen que resiste ao capitalismo cognitivo, cultural e cultural sem abrir mão da potência dessas práticas.

Referências

BUCHANAN Richard. “Rethoric, Humanism and Design”. In: MARGOLIN, Victor; BUCHANAN Richard (eds.) *Discovering Design – Explorations in Design*, Cambridge (Massachussets) e Londres (Inglaterra) : The MIT Press, 1995 .

DA SILVA, Rociclei; SZANIECKI, Barbara. Políticas culturais vivas: raízes e redes do Movimento Enraizados. <http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/2011/11/06/artigos-do-ii-seminario-internacional-de-politicas-culturais/>, novembro de 2011.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT - CREATIVE INDUSTRIES MAPPING Document 2001, disponível em: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4632.aspx.

DESCOLA, Philippe. *La fabrique des images – visions du monde et formes de la representation*. Paris: Somogy Éditions d’Art e Musée du Quai Branly, 2010.

DIAS LESSA, Washington. “A ESDI e a contextualização do design” em *A herança do Olhar – O Design de Aloísio Magalhães*. LEITE, João de Souza (org.). Rio de Janeiro: ArtViva, 2003.

LATOURE, Bruno. *A cautious Prometheus? A few steps toward a philosophy of design*. Networks of Design. Anais da Annual International Conference of the Design History Society (UK). University College Falmouth, 2008.

LAZZARATO, Maurizio e NEGRI, Antonio. *Trabalho Imaterial*. Rio de Janeiro: DPeA, 2001.

LEITE, João de Souza. “De costas para o Brasil, o ensino de um design internacionalista” em *O design gráfico brasileiro – Anos 60*. Chico Homem de Melo (org.). São Paulo: Cosac Naify, 2006.

LOREY, Isabell. “Gubernamentalidad y precarización de sí. Sobre la normalización de los productores y las productoras culturales” em *Producción cultural y prácticas*

