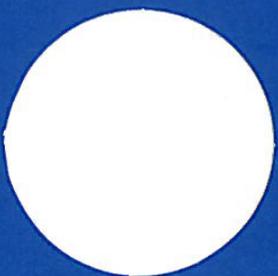


novo mundo — visões através da bienal iberoamericana de diseño. 2008-2016
MUDE - Museu do Design e da Moda, Coleção Francisco Capelo



INDICE

Catarina Vaz Pinto

Apresentação	11
Presentación	12
Presentation	13

António Pinto Ribeiro

Novo Mundo, hoje o da agitprop e das Havaianas	15
Nuevo Mundo, hoy el agitprop y de las Havaianas	17
New World, today's agitprop and the Havaianas	19

Manuel Estrada

Capital da cultura, capital do design	22
Capital de la Cultura, Capital del Diseño	24
Capital of Culture, Capital of Design	26

Francisco Providência /

Henrique Cayatte

Muitos desenhos, uma mesma voz	29
Muchos diseños, una misma voz	30
Many drawings, one voice	31

Bárbara Coutinho

Navegar é preciso!	33
¡Navegar es necesario!	35
To Navigate is needed!	37

Bárbara Coutinho

Novo Mundo	43
Nuevo Mundo	46
New World	49

Carlos Hinrichsen

Um olhar acerca do Design no Chile, e os seus desafios	52
Una visión acerca del Diseño en Chile y sus desafíos	53
A perspective on Design in Chile and its challenges	54

Félix Beltrán

Design para uma justiça social	56
Diseño para una justicia social	58
Design for a social justice	60

Francisco Providência

Poética ibero-americana como fator de inovação social	63
Poética Iberoamericana como factor de innovación social	65
Ibero-American poetics as a factor of social innovation	67

Henrique Cayatte

Da minha língua vê-se o mar	70
Desde mi lengua se ve el mar	72
From my language, I see the sea	74

Ignacio Urbina

Tensão nos limites	77
Tensión en los bordes	79
Tension at the borders	81

Ruth Klotzel

Novo mundo, novos rumos	84
Nuevo mundo, nuevos rumbos	86
New world, new directions	88



APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL
PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL
INSTITUTIONAL PRESENTATION



COMISSÃO CIENTÍFICA DA EXPOSIÇÃO
COMITÉ CIENTÍFICO DE LA EXPOSIÓN
CIENTIFIC COMMISSION OF THE EXHIBITION

Poética ibero-americana como fator de inovação social

Francisco Providência

Que visões para um Novo mundo?

A urgência de um mundo social e ambientalmente mais sustentável, alicerçado na "partilha de informação e conhecimento, intercâmbio intergeracional, coesão social, inclusão e multiculturalismo" decorrerá da reflexão ibero-americana, focada em "pensar a globalização de forma mais humanista", como refere Bárbara Coutinho.

Quinhentos e vinte três anos depois do tratado de Tordesilhas, que inaugurou a globalização ibérica do mundo, e no mesmo ano em que os EUA retrocedem com medo do seu papel globalizador imperial, quer construindo muros contra o México, quer impondo restrições comerciais contra a China, festejaremos a cultura ibero-americana, celebrando Lisboa como a sua capital cultural. Porto, cálido, branco e monumental, lugar de troca de muitas ideias, oriundas de muitos lugares longínquos, mostrará centenas de projetos de dezenas de designers, testemunhando o valor da multiculturalidade, construído pelo corpo, e no corpo, de todos os miscigenados culturais latino-americanos. Se esse design apresenta algum traço comum, será o da inscrição do autor no seu próprio projeto. Projetos realizados com (demasiado) afeto, com (demasiada) esperança, com (demasiada) vida. Projetos de vida que, sem temerem o kitsch, recentram a existência como sua única questão.

Necessita o mundo das novas visões da ibero-américa?

Sim, necessita tanto mais quanta a falta de imaginação lhe faz procurar na tecnologia a solução para os seus problemas. No entanto, temo que a velha-nova convocação para o design social invocada para impor novos paradigmas comportamentais ao mundo, possa não ultrapassar o placebo social ao serviço da submissão económica. Observando a ibero-américa pela experiência de Portugal, vejo que a soberania dos países, a proteção social dos serviços garantidos pelo Estado (saúde, justiça, educação, defesa...), dependerão cada vez mais dos contributos do design ao serviço da economia, através da exportação industrial e cultural. Portugal tem hoje (salvo erro) a maior dívida entre os países da Europa. A ameaça de insustentabilidade económica pela dependência financeira, reduz a sua capacidade para negociar o pagamento de juros e amortização da dívida. O governo português, depois de ter extinto o Centro Português de Design (2013), descobriu agora o relatório do Design Council sobre as virtudes do design ao serviço da economia, enquanto gerador de valor. Mas, como refere o jornal *Expresso*¹, segundo o Innobarometer 2016², Portugal é o sexto Estado-membro a contar do fim, a investir em design nas empresas. Só 11% dos seus empresários reconhecem o seu papel estratégico e 49% confessam nunca o usar. O relatório da Comissão europeia *Design para o crescimento e prosperidade*³, apoiando o desenvolvimento no design, observa que não obstante as pressões da austeridade e a complexidade dos desafios mundiais (...) a Europa, deverá recorrer ao design como motor de inovação centrada no utilizador.

¹ <http://expresso.sapo.pt/economia/2017-02-25-Governo-quer-mais-design-na-industria> (consultado em 25.02.2017 às 16h00)

² Innobarometer 2016, e o inquérito que a Comissão Europeia realiza todos os anos para captar as tendências de inovação das empresas da União Europeia.

³ http://europeandesigninnovation.eu/wpcontent/uploads/2012/09/Design_for_Growth_and_Prosperty_.pdf (consultado em 21.12.2011)

A Ibéria e muitos dos Estados do Sul da América, apresentam um tecido económico formado por PMEs⁴ não podendo ignorar a oportunidade social do design, enquanto instrumento estratégico, económico e criativo, mediado pelas empresas. O design, projeção contemporânea do antigo desenho, articula um agente desenhador (autor), um propósito de mudança (programa) e um meio de produção (tecnologia). Mas a otimização funcional do programa pela tecnologia nem sempre integra o autor, fonte de significado e consciência do design. O design, desenho que nasce de um desejo e produz um desígnio, tem uma finalidade metafórica que não pode descurar. Tem uma funcionalidade simbólica, nem sempre clara, que é o seu maior recurso de inovação social. Ao ingressar nas Belas Artes do Porto (em 1980) tomando conhecimento, com Marx, do fenómeno fetiche da mercadoria, concluí que os artefactos apresentam um valor de troca que supera o seu valor de uso, adquirindo um estatuto humanizado que coisifica os homens. Os objetos da arte, embora produtos sociais, não se reduzem à função reprodutiva da estratificação social. Com Hauser⁵, percebi que a função social da arte reside no hermético papel do seu autor, ao interpretar o mundo. Com Adorno⁶ compreendi que essa função social da arte constitui o seu propósito estético de inovação e resistência contra a indiferença - a arte são ideias materializadas em formas e as formas são conteúdos de verdade. Esse valor simbólico - em parte construído pela coisa real e em parte pela coisa imaginada -, admite uma dimensão supra funcional dos artefactos, capaz de veicular ideias sobre a interpretação do mundo. Por isso defendo, que a maior função social do design é o seu contributo de oposição à reificação da indústria cultural.

Designer. Investigador no ID+. UA/UP; Professor Universidade de Aveiro
Membro da Comissão Assessora da BID Portugal

⁴ PME. abreviatura de micro, pequenas e medias empresas.

⁵ Hauser, Arnold (1984). Arte (a) e a sociedade (tradução de Sociologia da Arte, 1974). Porto, ed. Presença

⁶ Adorno, Theodor (1981?). Teoria estetica (tradução par Artur Morão de Asthetische Theorie, 1970). Lisboa.