

WU RIT

Por uma inclusão cultural mais ativa no design global

Clara Candelot

O design não é neutro, nem normativo, nem imparcial, nem universal. Não há espaço para mais exclusão nessa comunidade. Precisamos nos educar, precisamos expandir nossa visão de mundo, precisamos transformar a maneira como trabalhamos.

Desde o início da globalização, nossa cultura foi moldada por nações autodenominadas "mais desenvolvidas", tanto por meio da força física, como por meio de influências ideológicas. Essas dominações culturais são a razão pela qual boa parte da sociedade brasileira enxerga ideais europeus ou estadunidenses como padrões, e idealiza a cultura ocidental como um modelo a ser seguido.

O momento em que vivemos atualmente é de constante mudança. A globalização nos trouxe avanços na tecnologia e nas comunicações, o que

levou a uma maior democratização no acesso à informação e nos permitiu o contato com diversas culturas, independente da distância física entre elas. Por outro lado, esses avanços trouxeram também novos conflitos sociais e, com eles, novas questões de design a serem analisadas e resolvidas.

O design como uma profissão solidificada, cuja principal forma de atuação é a prática de projeto, é um conceito que se consolidou na Europa ocidental no início do século XX. Nessa prática, estão inclusos os princípios formais estudados pelo campo do design, tais como: linguagem, cor, tipografia, imagem, símbolos, códigos, entre muitos outros. Quando nós, designers, desenvolvemos um projeto, utilizamos esses princípios de acordo com a nossa perspectiva cultural, ou seja, transmitimos nossas crenças, ideias e visões para tudo aquilo que criamos, mesmo que inconscientemente.

Em uma determinada cultura, os sistemas de representação, interpretação, produção gráfica, códigos, simbologias e todos os outros que permeiam o universo da comunicação visual estão naturalmente ligados aos costumes, ideias e práticas característicos daquele grupo. Por isso, não existe uma imparcialidade universal, sobretudo quando se trata da visão de mundo que comunicamos em nossos trabalhos como designers.

A interação cultural permitida pela globalização (que, apesar de facilitar o acesso à outras culturas, ainda não é forte o suficiente para anular as relações de poder que perpetuam a hegemonia eurocêntrica) tem impacto direto na atuação do comunicador visual. Agora mais do que nunca, esses profissionais têm a possibilidade de trabalhar com mercados globais, que não necessariamente estão ligados à sua cultura nativa.

Portanto, essa modernização da dinâmica de trabalho faz surgir a necessidade de expandir as perspectivas e visões culturais do profissional de design. Isso, para que seja possível a empatia, o entendimento e, sobretudo, o respeito, com relação à história, aos costumes e à vivência do público

para quem se projeta, além de contribuir para maior qualidade do processo criativo.

Quanto mais nos distanciamos das culturas dominantes, mais ampliamos o espaço para novas e diferentes visões, interpretações e histórias. O que não significa excluir os conhecimentos aos quais estamos habituados, e nem parar de acessar conteúdos vindos das culturas dominantes: o objetivo é somar, não substituir. Esse processo de aproximação com novas culturas e pontos de vista é enriquecedor: quanto mais diversas forem nossas referências, mais fértil será nosso processo criativo, e mais significativo será nosso trabalho.

Fica clara também a necessidade de atualização do currículo acadêmico. Assim, pode ser possível atender a nova forma de operação global, formando novos profissionais mais aptos a atuar nesse cenário de forma consciente. Mas não podemos contar apenas com uma mudança na academia como forma de ampliar a diversidade no design. Isso serviria para educar as gerações profissionais futuras, mas não as atuais, além de não contemplar os profissionais que não têm experiência acadêmica. É necessário que também haja uma mobilização que parta dos

próprios profissionais, em uma busca pela ampliação cultural nesse meio, e essa mobilização deve começar por nós mesmos.

Nós, como designers, temos a função de resolver problemas na sociedade em que nos encontramos. Nós temos a possibilidade de criar sistemas, serviços, produtos e estratégias com impactos muito maiores do que imaginamos. Para isso ocorrer de forma responsável, precisamos ter uma base de conhecimento forte o suficiente e livre de estereótipos. Assim, poderemos alcançar o maior número possível de pessoas — com vivências, histórias e culturas diferentes — por meio daquilo que projetamos.

Se consideramos o design como um estudo separado dos conceitos de ética, parcialidade e diversidade, damos margem para a perpetuação da visão eurocêntrica na profissão e na academia. O design não existe em uma bolha separada da sociedade, e integrar nossos conhecimentos e práticas com o social, o político e o cultural é fundamental. É importante lembrar que isso não acontece da noite para o dia. Todos nós somos indivíduos em formação, construímos e desconstruímos nossa visão todos os

dias, em um processo contínuo. Se você, designer, nunca pensou na importância da inclusão cultural na forma como você cria, e nem na responsabilidade social que você carrega, não é tarde para começar.

Vamos juntos, pouco a pouco, nos movimentando em direção à uma prática de design mais justa, consciente e inclusiva.

25 de junho de 2021.

