

## INOVAÇÃO

# O RENASCIMENTO MULTIPLAYER E A MEMÓRIA VISIONÁRIA

FRANCESCO MORACE  
Presidente do Future Concept Lab  
fmorace@futureconceptlab.com



O Renascimento construiu a sua extraordinária unidade através da capacidade de brincar com a própria inteligência compartilhada em diversos níveis e com protagonistas excelentes, diversos e plurais, empenhados no ato da criação. A internet pode assumir hoje um papel similar ao de uma bottega renascentista, criando as condições de confronto e colaboração que no passado havia na existência projetual: por isso fala-se em um Renascimento 2.0. A ideia de espaço aberto — tanto real quanto virtual —, livre e, portanto, totalmente democrático, coloca-se como terreno privilegiado para a criação de uma coletividade, que na troca 360 graus (de ideias, de conhecimento, de experiências, de valores) encontra nova identidade e força em um jogo contínuo de sobreposições e intersecções.

O Brasil representa um exemplo relevante de tal orientação, seja pelo apurado senso de convivência e colaboração no cotidiano, seja pela grande familiaridade com as novas tecnologias e com as possibilidades participativas e relacionais de mídia digital. Como quarta comunidade virtual do mundo (depois dos EUA, França e Alemanha), primeira nação pró-software livre e com fortes políticas para a inclusão digital, o Brasil registra um crescimento de 13% ao ano no uso da web.

Também os sucessos de serviços como MSN e Orkut (site comunitário do Google em que 75% dos membros são brasileiros) evidencia o potencial relacional, estético e comunicativo de iniciativas que encontram, também nas ocasiões cotidianas, estímulos de extraordinária criatividade e de soluções avançadas, inclusive com design de ponta na área da gráfica e da animação. Concretamente isto significa que, no mundo do marketing e da comunicação, é possível orientar as estratégias de inovação em direção a alianças com

a administração pública:

- Utilizando todo o território como uma plataforma criativa, do centro até a periferia;
- Considerando o perímetro da cidade e os espaços “de fronteiras” como espaços privilegiados de “ressonância” para projetos virtuosos;
- Transformando a “cara” da cidade, com o incentivo ao uso de sistemas e projetos focalizados em ocasiões específicas;
- Considerando o consumo cultural, a diversão e o tempo livre como uma área de experimentação livre na qual as pessoas encontram novos estímulos;
- Prevendo soluções abertas multiopção, percursos personalizados e interativos.

O Renascimento 2.0 é multiplayer; considera a participação de todas as gerações e de todas as classes sociais, utilizando a tecnologia como ponte entre o passado e o futuro.

A capacidade de memória (humana e tecnológica) e a vocação visionária (pessoal e coletiva) constituem as duas direções de desenvolvimento para estéticas avançadas e tornam-se decisivas quando se mede uma com a outra. O Teatro da Memória de Pico della Mirandola e a Utopia de Thomas More constituem, ainda hoje, pontos de referência imprescindíveis no confronto desta dinâmica de desenvolvimento. Também no Brasil, o conto — através de artes figurativas, do design, da dança, da música — confirma-se como modalidade indispensável para a transmissão e a manutenção da identidade coletiva: uma memória que é um contínuo entre passado mítico e heróico e futuro de projetualidade “visionária”.

Como território de articulados sincretismos culturais e estéticos, o Brasil desenvolve e propõe novos códigos e

expressões a partir de uma contínua regeneração e relançamento das próprias raízes: uma evidência que assinala a elaboração criativa de múltiplas formas artísticas. Um exemplo determinante é a presença e a influência transversal da música na variedade, na riqueza e na constante evolução das raízes entrelaçadas no tempo, criando novos movimentos e influenciando fenômenos culturais, estéticos e de consumo.

No design, os irmãos Campana representam um país de extrema criatividade projetual: uma realidade que olha para as próprias origens e para a contemporaneidade, proporcionando nova energia para a cena internacional de projeto, por uma contribuição ao mesmo tempo consciente e visionária. O encontro entre tecnologia e memória fornece aos operadores de marketing e da comunicação indicações preciosas:

- Apontar para o fascínio do conhecimento (knowledge marketing) que aprofunda o tema da inovação, do design e da performance de modo lúdico.
- Exaltar as qualidades estéticas dos objetos e cenários ligados ao imaginário da marca, sublinhando o componente de design avançado.
- Ressaltar o valor da competência e do real conhecimento dos temas em torno do qual gira a criação de um produto ou de um serviço.
- Transmitir o peso cultural da história, da memória de uma marca e de seu significado de valor do ponto de vista do avanço e da experimentação.
- Enfatizar as capacidades imaginativas e visionárias de uma empresa através da comunicação: um produto é sempre um projeto.

@comente este artigo no [www.meioemensagem.com.br/opinia](http://www.meioemensagem.com.br/opinia)