

Ambiente e Desenvolvimento Sustentável para designers gráficos

Environment and Sustainable Development for graphic designers

Ângela Pinto Rangelⁱ

design, desenvolvimento sustentável, necessidades humanas

O presente artigo é uma reflexão crítica acerca do desenvolvimento sustentável e suas implicações atuais na prática do design. Neste sentido, é feita uma busca das diversas faces e conceitos atribuíveis a "necessidade" e "ambiente", levando em conta questões como consumo e desperdício. O levantamento de distintas perspectivas possibilita uma visão histórica e interdisciplinar dos temas, evidenciando um panorama onde se insere a produção do designer gráfico na sociedade atual, bem como suas aplicações práticas possíveis dentro de uma política de ação em prol das necessidades humanas.

design, sustainable development, human needs

This article is a critical reflection on sustainable development and its implications in the current practice of design. Accordingly, a search is made for different faces and concepts attributed to "need" and "environment", taking into account issues such as consumption and waste. The survey of different perspectives provides a historical and interdisciplinary overview of these subjects, showing a picture which includes the production of the graphic designer in society today, and also its possible practical applications within a policy of action in support of human needs.

1 Ambiente: raízes etimológicas e frutos subjetivos

Popularizado em referência à ideia que temos de natureza, o termo ecologia (Ökologie) foi cunhado, em 1866, pelo biólogo alemão Ernst Haeckel (1834-1919), ao resgatar o conceito grego de οἶκος, que significa algo como 'casa', 'lugar habitado', 'bem doméstico', 'habitat' ou 'meio natural'. Tal resgate serviu para denominar o que se propunha a estudar: o ecossistema, suas leis eternas e relações harmônicas internas, como fenômeno a ser reproduzido pelas sociedades humanas. Portanto, a intenção ecológica é muito mais filosófica e sociológica, do que propriamente biológica. A ecologia purista não prevê intervenções humanas em seu meio, mas sim o aprendizado a partir dele.

No início do século XX, distante da pretensão de Haeckel, a ecologia tornou-se uma ciência no meio acadêmico, tendo sua relação subjetiva totalmente desvinculada nesse âmbito. Sendo assim, foi assumida como um ramo da biologia com a finalidade de estudar objetivamente os seres vivos, o espaço onde vivem e as relações que estabelecem entre eles. Essa objetividade transformou a ecologia em um estudo mais zoológico que propriamente filosófico ou sociológico. Contemplando o ecossistema, de maneira objetiva ou subjetiva, 'o homem, em um suposto mundo recortado academicamente, é apenas um espectador, e, só eventualmente, um agente que agrega distorções ou ruídos no momento em que se incorpora' (FEDEROVSKY, 2007:15-16).

A visão da ecologia enquanto movimento de preservação foi uma consequência tardia do estudo do meio natural e constatação do impacto da ocupação humana. Em 1920, talvez como um resgate do pensamento de Haeckel, começou a ser difundida a 'Ecologia Humana' (Human Ecology), um campo de estudo interdisciplinar que se utiliza de uma abordagem holística para resolver problemas e aumentar o potencial humano em relação ao seu meio mais próximo (pertences, família, sua comunidade).

**Anais do
2º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável (II SBDS)**

Jofre Silva, Mônica Moura & Aguinaldo dos Santos (orgs.)

Rede Brasil de Design Sustentável – RBDS

São Paulo | Brasil | 2009

ISSN 21762384

Foi no Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago, que um grupo conhecido como 'Escola de Chicago', fundamentou a pesquisa ecológica indo além dos reinos animal e vegetal, para centrar-se no ambiente contemporâneo dos humanos: a cidade. Sendo, portanto, tal estudo, denominado posteriormente sob as nomenclaturas 'Ecologia Urbana', 'Ecologia Cultural' ou 'Ecologia Regional', já que analisa as relações entre as pessoas no ambiente da 'urbis'. Atualmente, a Ecologia Humana(-Urbana) detém-se no estudo das organizações sociais, migrações, tecnologias e recursos naturais, buscando um equilíbrio entre essas quatro questões.

No Brasil, há um contraste em relação à estrutura do ambiente natural e à tecnologia. O primeiro 'tem sido destruído fisicamente e envenenado quimicamente pela incompatibilidade e pela poluição geradas pelo uso' do segundo, o qual importamos de outros lugares, apesar de ter sido criado 'por e para países cuja estrutura ecológica é totalmente distinta da nossa' (REDIG, 1983, p:65). Não é de hoje que existe uma preocupação quanto à preservação do meio ambiente, passamos historicamente por momentos de divulgação, alerta, mudanças culturais e já colhemos frutos das mudanças de conduta em diversos países. Entretanto, ainda é difícil, no Brasil, instaurar-se uma política ecológica, mesmo estando presente na Constituição Nacional (1988) um direito em consonância com a proposta ambientalista:

Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações. (Capítulo VI - Do Meio Ambiente, Artigo 225).

Atualmente vemos bases consolidadas na Europa e especialistas no assunto, mas pouca movimentação rumo à implementação de políticas ambientais como estrutura do sistema produtivo, pois esbarram em questões econômicas e culturais.

2 Desenvolvimento Sustentável

Um ambiente ecologicamente equilibrado é o meio saudável desejável para permitir a sobrevivência da espécie por tempo indeterminado e, ao mesmo tempo, satisfazer, no maior grau possível, às necessidades de cada indivíduo. Infelizmente não é esse o cenário no qual vivemos há muito tempo. Consciente disso, em 1987, como resultado da Conferência de Estocolmo, a Comissão Mundial para o Ambiente e o Desenvolvimento enviou para a ONU o Relatório Brundtland, conhecido também como Nosso Futuro Comum ('Our Common Future'). Nele são apresentados os conceitos de 'equidade', 'participação' e 'posteridade' como fundamentais para um futuro 'sustentável'. Nesse documento é apresentado o conceito de Desenvolvimento Sustentável, sendo, portanto 'aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer o potencial das próximas gerações em atenderem às suas'. A prioridade apresentada seria satisfazer as necessidades das camadas mais pobres, aceitando os limites impostos pela tecnologia e organizações sociais no que diz respeito à capacidade do meio ambiente em atendê-las, atual e posteriormente, em todos os países.

Já se foram mais de vinte anos desde a publicação deste documento e, ainda, a sustentabilidade não está instaurada. Segundo Veiga,

para que a expressão desenvolvimento sustentável deixe de ser um mero conto de fadas será necessário que as sociedades contemporâneas assumam uma agenda ambiental como doze sérios desafios. Quatro decorrem de destruições ou perdas de recursos naturais: habitat, fontes proteicas, biodiversidade e solos. Três batem em limites naturais: energia, água doce e capacidade fotossintética. Outros três resultam de artifícios nocivos: químicos tóxicos, espécies alienígenas e gases de efeito estufa ou danosos à camada de ozônio. E os dois últimos concernem às próprias populações humanas: seu crescimento e suas aspirações de consumo. (2006:169).

O desenvolvimento das sociedades é um processo, hoje compreendido em um conceito diferenciado do crescimento econômico, abrangendo as inter-relações: ética, política, social, ecológica, econômica, cultural e territorial. No que diz respeito à 'revolução verde' esse desenvolvimento não é barato, a industrialização à base de energia fóssil comprovou o ditado popular sobre as consequências desta economia. Não há porque ser pessimista e inerte diante

dos fatos, nem tampouco nutrir um objetivo napoleônico de destruir tudo para reconstruir o futuro sob novos moldes; as estruturas industriais existentes precisam é ser moldadas gradativamente seguindo esse novo paradigma.

Em entrevista para a revista 'Página 22', especializada no tema, o diretor do Centro de Pesquisas sobre o Brasil Contemporâneo na Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais, em Paris, Ignacy Sachs, propõe que

da mesma forma que petrolíferas devem virar empresas de energia, as fabricantes de celulose e papel deveriam virar empresas de biomassa. Porque essa biomassa de origem florestal serve para fazer papel, todos os derivados de madeira, energia, carvão vegetal, construção, outras fibras.

Entretanto, a imagem de empresas que decidem optar por esse tipo de mudança no posicionamento nem sempre é positiva, devido à falta de informações, sobre o real impacto dessa conduta distinta, o gera desconfiança no cidadão. Ao ver empresas como a Hugo Boss produzindo camisas com fibra de bambu, bem como outras empresas e bancos divulgando a sustentabilidade, o tema se confunde com estratégia comercial e acaba não tendo a credibilidade que busca. Em pesquisa feita em Julho deste ano (2007), o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) sondou cidadãos brasileiros acima de 16 anos e empresários acerca do tema 'sustentabilidade e negócios sustentáveis'. Os questionamentos abrangiam distintos aspectos do tema, e balizavam o conhecimento dos interrogados em contraponto com suas ações a partir deste.

De fato a ciência sobre o assunto é superior às iniciativas cotidianas, demonstrando, principalmente entre os empresários, outros objetivos a serem atingidos, uma vez considerados de maior urgência que a adesão à sustentabilidade, como a política de igualdade entre sexos, raças e portadores de necessidades especiais, temas ainda com suas estratégias fragilizadas, em um estágio primário de atuação. Seguindo dentro das discussões sobre sustentabilidade estão assuntos como a pirataria, enquanto crime contra a indústria em geral, e, portanto contra a sociedade; e o boicote a produtos que causam grande impacto ambiental, mesmo dando preferência a produtos que acabam sendo mais caros que o usual, já que a ideia de sustentabilidade não se restringe ao meio natural, mas a um juízo de perenidade, desenvolvimento humano, desenvolvimento integral,

[...]embora introduzida no debate por questões ambientais, a sustentabilidade tem tantas facetas quanto o próprio desenvolvimento. Sugere-se que, dada a multiplicidade e por vezes a redundância dos adjetivos sucessivamente adicionados ao desenvolvimento no curso de um debate que já dura meio século – o mais recente sendo o humano –, uma denominação melhor poderia ser desenvolvimento integral. (SACHS, 1997, p216).

A consciência sobre a sustentabilidade passa por distintas fases em um processo de educação dos indivíduos. O primeiro passo é interessar-se e estar em contato com o assunto, ter conhecimento das possibilidades de mudança e pequenas atitudes que são de grande valor. A compreensão da relevância é o segundo passo, que segue no sentido de perceber a própria existência como uma interação constante que influencia não só o ambiente natural, mas o comércio, logo a economia, bem como outros vínculos dentro desta organização na qual vivemos. Compreendendo o papel individual nessa teia de relacionamentos procede o respeito pelo outro e a capacidade de dirigir escolhas seguindo um comportamento adequado à harmonia desse ecossistema.

Só através da educação podemos sentir-nos responsáveis pela realidade sustentável, e, em vez da espera apática por um eterno devir, pressionarmos as organizações, tomando como valor pessoal a necessidade de aprender a conviver de maneira harmônica e na medida do possível igualitária. A maior parte dos problemas ambientais que enfrentamos é consequência do aumento populacional e da manipulação indiscriminada de recursos do meio natural, essa liberdade de uso dos reinos animal, vegetal e mineral é fortemente enraizada na cultura do ocidente e pode ter suas origens apontadas já na livro sagrado do catolicismo:

[...]Então Deus disse: 'Façamos o homem à minha imagem e semelhança. Que ele domine os peixes e o mar, as aves do céu, os animais domésticos, todas as feras e todos os répteis que

rastejam sobre a terra'. E Deus criou o homem à sua imagem; à imagem de Deus ele o criou; os criou homem e mulher. E Deus os abençoou e disse: 'Sejam fecundos, multipliquem-se, encham e submetam a terra; dominem os peixes e o mar, as aves do céu e todos os seres vivos que rastejam sobre a terra'. E Deus disse: 'Vejam! Eu entrego a vocês todas as ervas que produzem sementes e estão sobre toda a terra, e todas as árvores em que há frutos que dão semente: tudo isso será alimento para vocês'. (Gênesis 1:28-9).

Entretanto, os recursos do meio natural, depois de serem dominados, passaram a integrar e criar um novo ambiente aos seres humanos, conseqüentemente transformaram-se em parte da 'cultura', a partir da criação de bens materiais. Se interpretarmos cultura como a 'totalidade dos objetos de uso' (FLUSSER, 2007:198), o equilíbrio entre esses dois mundos, o do 'meio natural' e o da 'cultura', seria um dos desafios para alcançar o desenvolvimento sustentável. Dentro deste embate está a questão do lixo. Para Flusser,

A mão consome a cultura e a transforma em lixo. Portanto, não são dois mundos que circundam o homem, mas sim três: o da natureza, o da cultura e o do lixo. Esse lixo tem conhecimento, como por exemplo, a ecologia, a arqueologia, a etimologia e a psicanálise, têm se dedicado a estudá-lo. (2007, p:61).

É claro que existe um limite para a convivência entre estes três mundos em um mesmo planeta, e tal limite diz respeito à resistência humana frente à contaminação que volta para si, quase de maneira suicida, pois, diferente dos outros seres vivos, sua capacidade de adaptação por mutação é muito mais lenta. Abaixo desse limite mínimo de salubridade, a espécie está fadada à extinção. A atenção no consumo, a separação do material descartado, bem como a coleta seletiva e posterior reciclagem são questões de domínio público, mas nem sempre colocadas em prática.

O que se constata é que o lixo retorna para a natureza. A história humana, portanto, não é uma linha reta traçada da natureza à cultura. Trata-se de um círculo, que gira da natureza à cultura, da cultura ao lixo, do lixo à natureza e assim por diante. Um círculo vicioso. (FLUSSER, 2007, p:61).

3 Design Universal Social Ecológico Informativo Utópico

Os designers têm o privilégio de participar da gênese dos produtos e processos industriais que podem facilitar a transição do sistema (sócio-econômico) atual para um desenvolvimento sustentável. Denis constrói uma metáfora para o dilema da prática do design atualmente, afirmando que este profissional se encontra 'justamente na falha entre essas duas placas tectônicas do mercado e do meio ambiente', não podendo assim, escolher para qual lado pender, até porque, aproveitando a metáfora, em um momento de terremoto, 'as pessoas acabam recorrendo ao designer para projetar soluções capazes de conciliar esses dois pólos aparentemente irreconciliáveis' (DENIS, 2000:210).

Neste sentido, para nortear o fazer daqueles que trabalham especificamente com impressos, o Institute for Sustainable Communication desenvolveu, em parceria com a AIGA e a Anderson Lithograph, o guia 'Print Design and Environmental Responsibility'. Publicado na sétima edição do periódico 'AIGA Design Business and Ethics', nele estão descritas propostas para a busca do equilíbrio entre crescimento econômico e degradação do meio ambiente, apontando como crucial o comprometimento do designer gráfico neste princípio de transição, tomando tal causa como base essencial de seu projeto e afirmando uma função profissional de multiplicador para tal consciência.

Ao considerar o designer enquanto consultor confiável em relação à imagem e comunicação de seus clientes, estimula ainda que se tome partido do tema, trazendo-o à tona, bem como estão fazendo algumas grandes empresas. Portanto, no contexto atual, seria imperativo responder às necessidades dos clientes pensando naquilo que é mais apropriado para o ambiente, além de projetar, produzir e consumir impressos, como cidadão responsável, a partir de tais pressupostos. Longe de apresentar a relação do design com o desenvolvimento sustentável como utópica, o guia indica caminhos a serem trilhados e exemplos de êxito. Seu grande feito é desmistificar algumas afirmações sobre o tema e estimular uma tomada de posição para liderar um desafio que compreende elementos estruturais do trabalho do design

gráfico: forma e conteúdo. Pois soluções visualmente atrativas e funcionais podem acabar cativando mais facilmente do que um discurso ideológico, e gerar importantes decisões no âmbito econômico, social e ambiental.

É claro que os caminhos indicados são soluções que funcionam em economias diferentes da brasileira, ou da América Latina em geral, pois nos países europeus, bem como no Canadá já estão instituídas vias reguladoras para as gráficas e proibições severas de uso de materiais tóxicos ou de difícil reciclagem. Enquanto iniciativas semelhantes ainda não são realidade em outros países, se faz necessário soluções emergenciais, que podem causar estranhamento, bem como serem rotuladas muito facilmente, por um caráter empreendedor e inédito, mas 'não resta dúvida de que a total falta de certezas do momento histórico presente oferece uma grande oportunidade para que designers apresentem projetos de futuro e lancem novas bases ao exercício da profissão no século XXI' (DENIS, 2000, p:210).

O momento é propício para reciclar principalmente alguns conceitos, pensando no futuro do design feito fora das potências econômicas. Ao desejar sair do seu subdesenvolvimento imitando os modelos das sociedades industrialmente avançadas, o design latino-americano se distanciou progressivamente da ideologia da boa forma, entretanto, seu discurso, representa, cada vez mais, a 'racionalização de uma práxis profissional que quer lançar cortinas de fumaça para obscurecer suas contradições' (LAURES in SELLE, 1973, p:iii), pois apesar de estar ciente de ter tomado o destino errado ao adotar um conteúdo descontextualizado, está preso na própria armadilha, já que

[...]os objetos do bom design, que parecem justificar a prática dos designer hipoteticamente progressistas, não são mais - se analisados a fundo - que o resultado do reconhecimento das exigências do design como movimento cultural com função social, diante dos condicionantes da Indústria em uma sociedade de consumo (LAURES in SELLE, 1973, p:iii).

A consciência de que 'a Indústria, definitivamente, converteu o Design' (LAURES in SELLE, 1973:iv), evidencia o argumento insidioso da reinterpretação da Teoria do Design. Esta que já não é mais uma ideologia há muito tempo, mas 'uma racionalização de um feito: a legitimação de projetos que não cumprem nenhuma função social'. O design se converteu então na 'justificativa ideológica do consumismo', dando a impressão de, que, como afirma Baudrillard 'a boa forma redime os objetos de seu rol alienante' (apud SELLE, 1973:69), convertendo-se assim em 'uma utopia, mas pejorativa, falsa e ideológica, que reside na confiança cega de converter a indústria na própria função social do design'. Como se a boa forma fosse a razão de ser do design, na multiplicação de elementos de excelência formal, mas apartados da realidade, para servir à sociedade em sua necessidade 'cultural' de consumo.

Segundo Laures, 'quando o design tem uma autêntica intenção utópica cumpre sua função social', mas quando a essa autêntica utopia é outorgada uma positividade, ela automaticamente deixa de ser utópica. Propor um design com intenção utópica significa preencher de positividade a utopia, já que o objetivo do projeto é a sua execução, ou seja, encontrar meios para que este projeto seja viável para a sociedade existente. Pensar em sustentabilidade é como pensar no planeta enquanto um organismo vivo que se pretende manter saudável, entretanto, para que esse intento tenha êxito pode ser necessário acelerar o metabolismo dos seres humanos e desacelerar o metabolismo econômico. A aceleração do metabolismo humano se dá através da alimentação e de um cotidiano não sedentário; essa mudança que parece banal seria um grande salto para a sustentabilidade ocorrendo de maneira coletiva. A desaceleração do metabolismo econômico é um pouco menos difundida, e tal prescrição pode render algumas longas discussões.

É fato que o sistema produtivo tem muito a pagar por ter se excedido ao explorar o ambiente, sugando seus recursos e poluindo-o sem respeitar seus limites. Mas também devemos considerar que as sociedades que se desenvolveram sob a ideologia do consumismo criaram uma cultura a partir de artefatos, o objeto material tem um valor afetivo, portanto não estamos mais no plano da economia, mas no fosso psicológico. Na área do design, Manzini é um dos autores que preenche de positividade a utopia do design para produtos sustentáveis e considera esse período de questionamentos como uma transição a fim de que possamos

'construir a base para uma grande variedade de sociedades sustentáveis, diferentemente organizadas e fundamentadas em valores diversos' (MANZINI, 2002:42). O que significa projetar novos sistemas de relações de acordo com as realidades locais e não apenas importar conceitos que deram certo sem medir as suas consequências em distintos meios.

À ideia de transição é adicionada outra, a de escolha, pois uma mudança efetiva só é possível caso as pessoas realmente desejem que ela aconteça. São essas escolhas que vão fundamentar os diferentes 'cenários' como fruto de atitudes para 'gerar novas condições de bem-estar' (MANZINI, 2002:45). Nessa transição o designer pode agir formulando estratégias, já que não é apenas a forma final que deve ser projetada por ele. Suas estratégias devem estar em consonância com a redução do uso de recursos naturais de maneira satisfatória para todos, principalmente para quem produz, levando em conta que 'livremente, ninguém vai escolher seguir numa direção em que o ponto de chegada é considerado pior do que o de partida' (MANZINI, 2002:46). Para que este tipo de comportamento seja possível, o designer deve compreender as relações entre sistema de produção, consumo e ambiente; os diversos atores inseridos no desenvolvimento do produto; bem como os demais que se envolvem com o seu ciclo de vida.

É evidente que, com critérios que considerem todo o ciclo de vida de um produto, a atividade projetual se torna ainda mais complexa (além de interdisciplinar). De fato, temos que considerar outros requisitos (os ambientais, é claro) e, ainda, estender essas considerações a todas as outras fases e a todos os atores envolvidos no ciclo de vida de um produto (MANZINI & VEZZOLI, 2002, p:287).

Lembrando a complexidade atingida nas relações atuais, em um cenário que ainda não é favorável para um projeto livre de impacto ambiental, o design nesse momento não poder ser qualificado efetivamente como 'sustentável', pois funciona enquanto sugestão de alternativa para a sustentabilidade, e suas estratégias devem ocorrer em dimensões tanto econômica e produtiva, quanto social e cultural. A suficiência pretendida é de impacto inexistente ao ambiente, traçando caminhos como a 'não-interferência' aliada à 'biocompatibilidade', bem como a desmaterialização dos produtos e serviços. Na dimensão econômica e produtiva uma das sugestões mais polêmicas é a desmaterialização dos produtos. Com a progressiva evolução das tecnologias, ela pode ser vista como uma consequência natural dessa ordem evolutiva. A proposta sustentável idealiza a diminuição gradativa nas dimensões dos produtos, cada vez mais leves, entretanto com mais conteúdo. O que não parece tão absurdo se voltarmos nossos olhos para o passado e observarmos de que forma essas mudanças têm ocorrido sem gerar grandes traumas à sociedade de consumo. Um exemplo até bem recente foi o que aconteceu com a indústria fonográfica, como lembra Denis,

[...]entre as décadas de 70 e 80, certos designers gráficos fizeram sua reputação e seu pé-de-meia projetando capas de disco para grandes nomes da música popular brasileira. No entanto, de lá pra cá, não só encolheu o mercado como também o espaço físico de expressão. A troca do longplay (LP) para o CD reduziu a cerca de um quarto a área disponível para o trabalho do designer que deixou de contar com a indústria fonográfica como veículo de projeção profissional e também como campo para ganhos financeiros significativos (2000, p:69).

Hoje a música, que nunca foi material, tende a desvincular-se cada vez mais de sua característica de conteúdo em determinado objeto. A relação do usuário com a música se alterou, e parece natural comprar uma música na internet ou escutá-la em uma rádio personalizada, principalmente àqueles que já não tiveram contato com as bolachas pretas de vinil. Outra relação alterada com a tecnologia pode ser observada no campo da fotografia. Mesmo com a popularização da fotografia a partir da possibilidade de adquirir e trocar filmes, usando câmeras automáticas, ainda existia algum zelo pelo momento do registro, o instante fotográfico. Atualmente, com as câmeras digitais, mesmo em preços nem sempre tão acessíveis, a imagem sofreu uma banalização. Todo momento é momento a ser registrado, editado e se possível veiculado na internet. A venda dos filmes decaiu, e estes estão prestes a transformarem-se em artigo de luxo, como era o processo fotográfico analógico em seus primórdios. Essas mudanças tecnológicas desencadeiam mudanças culturais com consequências que muitas vezes são tão imprevisíveis quanto as consequências da descoberta do fogo.

Uma das maiores vantagens da tecnologia digital sobre a analógica é esta possibilidade de editar informações. Diferente de um material impresso no qual um pequeno erro pode comprometer toda uma tiragem, a informação virtual pode ser alterada e principalmente atualizada de acordo com a necessidade. Em vez de emitir-se uma fatura a cada mês no banco, essa informação pode ser acessada em um terminal eletrônico ou via internet. Em vez de reimprimir-se uma série de cartazes devido a uma alteração de data ou mudança de endereço de alguma atividade periódica, são enviadas malas diretas via correio eletrônico para um público específico. É fato que essas informações acessadas, que estão 'guardadas' em um espaço virtual, também acabam sendo desprezadas, mas utilizam menos energia no seu processo de fabricação.

[...]Isso nos leva a pensar na segunda lei da termodinâmica, que diz que toda matéria tende a perder sua forma (informação). Esse princípio também é válido (embora de modo menos impressivo) para objetos de uso imateriais: eles também vão para o lixo. Estamos começando a nos tornar cada vez mais conscientes do caráter efêmero de todas as formas (e, conseqüentemente, de toda criação). Pois os dejetos começam a obstruir nosso caminho tanto quanto os utilitários (FLUSSER, 2007, p:198).

O ciclo de vida de um produto para a sustentabilidade diz respeito a essa consciência.

No meio do caminho tinha uma pedra...

A solução de um problema, para o design, normalmente é materializada em um objeto, que no design gráfico costuma ser um impresso. Flusser atenta para a ironia etimológica que aproxima enquanto sinônimos os dois termos: 'Um objeto é algo que está no meio, lançado no meio do caminho (em latim, obiectum; em grego, problema)' (2007:194). A cultura material não é formada apenas por aquilo que consumimos, mas também por aquilo que usamos. 'Aquele que projeta objetos de uso (aquele que faz cultura) lança obstáculos no caminho dos demais, e não há como mudar isso (assim como também não é possível mudar o propósito de emancipação do projetista)' (FLUSSER, 2007:194).

Quanto menos o designer de hoje se preocupa com as especificidades do seu projeto, mais restrições deverão ser herança das gerações futuras, não só de designers.

Deve-se, no entanto, refletir sobre o fato de que, no processo de criação dos objetos, faz-se presente a questão da responsabilidade, e exatamente por isso é que se torna possível falar da liberdade no âmbito da cultura. A responsabilidade é a decisão de responder por outros homens. É a abertura perante os outros. Quando decido responder pelo projeto que crio, enfatizo o aspecto intersubjetivo, e não o objetivo, no utilitário que desenho. E se dedicar mais atenção ao objeto em si, ao configurá-lo em meu design (ou seja, quanto mais irresponsavelmente o crio), mais ele estorvará meus sucessores e conseqüentemente, encolherá o espaço da liberdade na cultura (FLUSSER, 2007, p:196).

Um problema comum é o barroquismo como sinônimo de design quando a linguagem gráfica não diz respeito ao que se refere. É preciso atentar para a harmonia e coerência entre processo, usuário, forma, cor, temperatura e textura dos materiais, já que 'são igualmente parte do mesmo meio ecológico' (REDIG, 1983:69). Como atualmente o design gráfico não é apenas impresso, a sua singularização se dá por uma linguagem gráfica, na combinação desses elementos que acabam caracterizando épocas e lugares.

Alguns importantes designers gráficos brasileiros, que têm projetos reconhecidos como relevantes para a história do design nacional, são designers dos grandes centros urbanos. Nestes ambientes identidade é muito mais cosmopolita do que local, e é de se pensar também se este conceito de identidade cosmopolita não foi construído pelo próprio design aliado à arquitetura e suas influências europeias, sem ter de fato uma intencionalidade de sê-lo. Cidades como Montreal, Berlim e Buenos Aires receberam o título de 'Cidade do Design' atribuído pela UNESCO, mas não partilham necessariamente da mesma linguagem visual.

4 Design e Ambiente: esclarecimento de paradigma

O design gráfico possui teoria e prática ocasionalmente contraditórias, nem mesmo a definição 'design gráfico' é de todo aceita pelos profissionais da área, utilizando diversas outras denominações, por vezes mais restritas e por outras mais abrangentes, tais como 'arte comercial', 'programação visual' e 'comunicação visual'. A definição 'arte comercial' delimita o campo do design gráfico à identificação e divulgação de produtos comerciais; enquanto a 'programação visual' tem definido algumas habilitações nas graduações em desenho industrial como contraponto bidimensional à habilitação que se refere a produtos tridimensionais; já 'comunicação visual' abrange não apenas o design gráfico impresso ou virtual, mas também outras áreas como cinema, ilustração e televisão, com os quais o design está relacionado, mas não são especificamente canais que lhe caracterizam.

Just do it! O papel do design gráfico

Na interpretação do coletivo de design portenho Jopo de Gomina, o emprego que tem sido dado ao design gráfico separa a prática em três funções básicas: cultural, social e mercantil. Sendo a primeira defendida como revisão semântica a segunda como proposta de estruturas e a última como um modo de apaziguar a consciência. Em uma sociedade cada vez mais urbana e individualista, a busca por consenso, seja quanto ao modo de se vestir, o que comer ou quanto às atividades de lazer 'não é mais que uma maneira de burlar as capacidades de escolha' (LEDESMA, 2003:11).

Frente a tal situação o designer gráfico deveria atentar às necessidades básicas humanas e deixar a cargo dos publicitários o discurso persuasivo característico desta função mercantil, mesmo quando este se trata de campanhas governamentais, como é o caso dos impressos ou vídeos para divulgação de vacinação e cuidados no trânsito, só para citar alguns exemplos. A ideia de ser interdisciplinar não é a dissolução da própria disciplina, mas a busca por ferramentas externas ao design que possam enriquecer a sua prática. Se pensarmos em profissionais que trabalham em escritórios de comunicação, conseguimos vislumbrar designers gráficos entre publicitários e jornalistas, entretanto, a formação do designer gráfico abrange, além de comunicação verbal, questões projetuais e fundamentos da linguagem que atentam para o visual. O design à serviço da sociedade pode acabar se perdendo em meio a essas parcerias com outros profissionais, e muitas vezes o que o designer poderia fazer acaba sendo feito de maneira improvisada por aqueles que se vêem frente a uma lacuna informativa.

Já apresenta-se como característica do design gráfico deste século (XXI) uma retomada de consciência. Esse design à serviço da sociedade é ainda um eco do manifesto First Things First, que pouco se faz valer devido à fraqueza dos designers como empreendedores, voltando-se preferencialmente a interesses privados por esta ser uma demanda com uma profusão de serviços e retorno financeiro mais seguro. A discussão do manifesto hoje se faz presente nos trabalhos que demonstram os

[...] limites nublados entre disciplinas; a importância do conteúdo; o impacto de tecnologias avançadas; o desejo de conexões emocionais; as limitações ditadas pelos programas de composição; a descrença em relação ao comercialismo; a crescente quantidade, complexidade e aceleração da informação; a necessidade de simplificação e (último, mas não menos importante), a necessidade de relevância ética. (FIELL, 2001, p:5-6).

Maslow, no final dos anos de 1960, esquematizou as necessidades humanas fundamentais em uma pirâmide, duas décadas depois, Redig sugeriu, também esquematicamente, uma série de aplicações do design em geral, baseado em alguns benefícios a essas necessidades (REDIG 1983:77). Cruzando tais informações e tendo como foco o design gráfico, formamos um tabela (anexo 01) que orienta a alguns tipos de projetos a serem implementados.

Em relação à segurança são apontados projetos instrutivos, sobre construção, formulários, documentos, relatórios e impressos, sinalização ou imagens sequenciais para orientação sobre o uso de redes de transporte. Segundo Redig o designer deve participar no

[...]planejamento, e projeto de elementos - objetos e imagens - que integram a estrutura material básica da população, responsabilizando-se assim pela configuração formal dessa estrutura, por

seu processo de produção, pela sua economicidade, e pela adequação dos recursos naturais e às condições, fisiológicas, psicológicas e sociais da população a que se dirige (1983, p:72).

Ao buscarmos no design gráfico, quando veicula mensagens não alienantes, uma intersecção com as necessidades humanas, vamos perceber a amplitude de serviços a serem prestados nesses sentidos. É interessante ressaltar que as necessidades intermediárias relacionadas à estima e relações sociais têm sido trabalhadas estrategicamente no campo da publicidade, utilizando a linguagem eufórica do mundo corporativo para atrair públicos específicos através da subjetividade, dos sentimentos.

Não muito diferente do homem primitivo que empregava apenas o fogo a fim de suprir boa parte de suas necessidades (ao menos fisiológicas e de segurança), o homem atual necessita do design em diversas esferas do seu cotidiano, desde a inscrição do nome da rua onde vive até identificar o prazo de validade da fonte de proteína que consome. Através da compra, em nossas escolhas de consumo, muitas vezes influenciadas pelo design, também estabelecemos uma relação política com o mercado, pagamos por produtos e por sua permanência, para que sejam reabastecidas as prateleiras quando voltarmos em sua procura, como um voto de confiança. No documentário '11th hour', Gloria Flora comenta sobre a importância do consumo e sua visível função política ao afirmar que

[...] qualquer pessoa, com qualquer idade pode votar, todo o dia em que pagamos por algo, toda a vez que deixamos dinheiro em um caixa para comprar alguma coisa é como se estivéssemos dizendo: eu aprovo esse objeto, eu aprovo como ele foi feito, os materiais que aqui estão presentes e o que vai acontecer quando não precisar mais dele e desprezá-lo.

À ideia de necessidade humana o contexto contemporâneo agregou o termo 'necessidade social', com a finalidade de justificar o consumo e suas consequências como feitos desenvolvimentistas. Dependendo da retórica, a questão se torna bem lógica: com o design gráfico no meio publicitário soluciona-se a necessidade de compra e venda, além do adicional simbólico das marcas de prestígio que diferenciam e personalizam os objetos, assegurando um equilíbrio às leis de oferta e demanda. Enquanto estivermos consumindo garantimos a produção, e enquanto se produz existem empregos estáveis, desenvolvimento empresarial, exportação, entre outras coisas. 'As necessidades sociais são inteléguas, eufemismos, abstrações criadas pelos grupos de poder para esconder a sua verdade constitutiva: existem tantas necessidades sociais quanto classes e setores, todos com interesses antagônicos' (LEDESMA, 2003:10) que vão muito além das necessidades básicas humanas.

Referências

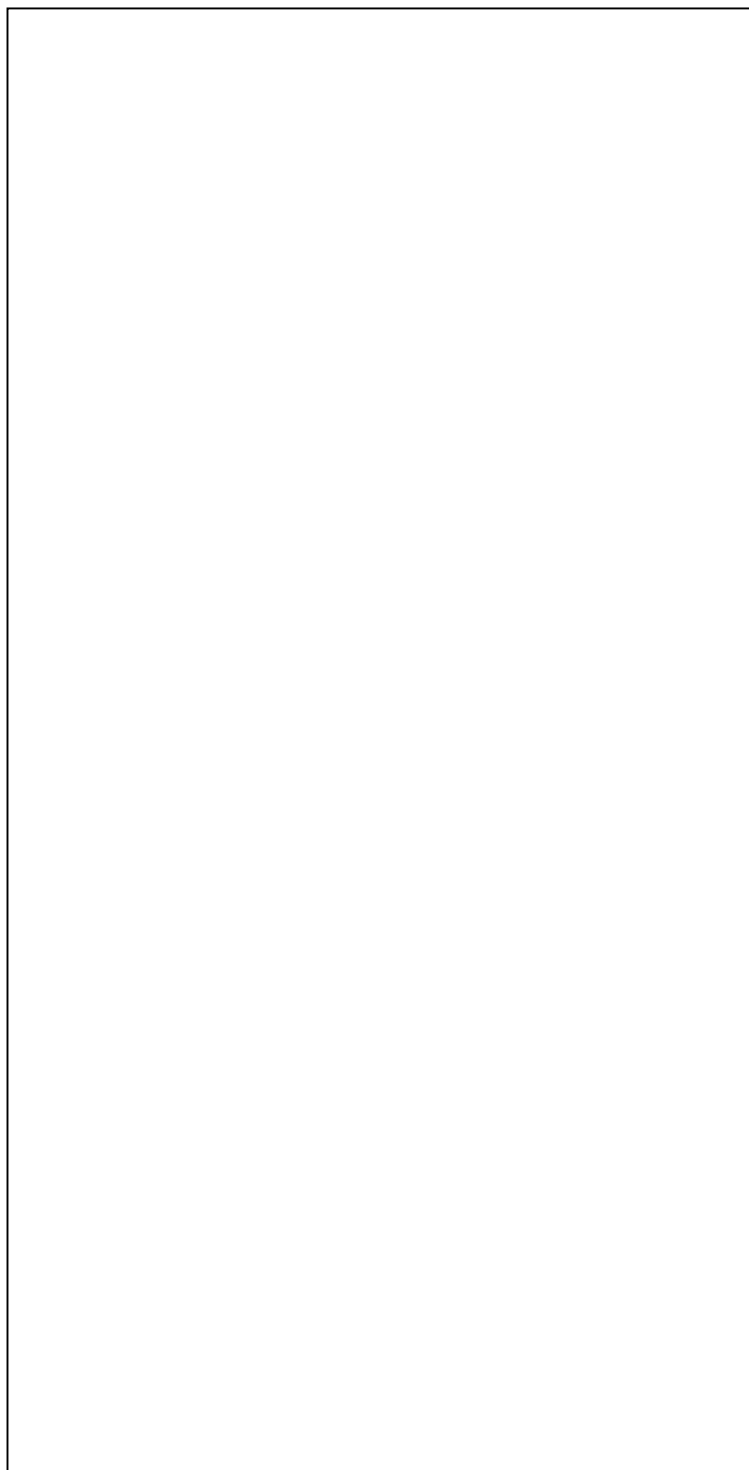
- AIGA 2007. AIGA & Anderson Lithograph. Print Design and Environmental Responsibility. In: *AIGA | the professional association for design*.
<http://www.aiga.org/resources/content/3/5/9/6/documents/aiga_7sustainprint_07.pdf>, 20/08/2007
- Denis, R. C. 2000. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgard Blücher.
- Federovisky, S. 2007. *Historia del medio ambiente*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Flusser, V. 2007. *O mundo decodificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. Organizado por Rafael Cardoso e Tradução de Raquel Abi Sâmara. São Paulo: Cosac Naify.
- Ledesma, M. 2003. *El Diseño Grafico, una voz publica (de la comunicacion visual en la era del individualismo)*. Buenos Aires: Argonauta.
- Coletivo Jopo de Gomina. 2007. Comunicação no evento TMDG. Mar del Plata, Argentina.
- Manzini, E. & Vezzoli, C. 2002. *O desenvolvimento de produtos sustentáveis: Os requisitos ambientais dos produtos industriais*. Tradução de Astrid de Carvalho. São Paulo: Edusp.
- Redig, J. 1983. *Sentido do Design ou Desenho Industrial ou Desenho de Produto e Programação Visual*.

Rio de Janeiro: Imprinta.

_____. 2005. *Sobre desenho industrial (ou design) e desenho industrial no Brasil*. Porto Alegre: Uni Ritter.

Veiga, J.E. 006. *Meio Ambiente & Desenvolvimento*. São Paulo: SENAC.

Anexo 01



i Universidade Federal de Pelotas, Brasil <prangela.designer@gmail.com>