

Design Sustentável: diálogos

Sustainable Design: dialogues

Bento Gustavo Pimentelⁱ

design sustentável, mercado, decadência, necessidade, design social

Este artigo tem como objetivo expor da relação do design em um recorte local Amazônico, paradigmas de produção tais como o desenvolvimentista clássico e o sustentável. A dinâmica de sua construção assume os contornos da relação ação, reflexão/ ação, tomando como base, pontos centrais do debate encenado em recentes eventos da área do design realizados em âmbito regional e nacional, dialogando-se com a rotina universitária das disciplinas acadêmicas e estágios exteriores. A incompatibilidade ideológica entre a problemática social e o design nos leva a temer por sua inviabilidade sustentável. Para esta resolução, são apontadas reflexões sobre caminhos formantes de uma filosofia de mercado, que, na concretização do produto, re-escreva as necessidades profundas da sumária demanda existente.

sustainable design, market, decayment, need, social design

This article aims to explain the relationship of design in a Amazonian local cut, production paradigms such as classical developmental and sustainable. The dynamics of its construction assumes the contours of the relationship between action, reflection / action, based on central points of debate staged in recent events in the area of design made at the regional and national dialogue with the academic routine of disciplines and external activities. The ideological incompatibility between social problems and the design leads us to fear for their sustainable viability. For this resolution, are pointed reflections on ways formants of a market philosophy, which, in delivering the product, re-write the deeper needs of the summary demand.

1. INTRODUÇÃO

Este texto é uma exposição do avanço em estudos e trabalhos na área de design¹, dentro de uma proposta crítica de análise da atual concepção da sustentabilidade² aplicada ao design, projetado pelos Meios de Comunicação de Massa, MCM³. Pretendeu-se adotar neste estudo uma ótica filosófica tendo como experiencial a real necessidade produtiva detectada quanto á modelos palpáveis de experimento, possibilidades de produtos sustentáveis dentro do Curso de Bacharelado em Design - Habilitação em Projeto de Produto na Universidade do Estado do Pará, bem como contradições, e questões que foram pontuadas tendo como referências reflexões geradas em debates, articulados em eventos locais e nacionais que tiveram como pauta os pontos mais candentes da área.

Participante desses encontros, como debatedor ativo e integrante de grupos regionais e nacionais nessa área, realizou-se esse estudo pretendendo-se retomar questões apresentadas

¹ Banner exposto no 'V FORPEEXP', Fórum de Ensino, Extensão e Pesquisa, apresentação como Palestrante na "IV Fórum Bienal de Pesquisa em Arte", ambos ocorridos no Estado do Pará, e participação no "VI Encontro Regional de Estudantes de Design do Norte e Nordeste", ocorrido na Paraíba, todos no ano de 2008.

² Entendida aqui como uma plataforma teórica para criação de produtos e serviços em design, idealizadas para serem sustentavelmente: rentáveis, produtivamente dentro dos novos parâmetros de conservação ambiental, e socialmente inclusoras.

³ BARBOSA, Walmir de Albuquerque. PINTO, Lúcio Flávio. NASCIMENTO, Fernando. LIMA, Regina Lúcia, nome IN: *SEMINÁRIO CULTURAL DA AMAZÔNIA* (Versão 09.03.2004), Belém (PA).

e contradições mais tocantes, os pontos focais dos debates, e outros que passam a ser valorizados na construção destes trabalhos como fruto de reflexões. Portanto, a abordagem apresentada está sustentada numa postura crítico-dialética, pois contextualiza o tema abordado, onde a produção científica é vista como resultado da intervenção humana em seu tempo histórico a favor de transformações sociais e tendo conflitos e acertos em sua condição concreta e real.

A necessidade de trazer à tona uma discussão sobre o tema do design sustentável – e por consequência sobre tendências como o design social⁴ - se dá no intento de revelar uma realidade em termos práticos do campo de estudo, que tem mostrado a inviabilidade material dos projetos, os quais se encontram sem recursos, orientação e organização no espaço acadêmico na referida área de pesquisa, planejamento dos protótipos e sua materialidade.

A compreensão que o texto assume da propaganda é de uma abordagem alienante, marcada pelo mau uso da publicidade. Quanto a aplicação que esta faz da sustentabilidade, vê-se a necessidade de abordar o aspecto ideológico por conta da hipótese de uma insuficiente leitura realizada à primeira vista a respeito do tema. A partir do estudo da forma de viabilização ao usuário, demonstrada em modelos de análise marxista (que apesar de serem consideradas nulas ferramentas práticas em produção ou construções sócio-políticas, ainda são a base para análise das mazelas sociais em certo recorte conjuntural), concebe-se esta exposição publicitária do tema como alienatória, mediando a responsabilidade real dos eixos produtivos e governamentais por uma abordagem em nível comunicacional dualista e superficial ao espectador, ao usuário, indivíduo, sujeito. Nós.

Espera-se que este venha contribuir para a formulação de alguns diagnósticos necessários, pelo fato de suas bases terem sido discutidas de forma paralela à construção do mesmo, em eventos tais quais o IV Fórum Bienal de Pesquisa em Arte, de onde resultam muitas das reflexões retomadas aqui. Muitas das alterações desta última versão se fizeram necessárias em decorrência da dificuldade de esclarecer o método científico aplicado, o formato na qual a literatura deveria ser desenvolvida, a transcrição já analisada de tais debates e a reflexão das mesmas.

O método científico aplicado aqui é denominado exploratório. O texto fora concebido inicialmente para ser direcionado à uma comunidade científica objetivada nas ciências sociais, partindo de uma narrativa construída em campo ou em diálogos com categorias da comunidade científica, estudantil ou pós-graduada. O objetivo é lançar luz sobre necessidades conjunturais da região, indicando pontos nevrálgicos deste desenlace de método em ação descrita e reflexão, embasada pela necessidade de uma ferramenta sustentável de produção em design.

Com a intenção exposta acima - levar em conta eventos realizados no ano de 2008 e 2009 em Belém e no Brasil, tais quais: V Fórum de Ensino, Pesquisa e Extensão do Pará, VI Encontro Regional Norte e Nordeste de Estudantes de Design (ocorrido na Paraíba), IV Fórum Bienal de Pesquisa em Arte, Programa de Vivência Estudantil Pró-Campo II, Primeiro Encontro de Possíveis Multiplicadores promovido pela associação Design Possível em São Paulo, e Primeiro Simpósio Técnico-Científico do Setor Joalheiro de Belém.

2. PRIMEIRAS EXPOSIÇÕES

Antes de iniciar a descrição da primeira etapa do estudo, é preciso conceituar o estado da Arte e Design Sustentável em uma plataforma transversal, aonde o valor enunciado e a viabilidade, flertam e refletem socialmente em minúcias características locais.

O aspecto da arte em Belém não se faz radicalmente distinto em relação ao de outros espaços da América Latina, que possuem um ambiente propício ao surgimento de tendências

⁴ Que é a abordagem sócio-produtiva em que a matéria-prima para criação de produtos e serviços é uma conjuntura social, dada em vista de suas mazelas e conflitos de fundo estrutural.

modernistas afastadas do centro. No entanto, é preciso esclarecer que este fator tem um potencial de ineditismo incomum, peculiar e geneticamente ligado a era Biológica⁵, que precisa ser colocado de forma objetiva e sucessivas vezes à prova pelas linhas evolutivas da função artística experimental na Modernidade Líquida⁶ (2009), conceito utilizado por FRANCHI (informação verbal). Os períodos do Modernismo e o posterior na Arte são objetos de pesquisa protagonizantes ao entendimento da ferramenta inovadora em Design (e de forma intrínseca em Design Sustentável), profundamente exposta por seus autores. Porém, este artigo não pretende adentrar neste objetivo de forma detalhada, ao menos no seguinte direcionamento: se o Design está presente em várias formas evolutivas da Arte, é preciso que o vocábulo do ineditismo aponte o tema da Sustentabilidade, com vigor à altura, aproveitando seu conteúdo ideológico e político, de forma a cumprir sua função social.

De frente a esta importância da temática acerca do Sustentável com o instrumento Design ou instrumento Arte, vê-se a necessidade do diálogo transversal com várias outras áreas tanto quanto importantes, tais as ciências econômicas e sociais. Mais adiante expor-se-á de forma denotativa as questões de um cenário sobre o ensino – do ponto de vista do alunado – em uma abordagem cronológica pontuada pela prática e motivada na necessidade de um prefácio para as posteriores explicações. Como primeira experiência expositiva, se transforma e ao mesmo tempo se aperfeiçoa, tentando amadurecer durante este artigo inteiro. Para tal, utilizar-se-á uma cronologia de exposição em eventos já nomeados na introdução deste artigo.

Por ocasião do V FORPEEXP, Fórum de Pesquisa, Ensino e Extensão em Agosto de 2008, apresentou-se um banner informativo denominado: 'Criação de produtos com bases sustentáveis e empréstimo visual do imaginário amazônida', contendo duas listagens de tópicos, uma com reflexões básicas de inserção do design sustentável no âmbito da empresa, e outra contendo outros temas para reflexão, direcionados à comunidade de estudantes de design.

O cenário da questão abordada é em termos gerais a incoerência da possibilidade de estagnação dos paradigmas de produção industrial, num bioma em que seus participantes modificadores ativos anseiam por melhoras imediatas e reais na qualidade de vida, de forma horizontal, tendo em conta a posição estratégica que a Amazônia exerce no cenário global do tema e sua própria existência, bem como os aspectos positivos de relevância sobre tais possibilidades.

Claro que, uma forma mais correta com o legado que a pedagogia oferece (bem como de bom e comum senso de indicar-se o melhor caminho para alcançar estes objetivos), seria investir em primeiro lugar no âmbito educacional, de forma interventiva assim como em outras áreas, uma vez que a situação está dentro da *triple-bottom-line*⁷, de forma a intervir estruturalmente dentro do problema. Porém, como na ocasião o modelo do trabalho a ser exposto tinha como sua principal função a agilidade e praticidade informacional do marketing (um *banner*), praxes comuns à funcionalidade do designer, foram pontuados outros temas a serem delegados e direcionados às empresas que desejariam trabalhar com este modelo de produção, a sustentável.

Consecutivamente foi ressaltada também a inserção desta possibilidade produtiva dentro da gestão de Riscos Corporativos da Empresa (*Enterprise Risk Management*⁸), que nada mais

⁵ 2006, BÜRDEK.

⁶ Por ocasião de proferimento da palavra no Primeiro Simpósio Técnico-Científico do Setor Joalheiro de Belém, Agosto de 2009.

⁷ Expressão em desuso que simbolicamente representa um interruptor em série que quando apertado, se estende efetivamente em outros botões de forma simultânea, uma forma de ver metaforicamente problemas estruturais que devem ser resolvidos de forma conjunta.

⁸ Conceito abordado pela Price Waterhouse Coopers, consultora tradicional inglesa que também oferece serviços grátis online pelo site WWW.pwc.com.br Acesso em Agosto de 2008.

⁹ Aldo Leopold foi um dos pioneiros a suscitar este ponto, intermediando as relações entre a comunidade ecológica como (conceito coletivo biológico básico) e *ética*, fundamentado nas relações

são do que o cerne mais delicado dentro da administração, o das prioridades que cada empresa possui e exigem por sua vez: estratégias, técnicas, instrumentos de identificação, mensuração, tratamento e planos de ação de modo a traduzir em fenótipo lucrativo, certa problemática, como por exemplo, de âmbito residual do produto obtido, ou até mesmo uma opção por matéria-prima reaproveitável.

Outros tópicos mencionados foram a inserção das clássicas ISO, Organização Internacional para Padronização 14000 e 14001, que dão conta das normatizações produtivas no âmbito do meio ambiente, paralelizadas unidirecionalmente ao conceito de Bioética postulado por Aldo Leopold⁹, que estendem a ética de seus limites morais do homem á toda comunidade do bioma terrestre de forma horizontal.

Em outro ponto do banner, considero importante a inclusão integrada dos comércios locais em escala global, a exemplo da categoria manufatureira aplicada aos vasos e outros artefatos da cerâmica local. São inegáveis os benefícios de um comércio internacional justo, por isso, aponto a venda para exportação como estratégia integrante informacional do banner no seguinte dado: 'de 2001 a 2007 cresceu no Brasil em cerca de 43% a importação da categoria manufatureira no mercado internacional, segundo a consultora via web Langer¹⁰, uma vez que o usuário logo imaginaria a que destino essa produção está sendo direcionada bem como os dados relativos ao surgimento de novas empresas e crescimento da credibilidade brasileira no mercado manufatureiro.

Como exemplo de público-alvo a ser focalizado e estudado para segmentação deste mercado, fora utilizado o caso da publicação denominada '*LOHAS Journal*', publicação destinada ao cliente dos produtos da LOHAS, um acrônimo em língua inglesa de '*Life of Health And Sustainability*'¹¹, no intento de conceituar e categorizar nos possíveis detalhes as possibilidades de criação e ação em um nicho de mercado e todas as suas instâncias, desde os trajés até o sistema de coleta de detritos.

Em uma releitura atualizada sobre a posição de mercado produtivo artesanal, e a possibilidade estratégica em que se configurava esta contextualização da função designer e artesão em meados de 2008, é possível dizer-se hoje que a mesma seria em demasiado arriscada, em função da atual crise financeira que abala o mercado exportador, e sua direta ligação com a produção vigente local manufatureira ou de agronegócio¹², pondo em risco investimentos nesse setor. Portanto, haveria de se criar outra saída estratégica que pudesse vincular este tripé.

Do ponto de vista do marketing estratégico, foi utilizada uma abordagem de design baseada em sua terminação etimológica, para frisar a relevância de se produzir um desenho industrial forte, com identidade e estratégico, pensado na sua poética de criação para fortalecer o ramo a partir da viabilização estética em um ponto de fuga direcionado à produção industrial, com conservação da poética (lógica-poética/ supra-lógica¹³) de elaborar a metáfora de origem do

das espécies, se neste índice ético, estiver o *amor* como fundamento. Vê-se aqui que, a relação identificada por ele como *amor* no fundamento ético, significa para outros o *cuidado*, partindo da condição humana para a criação de condições de uma convivência igualitária e a própria sobrevivência do planeta.

¹⁰ LANGER, Alexandre. *A evolução do comércio eletrônico*. LANGER Consultoria Empresarial. Site: <http://estrategiavarejo.blogspot.com>. Acesso em Agosto de 2008.

¹¹ <http://www.lohas.com/>

¹² Segundo matéria da publicação *EXAME*, em *Edição Especial Para onde vai o consumo*, ANO 43, n.6, edição 940. 8 de Abril de 2009. Consulta em 06.05.2009.

¹³ Conceitos filosóficos de fundo platônico, Cf. *Passepartout! Secolo XXI, Viaggia in Italia parte 03*, gentilmente cedido pela professora Roseli Sousa. Exibição em Agosto de 2008.

produto com criatividade e inovação. A proposta era interligar essas informações relativas à gestão, desenvolvimento social, bioética e mercado.

A descrição apresentada acima exhibe a tentativa de se criar uma linha de raciocínio prática para o design sustentável, usado em um intento emocional (o que vale uma ressalva do conceito de *Emotional Design*¹⁴) junto ao receptor, para convencê-lo de que há um retorno maior e palpável (em âmbito econômico e social) ao se praticar o Design Sustentável. Essa linha de raciocínio foi usada em quatro trabalhos acadêmicos subsequentes: a) 'Desenvolvimento de Sistema de Embalamento Sustentável' (Outubro/2008), que a partir do planejamento para aproveitamento residual da fibra de côco em assentos automobilísticos, foi "projetada" e idealizada para operar em níveis intrínsecos, legal, de logística, mercadológico, econômico, operacional e visual, dentro do cálculo das possibilidades de funcionamento satisfatório no embalamento do artesanato marajoara produzido em Icoaraci destinado à exportação; b) 'Mark, Mesa de Computador para estações integradas sem Winchester' (Outubro); c) 'Mark.2', redesenhada para oferecer aos lap-tops uma melhor e mais luxuosa plataforma (Março de 2009); d) 'As possibilidades de Sustentabilidade no Campo' em Novembro de 2008, coletando informações muito bem abordadas pelos palestrantes do então regido pelo Governo do Estado Programa de Vivência Estudantil Pró-Campo II, tais quais no âmbito da economia de meio ambiente: manejo florestal, desenvolvimento rural sustentável e agroecologia, para levantamento das possibilidades produtivas nas comunidades ribeirinhas dos arredores da ilha de Abaetetuba, tais quais Igarapé Villar, no Estado do Pará.

Em uma data pouco posterior ainda em Novembro/2008, expôs-se este último trabalho relacionado no IV Fórum Bienal de Pesquisa em Arte. Na ocasião surgem em debate várias indagações acerca da contribuição real do Design Sustentável para a sociedade: parte destas indagações origina este presente estudo e parte delas ainda estão em pauta de aperfeiçoamento paralelo a este desenvolvimento, brevemente descritas no início deste capítulo.

3. NO ENFÁTICO SOBRE O PRÓ-CAMPO II

A extensão universitária e a conseqüente inserção no Programa de Vivência Estudantil, Pró-Campo II, se deu a partir da necessidade de saberes sobre as possibilidades de inclusão social por meio do design, levando-se em conta a exclusão social em suas diversas formas após constatado certo esgotamento das fontes de conhecimento disponíveis no campo do design oferecido na área.

Aplicando o pensamento de Thomas Kuhn no livro 'A estrutura das revoluções científicas' pode-se entender em linhas gerais, que, o esgotamento que dá origem à anomalias marginais às teorias das ciências normativas, mobiliza a criação de novos paradigmas que possam validar esses conhecimentos, sendo da esfera que eles possam pertencer em suas ressignificações¹⁵, ou seja, afirmar que: quando não se possuem mais problemas em um dado fundo epistemológico, precisa-se de novas saídas (Cf. KUHN, 1962). Nesse sentido, sobre este contexto de esgotamento, vale uma citação do ano de 2008 do projeto ForLive nas linhas de P. Pokorny e J. Johnson, escritos de forma sucinta no 'ForLive Working Papers No.3', em sua introdução sobre as minorias populares protagonistas das movimentações sociais que caracterizam as classes dominadas: '(...) *are caught in the middle of this apparent contradiction, encouraged to conserve Forest as a matter of global survival and for the common good but motivated by high commodity prices to clear land to expand agricultural production (...)*', e ainda com Ilse Scherer-Warren, em "Rede de movimentos sociais" desta forma:

Ela apenas aparece quando é diretamente relevante para as condições de sobrevivência do próprio grupo (sobre a consciência ecológica) (...) é bastante relevante entre os pequenos produtores que

¹⁴ No seu entendimento quanto à possibilidade de investigação das mensagens emocionais dos serviços e produtos, que muitas vezes adicionam certa importância agregada em sua relação com o usuário. INQBATE, The Centre of Excellence In Teaching And Learning In Creativity. http://www.sussex.ac.uk/ceti/documents/emotional_design.pdf. Acesso em 11 de Maio de 2009.

¹⁵ Dar novo significado, sentido, semântica.

passam a ter consciência sobre os malefícios dos agrotóxicos, mas que continuam a utilizá-los indiscriminadamente para ter sua produção aumentada e em nível de competitividade. (SCHERER-WARREN, 1993, p. 99).

Os recortes acima dialogam e se complementam sobre a situação dos pequenos produtores no coração da Amazônia, de um lado, e de outro, a formação das lideranças ecologistas populares na América Latina.

Sendo assim, através da experiência de vivência da extensão universitária pós-capacitação, aumentaram saberes sobre a situação social dos ribeirinhos e com isso, a elaboração das posteriores análises ganhou um tom mais humanista, conforme é possível ler na transcrição integral do registro das primeiras impressões que tivemos no contato com as comunidades ribeirinhas. Entendo que este relato da experiência da extensão universitária possibilita um embasamento posterior para diagnóstico que irá apresentar-se a seguir. Percebe-se que o que poderá ser lido nas próximas linhas deste artigo contrapõe-se às incoerências propagandísticas acerca da sustentabilidade, em um texto redigido à direção do Programa nas linhas seguintes em 09 de Fevereiro de 2009, acerca das experiências decorridas em Igarapé Villar:

(...) Mas quando a vivência começa de fato, a experiência científica e metodológica se torna menos radical, pra alçar vôo, ganhando outros horizontes. De formação política torna-se a formação da sua humanidade naqueles fatos diários no campo. E depois da humanidade elaborada ali, torna-se novamente crítica, mas do ponto de vista já humanizado. Uma crítica sobre a humanidade, sobre as diferenças reais em âmbito social entre nós e eles, sobre os saberes acumulados pelos impactos de vida: ela ali integrada e usufruída no campo, e a perspectiva crítica disso tudo (...) É quando o olhar, o nosso olhar, muda. Da beleza estética de um indício fotográfico em preto-e-branco, que apresenta essa poesia bucólica da vida dos ribeirinhos, torna-se ali uma percepção de que, há a poesia e a vida, mas há também a carência, a pobreza a falta de recursos, o abismo social. Procura-se a causa da insatisfação desse povo, busca-se pela história oral, esse patrimônio escondido à margem da história oficial. Vê-se a exploração dentro das regras do capital no ganho do pequeno produtor, do pescador, do ribeirinho (...) Pensa-se na possibilidade de incrementar o ganho do povo com base nas riquezas, mas precisa-se do rigor comercial. Busca-se pela melhoria de vida, que ali está bem clara e objetiva na vida diária, na felicidade de receber pessoas como você e eu. De dividir as estórias, a história do povo, os risos, a comida, o chão, a água, o banho.

A relevância da experiência aqui exposta tem como referencia a abordagem freireana de ensino¹⁶; ela nos pontua que o trajeto da produção de conhecimento – real - em todas as dimensões de seu ser, parte dessas experiências de humanidade tais quais a do PRO-CAMPO, uma vez que traduz em curiosidade epistemológica, certa ingenuidade curiosa e crítica, que então após uma ressignificação, critica-se a si mesmo, bem como ao meio em que se vive, gerando o objeto cognoscível, tido aqui como o objeto de pesquisa - o conhecimento passível de ser alcançado neste caso específico.

E deste modo com a problemática social em mãos, chegamos ao conceito de design social atrelado ao conceito de sustentabilidade, que nada mais é que o foco do estudo em design tendo no usuário um indivíduo desfavorecido economicamente, no intento de atendê-lo seja de modo subjetivo ou objetivo, com produção industrial ou artesanal. Nesse quesito vale uma referência da dissertação de conclusão de graduação na área, de Rondinei Silva (2008), em que tudo é colocado com muita clareza e objetividade através de autores como Rafael Cardoso Denis, á exemplo nas seguintes linhas:

Com toda verdade profunda dos grandes paradoxos filosóficos, pode-se dizer que a solução para o design na periferia reside não em buscar se aproximar do que é percebido como centro mas, antes, em se entregar de vez para o que ele tem de mais periférico (...) pois é nas periferias que residem os maiores desafios para o design. (DENIS apud LIMA, 2000, p. 205).

Ou ainda com Thomas Kuhn, aqui no intento relacionado à necessidade de uma filosofia agregada a novos paradigmas em design, no já referenciado livro:

¹⁶ FREIRE, Paulo. *Pedagogia da Autonomia*. São Paulo: Paz e Terra, 1996 (Coleção Leitura).

Nos períodos de crises conhecidas que os cientistas se voltam para a análise filosófica como um meio para resolver as charadas de sua área de estudos. (KHUN, 1962, p.119).

E para completude do raciocínio, Jürgen Habermas nos esclarece sobre as dificuldades de um arcabouço capaz de tecer uma assertiva teórica e empírica, que uma razão e ciência em um novo paradigma, sem desvirtuamento em função do poder aonde:

Neste processo, cai no mesmo dilema (...) a teoria do poder não pode satisfazer a exigência da objetividade científica e simultaneamente cumprir o programa de uma crítica total e, portanto, auto-referencial da razão que ao mesmo tempo afecta a verdade dos enunciados científicos. (HABERMAS, 1998, p.108).

Em suma, o design sustentável acaba aonde se torna inalcançável ao usuário que não possui poder aquisitivo para comprá-lo, ou produzi-lo – e aonde começa exatamente o trabalho da possibilidade de melhorar e proporcionar novas alternativas aos produtos a serem desenvolvidos. Nesse momento é que as categorias clássicas utilizadas pelo designer em suas perspectivas originárias (tais como o luxo) são repensadas numa sociedade que possui uma realidade tão contraditória como a do Brasil. Nesse quesito, a publicidade das mesmas configura um processo alienatório já concebido como clássico em mares das ciências políticas e sociais, por que a discussão em design é redundante no momento em que, tratando da otimização na criação, ou redesign de bens e serviços, e, portanto, de temas acerca do usuário que pode adquiri-los, se esquece da maioria esmagadora, que não pode consumi-los, sequer produzi-los.

4. SOBRE A BUSCA DA POSSIBILIDADE DE OUTROS DIÁLOGOS ENTRE DESIGN E SOCIEDADE

Posteriormente, em início de Janeiro de 2009, iniciam-se os estudos utilizando como referencial de experiência a Associação de Designers Design Possível em São Paulo, empresarial social em forma de rede, que ligada diretamente com o Instituto Presbiteriano Mackenzie pretende fazer suporte a um corpo de trabalho espalhado por várias cidades brasileiras, tendo a intenção de elaborar um método em design que atue diretamente nas mazelas sociais locais. Tais mazelas serão posteriormente pontuadas aqui com profundidade, no entanto faz-se necessário afirmar que são fundamentalmente construídas por razões inerentes ao acúmulo do capital, e por relação atrelada a isso, a própria natureza de comércio desmedido.

Concomitante a este estudo formou-se um grupo denominado Design Possível Pará, DP PA, com a função pró-ativa de aspirar a pesquisa sobre o tema - de Janeiro até o final do mês de Abril deste ano. É preciso mostrar em passadas cronológicas os pontos de vista sobre o trabalho, os projetos e as dificuldades. A necessidade de uma formalidade textual comentando o trabalho deste grupo, não pretende intelectualizar demasiadamente os problemas de modo a causar seu distanciamento da ação direta sobre a realidade, mas possibilitar sua reflexão dentro da academia, de modo científico.

Precisa também dizer-se algo sobre o tipo de abordagem idealizada para trabalhar aqui, e por que. O Design Possível de São Paulo se consolida com respaldo fundamentando suas ações na prática da gestão acompanhada em design com comunidades produtivas de classe E (segmento da sociedade situado a margem dos benefícios e políticas destinados ao pequeno produtor urbano), de forma construtiva e visando o desprendimento deste acompanhamento quando isso se tornar possível. Tendo-se em mente que cada localidade possui sua dinâmica social relacionada a maneira com que se pautam suas relações, a expectativa foi a que o DP Pará, uma vez ligado ao Matriz, usaria como ferramenta o design para agir, mas não se sabia que ferramentas seriam expostas, e aonde seria o início. Sobre isso, vale novamente uma citação de Ilse Schere-Warren no livro “Redes de movimentos sociais”, sobre as relações locais e globais dos movimentos sociais ecologistas, ou seja, sobre motivações e divergências orgânicas dentro dos movimentos sociais:

Articular suas reivindicações e protestos locais aos similares regionais e nacionais e, na medida do possível, buscam a solidariedade internacional (...) é necessário lembrar que, se as redes e alianças internacionais têm sido um importante apoio para a força de pressão destes movimentos nacionais, estas não deveriam substituir a capacidade de autocriação de um ecologismo que responda a nossas raízes culturais. (SCHERER-WARREN, 1995, p. 108).

Foi então que, com base nas experiências comuns do grupo, criou-se em intento social o Projeto Fomento e Integração Possíveis, PROFIPOS¹⁷.

A anterior relação feita entre movimentos ecologistas e sociais, é importante no âmbito dos valores em que é erigido o trabalho da ONG, uma vez que nos vemos como amazônidas querendo entender e intervir em nosso contexto. E até mais que isso, é possível dizer por meio de Graiziano Neto que:

É preciso ir mais além e discutir o porquê das coisas, mostrar toda relação entre os problemas ecológicos e a sociedade em que estes ocorrem... o núcleo da questão ecológica se encontra no desenvolvimento do capitalismo, na tentativa constante da maximização dos lucros. (NETO apud LIMA, 1982, p. 136-7).

A este processo incluem-se os valores desumanizados com isso acarretados.

De posse dessa identidade cultural, do conhecimento construído sobre si mesmo e sobre a problemática em questão, é que virá o objetivo em linhas práticas a ser desenvolvido. Nesse termo então levantamos um tripé de valores éticos: bioética¹⁸, vigilância das fronteiras trabalhistas e democratização da Informação.

A visibilidade alcançada e atraída pela bioética dentro do espaço rural (tendo em mente aqui que o que eu chamo de espaço rural, nada mais é do que uma categoria sobre a ocupação antrópica, em que se encaixa a população ribeirinha no entorno de Icoaraci), é recente, na medida em que há algumas décadas atrás o debate sobre bioética ainda era muito segmentado, com respeito ao saber institucional e exclusivamente acadêmico.

Por ocasião do assunto relacionado á projetos, o PROFIPOS (vigente de Janeiro a Abril de 2009) fora um projeto idealizado em seu conceito e linha de ação pra agir diretamente com a causa das diferenças refletidas na sociedade, uma vez que sobre essas causas e suas problemáticas é possível dizer, que segundo István Mészarrós (quem nos esclarece várias relações da trama entre Marxismo e suas relações com a arte) no livro 'Teoria da Alienação' (MÉSZARRÓS, 1981, p.185): '*como qualquer outra atividade, a arte envolve o consumo*'. Então basicamente, nada mais pontual que afirmar que através do ato de trabalhar com o fomento cultural e integração gerencial por meio do design em comunidades de produção familiar, pretende-se chegar ao cerne dos problemas no desenvolvimento social, tal como a falta da perspectiva de vida e os abismos sociais provocados por um mercado desmedido e um comércio sem vigilância.

A realidade apresentada mostra que o envolvimento daquilo que seria o primeiro passo do grupo em termos de realização de parcerias, já pautado dentro das tramas sociais no perímetro da periferia da metrópole de Belém, se deu em função da percepção de que há um abandono do Estado relacionado à possibilidade de parceria em gestão com os artesãos, e a união na forma associativa destes entre si era um dos índices disso. A sensibilização e solidariedades

¹⁷ O PROFIPOS é um projeto finalizado, que conta com a organização dos alunos do curso de Design/UEPA sob a coordenação de Bento Gustavo de Sousa Pimentel, integrando a este 3 participantes.

¹⁸ Sobre a bioética um breve comentário: esse valor que ganhou visibilidade de 20 anos pra cá, é percebido aqui como o equilíbrio produtivo, o desperdício evitado, bem como a procura por novas fronteiras de prática do design sustentável, que aos poucos pode horizontalizar mais as relações entre os indivíduos dentro do bioma (cf. MOSER, A. *Biotecnologia e Bioética: para onde vamos? 2004*, Ed. Vozes), entendendo-se por bioma todo o conjunto de seres e relações interdependentes na natureza terrestre.

coletivas denotam a manifestação de um embrião da consciência de classes, ou seja, a união se fez solidariamente e em intuito orgânico e corporativo, tendo a consciência de suas reais situações, fragilidades e carências, visando um denominador comum que pudesse de algum modo lhes favorecer economicamente.

Imaginando minimizar males como a perda de identidade, migração desmedida, e, portanto, surgimento de novos focos de pobreza e outros tantos problemas decorridos pelo desgaste do gerenciamento estatal, acrescenta-se ao raciocínio do parágrafo anterior a situação que: os artesões estavam sem parceiros no momento.

Há em locais distantes da orla de Belém acerca de 5 ou 6 horas, como é o caso da localidade de Igarapé Vllar (no enfático sobre a importância do PRÓ-CAMPO II), em que pode-se ver este tipo de problema encenado. A pobreza é causada e também influencia a formação ou ampliação de espaços menosprezados, por meio da ação das desigualdades em nível econômico e das relações políticas. Portanto, para promover um novo tipo de espaço social – mirado no desenvolvimento – sabemos que é preciso sair à frente da defesa dos projetos de vida dessa população reconstruindo o seu espaço coletivo, como por exemplo, a escola.

De forma antagônica, percebe-se tanto em nível de senso comum quanto científico que, *'uma boa parcela do conteúdo dos movimentos sociais urbanos defende mais o consumidor que, mesmo, o cidadão'* (SANTOS, 1987, p. 126), no intento de esclarecer que - a população periférica de Icoaraci não é exatamente o que o mercado chama de consumidor em potencial, aliás, longe disso – notavelmente presente nas casas das localidades do entorno mais interiorizado, aonde se percebe a reutilização do lixo como artefato mobiliário, de forma decorativa e até para a alimentação. Boa parte do que está ali não é oriundo do comércio, mas resíduo dele. Portanto seria muito difícil, que um “grande” trabalho social, bem estruturado e organizado, fosse realizado ali naquelas comunidades. Por isso cabe-se dizer, que não há movimentação social nesse tipo de intento, se não houver uma causa de proveito comercial ou mercadológica para movimentá-la: o início da resolução do problema teria que começar no lidar das próprias faces e mazelas de nosso contexto.

5. ICOARACI

Os primeiros contatos com a região – didaticamente falando - surgiram por ocasião das atividades do Semestre Temático de 2008 (conceito para atividade programática multidisciplinar no ensino do Bacharelado em Design na Universidade do Estado do Pará protagonizado pela docente da disciplina professora Ninon Jardim), pelo qual foram delegadas várias atividades às unidades de produção artesanal de cerâmica do Paracuri, bairro popular do Distrito de Icoaraci reconhecido nacional e internacionalmente pela sua produção cultural, respaldada pela venda de peças cerâmicas para o exterior. Percebem-se ali as mazelas organizacionais tomando forma na Sociedade dos Amigos de Icoaraci, a SOAMI, associação que abrange categorias várias de autônomos que trabalhando com cerâmica ou não, visam o sustento próprio tirado de forma integral na sua atividade.

Podemos afirmar hoje que a identidade dos ceramistas ali associados se constitui agregadamente à cultura, não só a motivação produtiva comercial, mas um processo de identificação, podendo até dizer-se por relação de silepse, que ali em Icoaraci a SOAMI (e as outras associações de ceramistas concorrentes) representa a cultura icoraciense, e a cultura icoraciense representa essas associações. À esse respeito vale novamente uma citação de Scherer-Warren, no momento em que ela escreve que (p. 88): *'A identidade se forma a partir da recuperação do que há de distinto e único no espírito da comunidade, afirmando-se o movimento na idéia da preservação da cultura de uma população'*.

Diante dessa realidade é possível estabelecer relações às experiências de Freire (1996), posto que para este educador a capacidade de se construir um conhecimento real e de praxe real vêm do dia-a-dia, no momento em que eu possa me despojar da minha postura *'farisaica'* e burguesa para entrar em contato com as mazelas da sociedade. Logo, precisa-se de muita educação para que, completando o raciocínio inicialmente exposto, possa haver novamente uma autocrítica - de posse do conhecimento científico - para se chegar ao conhecimento real,

capaz de mudar a ordem das coisas (Cf. p.29), capaz de se antepor à uma possível opressão vigente. Por isso o antepenúltimo capítulo do livro em questão chama-se: '*Ensinar exige reconhecer que a educação é ideológica*' (1996, p. 125).

Na atmosfera ideológica, é significativo dizer nesta relação, que, realizar pesquisas, intervenções e trabalhos fora dos portões universitários (tendo como orientação o próprio faro para distinção das opções a serem feitas), significou o amadurecimento maior desse '*olhar crítico*' em uma formação constante.

O ato de sair do conforto, da bolha, do burguês, do farisaico e dialogar com as pessoas em uma constante olfatividade gnosiológica, significa a proclamação do '*não*' ao determinismo dos abismos sociais, de se opor à falsa ideologia globalizante neoliberal que nos vêm hoje na própria forma das propagandas ecológicas e de sustentabilidade da vida, dualizadas, impor uma possibilidade de nos redimir desse determinismo arcaico (vide o conto do Filho Pródigo na Bíblia) na compra do próprio direito de lutar por um lugar mais saudável, '*coisificado*' pelo produto. '*Me compre, eu sou sustentável*' ele '*coisifica*', e em consequência, a máxima de Descartes se perverte em '*compro logo sou*'.

Não se trata de divinizar ou diabolizar aquilo que temos como objeto de estudo, mas ser capaz de tecer as críticas filosóficas sobre a aplicabilidade real do pressuposto anunciado, tendo em vista obviamente que o design, uma vez ciência, deve pela multidisciplinaridade, dialogar com outras ciências, como é de igual impossibilidade se pensar em desenvolvimento sustentável sem usar ferramentas de inclusão social, senão '*ou a ciência é uma forma altamente negativa e perigosa de pensar errado*' (Freire, p.11, 1996), ou ainda em Habermas (1998), relacionando Nietzsche e o movimento de negação anterior, a iconoclastia da filosofia (ciência) perversa: '*ele tira à crítica da razão (...) seu aguilhão dialético (...) a razão outra coisa não é senão poder*'. É inútil fugir da educação segregatória e excludente sem antes criticá-la para transformá-la. É uma negação ao fato social e uma nova acumulação das ferramentas de conservação de poder: a razão e as ciências, pervertidas, antes de qualquer coisa. Então para contextualizar uma experiência humanizante que contrapõe o que foi dito à pouco, sem contar a cidadania exercida, vale as citações:

Se a sociedade não tem consciência, não pressiona e não tem governo, as fontes de interesse privado destroem tudo. (HENRIQUE, F.H. Separata da revista Pesquisa Fapesp. Sem indulgência com o desmatamento. N.153 P. 13. Novembro 2008).

A ampliação e garantia dos direitos e deveres implícitos no exercício da cidadania supõem, de imediato, a possibilidade não só de usufruir dos benefícios materiais e culturais do desenvolvimento, como também, sobretudo, a de interferir nos destinos desse desenvolvimento. (KOWARICK apud SCHERER-WARREN).

Reconhecer que a História é tempo de possibilidade e não de determinismo, que o futuro, permita-me reiterar, é problemático e não inexorável. (FREIRE, 2004, p. 19).

Ou seja, isso é a possibilidade de ressignificar a própria categoria histórica do designer na sociedade e para que essa categoria surgiu; descobrir a possibilidade de subverter seus malefícios, assim como as reais motivações que levam a este tipo de trabalho, muitas das vezes insalubre e exaustivo. Nesse ponto, trabalhar assim foi uma atitude de automeiação, introspecção, avidez de ver a realidade pelo design presente na sociedade: sincrética, simultânea e quase sempre intrincada.

E é aí que se dá a procura pelas fronteiras da intervenção, seja no estudo do consumo, da cidadania, da força que a propaganda carrega e o posterior a isso; nas relações entre si mesmas, percebidas em suas reais sustentabilidades.

6. A DISTORÇÃO DA FILOSOFIA DE PRODUTO

Pretendo neste tópico fazer uma análise da propaganda realizada sobre a sustentabilidade da vida em sua dimensão produtiva, no intento de delinear a sustentabilidade real das '*coisas*', e

no final, não perder o pulso em afirmar que é preciso mudar estruturalmente os paradigmas de produção, porém, reiterando e reforçando os posicionamentos conquistados pela sociedade civil e ONGs no que diz às vigilâncias das fronteiras sociais, de renda, de produção, de mão-de-obra e de influência, fronteiras nas quais pretende lidar diretamente o design social.

No intento de desenhar os limites entre sustentabilidade, comércio, resíduo, reaproveitamento, ética¹⁹, e inclusão social, é preciso perguntar primeiramente se podemos contabilizar o que consumimos com nosso poder aquisitivo de maneira racional, uma vez que esse consumo é idêntico ao de serviços básicos pelos quais pagamos nossos impostos de base, tais como água e luz. Existe até o resíduo, o excesso disso. O que diriam nossos anteriores governantes nesse quesito sobre o fenômeno do 'Apagão' em um passado recente?

O fator pregnante, sobre as animosidades propagandísticas 'sustentáveis' e as fronteiras citadas acima, delegadas pela ética, é a vigilância. Como podemos pensar em produzir de forma diferenciada para um novo tipo de comércio se essas fronteiras – as de venda, de produção e de mão-de-obra - não oferecem a margem de segurança que o consumidor e o produtor precisam, ou de maneira desvirtuada, usufruem disso? Ser informado corretamente faz parte dos direitos básicos, tais como possuir água e luz, vale reiterar. Portanto, fica deveras difícil mensurar em respostas, indagações relativas à sustentabilidade, comércio, resíduo, reaproveitamento e inclusão social sem tocar em assuntos relativos à preço, como já fora colocado aqui, quanto ao dinamismo maior de movimentos sociais que são motivados por questões econômicas.

Faz parte dos nossos direitos, por exemplo, saber em nota o quanto se gasta com embalagens. Mas claro que, para isso ser indicado de forma correta no apontamento mensal, precisa-se da fiscalização dessas fronteiras dentro dos setores de serviços, do governo e da sociedade. Talvez aí ter-se-á o efeito esperado, sabendo-se o quanto ganhar com isso. Usar do direito de consumidor também é saber quanto custa o lixo, para mim, ao outro e ao industrial, e o que irão fazer com ele quando este deixar a residência comum.

Portanto, têm que ser racionalizado até que ponto essas demonstrações públicas, publicitárias ou propagandísticas de procura por alternativas ao resíduo, reaproveitamento e inclusão social realmente são contribuições reais á todos – e sustentáveis do mesmo modo. E é nesse ínterim que, ressignificando o conceito de sustentabilidade, entramos sistematicamente em rápido aprofundamento sobre a teoria da episteme - e claro sobre aplicações reais – aqui, na conceituação sobre a epistemologia do amor.

A epistemologia do amor²⁰ se entrelaça com a biologia do amor em diálogo com o desenvolvimento sustentável, que de forma sucinta aponta: conhecer é amar. Na ressignificação do conhecimento em uma ótica crítica levada á cabo pelo sofrimento - claramente uma influência das categorias marxistas na relação indivíduo e objeto, delineada pelo materialismo histórico e que se dá de forma idêntica á teoria elaborada por Paulo Freire exposta anteriormente – alcança-se o conhecimento epistemológico, no caso aqui, a biologia do conhecimento, inerentemente cercada pela bioética. O conhecimento é amor em medida que: a lida na realidade é comum á uma preocupação ética, pois nos atos da vida quase ordinária em que mal se racionaliza as próprias ações, temos costumes e comportamentos espontâneos que giram em torno da conservação desse viver e na preocupação com o bem-estar de quem amamos, seja esta sentença empregada para análise em mim, ou no outro. Estas ações se dão na superfície, na vivência das coisas. Portanto, a pergunta que se faz de antemão á um novo modelo de sociedade almejada, e estando posicionados como indivíduos

¹⁹ E aqui vale uma ressalva do Design de Interação, sobre o código de ética do designer gráfico, Capítulo II – Dos Deveres Fundamentais, Artigo 5^o, cláusula 1: *'Interessar-se pelo bem público e com tal finalidade contribuir com seus conhecimentos, capacidade e experiência para melhor servir á sociedade'*.

²⁰ ROMESÍN, Humberto Maturana. (2005) In: ÉTICA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: CAMINHOS PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA NOVA SOCIEDADE. <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v16n3/a13v16n3.pdf>. Acesso em: 18 de Setembro de 2008.

pensantes dos eixos populares não-dominantes, é: 'o que queremos conservar primeiramente?'

Desse modo, se pode repensar o próprio termo 'sustentabilidade', vendo que isso na verdade desvirtua materialmente o real termo (direcionado às classes dominantes), que é 'transformar'. Pois da mesma forma que os movimentos sociais lutam pelos direitos que anseiam e desejam usufruir deles, todos querem usufruir deste novo tipo de comércio, nesta nova sociedade. Mas os anseios e os conflitos históricos têm que ser postos a serviço da balança. O que queremos é: transformar os costumes da sociedade dominante, conservando a vida do povo (que é protagonista das movimentações sociais periféricas) e o que há de bom nela (o modo de vida ribeirinho, por exemplo).

Mas isso não é realmente o que é propagandeado pela indústria da mídia²¹ global. Creio na tese da existência de um desvio muito contraditório e histórico (desde a década de 60, 'boom' das revoluções culturais do século passado) das causas ambientais, quando alcançam um patamar midiático global, como o Greenpeace e a WWF (World Wide Fund for Nature), que são exemplos de ONGs que tratam do fator ambiental. Em minha opinião, quando estes movimentos sociais – nas origens das ONGs ou empresas sociais, todas essas organizações são movimentos – adquirem patamar corporativo, bem como com os aspectos propagandísticos, publicitários e públicos em grande escala, não levar-se-á em conta os interesses dos eixos participativos que mais anseiam essas mudanças sociais e ambientais, eixos periféricos.

Em consequência do nível elevado em que as ações se dão, constrói-se por consolidação corporativa um cenário capaz de formar uma grande quantidade de opiniões via indústria. E é nessas opiniões apropriadas e desvirtuadas veiculadas pelos MCM, que as definições globais de sustentabilidade têm chegado até nós por um processo alienante.

Marilena Chauí teceu considerações importantes sobre descrições de fenômenos desse cunho, que evocam as minorias como objeto, à mercê da ideologia dominante. De forma crônica, essas conclusões nunca têm sagacidade suficiente para oferecer força explicativa àqueles que desejam expor-la (a alienação). Uma definição sintética sobre este conceito na escrita de Chauí seria:

Determinação objetiva da vida social no modo de produção capitalista, apoderando-se tanto da cultura dominante, quanto da dominada, pois ainda que seu conteúdo e finalidade sejam diversos nos dois casos, sua forma é idêntica em ambos (...), isto é, particularização extrema de suas divisões internas. Este movimento denomina-se alienação. (CHAUI, 1998, p. 166-167).

Nesse sentido, alienam-se as pessoas e também os conflitos reais, capazes de gerar possíveis cataclismos sociais. Ou seja, tais noções chegam até nós tangenciando nossa realidade e nivelando interesses em torno de projetos de transformação de modos de viver, que são, claro, diferentes em cada contexto. Mesmo ainda que vivamos sob um sistema econômico e social eminentemente homogeneizador, a ocupação dos espaços e atividades exercidas se dão de forma particular e refletem diferentes níveis de qualidade de vida das pessoas, as quais estão em maior ou menor grau associado à intensidade da pobreza social.

Um exemplo desta homogeneização das necessidades sociais tangenciadas é o do aquecimento global. Este termo define o fenômeno de aumento da diferença entre as máximas e mínimas temperaturas nos micro e macro climas do planeta²², resultando nos cataclismos urbanos e ambientais. Mas não é assim que nos é veiculado. O que nos é transmitido pelos grandes meios de propaganda é a venda do ato de redimir de um determinismo que nasce anteriormente à isso.

²¹ Tendo em mente uma diferenciação conceitual em relação com a Mídia como Instituição, que possui o dever de informar o cidadão em esfera econômica, política e cultural.

²² Conceito retirado do documentário 'A farsa do aquecimento global' (The great global warming swindle). Dir. Martin Durkin. Channel 4. United Kingdom, 2007.

Nesse ponto o docente e jornalista Meirevaldo Paiva escreve de forma muito acertada em seu livro 'Sementes do Conformismo' (impressão autônoma. Belém, 2004): '*Ingenuidade foi pensar que a ciência estaria a serviço do bem-estar dos povos como se os instrumentos de distribuição não tivessem os rótulos (made in) indústria capitalista*'.

O discurso determinista que outrora tinha força em uma sociedade pautada pela lei do desenvolvimento, agora durante um novo sentimento de crise, contemporâneo à vigência do Protocolo de Kyoto²³ (2008-2012), possui outra forma: o redimir como um processo transferidor desse determinismo.

Se antes o intuito federalista da frase era 'a Amazônia é dos amazônidas, eles que cuidem dela', hoje o determinismo se desenvolve, dizendo 'faça sua parte agindo individualmente com pequenos atos e ajude á salvar o planeta'.

Este discurso mantém o consumidor continuamente alheio a discussões sobre consumo, conservando o mercado desse nicho, que geralmente é caro, e assumindo uma postura colaborativa que na verdade é conformista, em aceitar uma oferta imposta pela possibilidade da demanda esmagadora de uma indústria que não assume, e nem pode assumir os custos de responsabilidade residual sobre seus produtos em toda sua cadeia, incluindo a publicidade, primeiro imposto colossal indireto. Ou seja, paga-se por isso. Dá-se originalmente á esse uso intermediário na atmosfera pragmática dos artefatos interativos (design de interação) e suas implicações, a terminação de Agenciamento Mediado²⁴. Este agenciamento é aqui visualizado eticamente na compra do produto deturpado, controle (mediação) alheio do bem-estar do usuário, promovido na ilusão virtual dos valores de aquisição (por adaptações em processos de recusa, ressignificação ou alteração) da necessidade primeira, que é a qualidade horizontal de vida. Desse modo, a sustentabilidade se torna uma marca, um *branding*, que pode abrigar toda uma infinita possibilidade de artigos por meio da propaganda, como escreve Wolfgang Fritz Haug na Crítica da Estética da Mercadoria, sobre a Propaganda vigente na época:

Uma época na qual quase todos que produzem algo valioso podem estabelecer o perfil de uma demanda, que não só excede com o tempo tudo o que existia como, também, até certo ponto, torna-se monopólio... Em toda parte existem oportunidades de assumir a liderança através da propaganda (...) tudo o que está a caminho do funcional conduz à êxitos econômicos desproporcionais que – se repetidos conscientemente – acarretam o atrofiamiento econômico de tudo o que não tenha sido abrangido por esse desenvolvimento. (HAUG, 1971, P. 37-74).

A objetiva pergunta que se faz é: 'que intuito ratifica ou incentiva esse processo de desenvolvimento?'. Apoiado em Chauí (1998), ter-se-á a resposta imediata: esse desenvolvimento é incentivado pela consagração da legitimação simultânea da classe dominante e paralisação dos dominados .

Uma aproximação deste tema em níveis filosóficos, nos leva ao mito socrático da caverna, trazido á nós por Platão, que ilustra a visão filosófica²⁵ da epistemologia, em que o conhecimento nunca é alcançável senão no plano supra-sensível das idéias (Luminescência), e de forma analógica, é mais ou menos isso a situação que temos em mãos segundo a análise de Habermas (1998), para quem Nietzsche²⁶ começa o discurso da modernidade quando

²³ Documento construído em 1998 por vários países, que, segundo o Greenpeace, "Compromete a uma série de nações industrializadas (Anexo B do Protocolo) a reduzir suas emissões em 5,2% - em relação aos níveis de 1990 – para o período de 2008-2012".
http://www.greenpeace.org.br/clima/pdf/protocolo_kyoto.pdf. Acesso em 11 de Maio de 2009.

²⁴ AMSTEL, F. M.C van. Agenciamento Mediado e Implicações Éticas para o Design de Interação. UTFPR.

²⁵ Segundo o dicionário UNESP do Português Contemporâneo (BORBA, F.S. 2004) Hermenêutica é: '*Sf interpretação do sentido de um texto*'. Outra interpretação filosófica mais válida à definição de Hermenêutica como regras de interpretação de enunciados é a usada atualmente pelas Ciências Sociais. Nelas, o Círculo Hermenêutico seria o movimento cíclico entre todo e parte.

²⁶ Que posteriormente postulará o desabamento de toda filosofia européia de substrato platônico.

erradica a dialética do iluminismo. A eterna inacessibilidade de todas as relações pautadas pelo platonismo, como o amor platônico, o cristianismo, aqui se refletem, na sustentabilidade.

Portanto, vale dizer que o capitalismo em sua forma sustentável é virtual em suas possibilidades que atrofia economicamente quem não pode se incluir em sua ética selvagem, tão quanto seu valor assinala sua atual crise, queda livre e alienada. De contraponto a isso, Marx, em seus escritos estéticos (Mészáros, I. Marx: a *Teoria da Alienação*, 1970), para se opor a possibilidade da alienação estilística da relação dualista de sujeito e objeto, adere à relação de necessidade, do utilitarismo dentro do indivíduo, destituindo uma possível análise que possa desvirtuá-lo posteriormente de seu caminho, que feita a partir da superfície da materialidade, aliena-o de qualquer possibilidade de resistência social.

Retomando o debate na esfera do social, e continuando a descrição dos fenômenos acerca do processo de alienação do termo sustentabilidade produtiva, para efetuar-se a venda e, portanto, para distanciar o consumidor da possibilidade de perceber que ele mesmo vive nesse Mito da Caverna, manipula-se o mesmo pela ideologia, impedindo-o de ajudar realmente na consolidação do que se diz conceitualmente sobre políticas públicas e alargamento da democracia possível²⁷, com participação popular no desenvolvimento das mesmas. Como aconteceu com a educação, a responsabilidade é passada de modo deturpado das mãos estatais para a iniciativa privada, consolidando-se via indústria da mídia, uma perfeita e medíocre sociedade do espetáculo.

De posse das margens de uma pesquisa científica em andamento e alheia aos olhos dos interesses financeiros e mercadológicos, regidos pelo comércio oportunista e oligárquico, a indústria midiática, na forma dos representantes globais das grandes ONGs (ou ainda entidades políticas com o discurso do intuito informativo social na esfera da instrumentação do artigo público), encontra sua área de atuação junto ao grande público, vindo a nós apelar para a salvação do planeta, construindo com nossa colaboração, um conceito sobre o 'Aquecimento' que não possui forma definida, sendo um híbrido de: estéticas comerciais, informativos míopes e processos de um discurso midiático alienador, aonde a real significação dos progressos científicos se perde.

Desse modo, o termo sustentabilidade se consolida esvaziado de significados ancoradores de ações substantivas, como acontece com tantos outros termos: *o determinismo, o cientificismo, o racionalismo, o darwinismo, o neoliberalismo de final de século, o espiritualismo*, quando, na busca por um radical demasiado naturalista, desumanizam suas reais intenções, fenômeno também visto nas sínteses racionalistas dogmáticas cíclicas de Kant, no quesito do deslocamento da análise estética do objeto para o sujeito, que, erigindo infundáveis possibilidades de análise, necessita de um denominador comum para conceituá-las positivamente, procriando processos de '*genteficação*', '*coisificação*' e assim por diante em um ciclo alienatório.

Benedito Nunes assinala em um artigo para a revista PZZ (Ano II, nº 4, Agosto de 2007) que:

Na doutrina de Nietzsche, é que a Metafísica alcança sua extrema possibilidade, já virtual ao início fundador em Platão, pois se o primeiro nome da metafísica é o platonismo, o último é niilismo, o momento que o apaditrismo, a alienação, de que a errância constitui sinônimo, alastra-se, à sombra da maior retração, ao planeta como um todo, de onde os deuses desertaram (...) e se a metafísica é Filosofia, o acabamento da ciência primeira, cujos signos são os do niilismo, do obscurecimento do mundo, é também o fim do saber filosófico. (NUNES, 2007, p.56).

No entendimento sobre o assunto, que trata busca pela compreensão pelo saber filosófico, o processo restante antes de uma renovação sistêmica, é a própria mortandade da filosofia, esta é a reflexão que o auto nos oferece.

²⁷ "Se não quisermos procurar em cada ato uma imagem prefigurada do futuro, poderemos acreditar que as ações coletivas, lançando dardos sobre objetivos restritos e nem sempre conjugados, cumpre seu papel na construção e alargamento da democracia possível". (SCHERER-WARREN, 1993, p. 92)

De uma forma idêntica e cíclica aos sentimentos de crise vistos a partir de Schopenhauer (que serão em Marx e Nietzsche os sentimentos de superação e o conceito de niilismo respectivamente), temos agora um cenário idêntico, mas figurado pelos protagonistas do sustentabilismo a partir da privatização dos direitos básicos sobre o consumo, qualidade de vida e a própria garantia dos mesmos. Não que o aquecimento global e suas conseqüências não sejam um fato real, porém, o que eu quero destacar e enunciar, é a crítica para ver-se o panorama destes fenômenos e como eles podem ser entendidos sem o estigma do pervertimento racional e científico.

Em abordagem de fundo econômico-social, Lefévre²⁸ assinala que em Nietzsche, a volatilização dos paradigmas, a decadência e seu reflexo na questão social, é resultado do esgotamento da vontade de poder, posterior à crise da decadência dos valores e da cultura, configurando junto ao motivo napoleônico a vontade que o fará criar o mito do 'super-homem', anti-herói maior da tragédia nietzscheana. No contraponto, em Nunes podemos construir uma esperança diferente, uma vez que através dele, os mitos nietzchenianos nada mais são do que a síntese sobre a potência substancialmente presente nas desmedidas concepções desenvolvimentistas, que agravam o diagnóstico do problema no bioma terrestre, atual crise do modelo produtivo de final de século: um retorno das crises do capitalismo, a exemplo aos complexos fatos anteriores e posteriores a II Guerra Mundial, entre outros.

Ou seja, busca-se uma possibilidade real de subversão que não se aliene em um desvirtuamento mercadológico ou propagandístico sobre a transformação conservativa dos meios de vida.

Com respeito a uma cultura dominante, e sobre as saídas momentaneamente encontradas para estes raciocínios na resignificação das motivações produtivas em design, sociedade, filosofia, paradigmas de produção, paradigmas de ciência e esta movimentação da complexidade epistêmica que expõe a inversão da relação natural da mesma, na forma da busca de um episteme, que se adéque ao objeto em suas formas freireanas e que são alvos de possíveis dialéticas em Marx, vale afirmar que, sobre as minorias sociais a se contraporem ideologicamente ao sustentabilismo, Chauí (1990), é preciso que o Estado reproduza o projeto da Cidadania Cultural, em que a transformação da vida pudesse ter vias práticas e oficializadas com direito resguardado pela cidadania, sobre o que já se produz sustentavelmente e precisa se conservar assim, provendo acesso, garantia de produção e participação. Conservação.

Sobre a Propaganda, Publicidade e consumo, é válido uma assertiva de Oliviero Toscani, voz que se destaca na categoria inteira, em um coral ansioso acerca de um veículo que deseja e pode ser aprimorado a evitar a reprodução técnica mascarada da reprodução da técnica de marcas de um Goebbels, como expõe W. F. Haug, no quinto capítulo da primeira parte da *Crítica da Estética da Mercadoria*, ou até mesmo Toscani, em:

Todas as publicidades se enchem de vales risonhos e colinas verdejantes, casas de campo começam a aparecer em todos os cliques das companhias de seguros, e Chambourcy, Nestlé, Youplait passam de repente a ter fome de natureza (...) a publicidade poderia tornar-se a parte lúdica, fantasista ou provocante da imprensa. Poderia explorar todos os domínios da criatividade e do imaginário, do documentário e da reportagem, da ironia e da provocação (...) servir grandes causas humanistas (...) educar o público (...) estar na vanguarda. (TOSCANI, 1996, p. 38-47).

Ou seja, uma propaganda realista que compreenda a realidade dialética do homem em ótica humanista, e que possui em mãos uma série de boas temáticas que não só, ofereceriam ao usuário o produto, como também a reflexão. Uma 'nova concepção da arte fotográfica e publicitária'²⁹. O esclarecimento dos direitos do consumidor, o incentivo ao engajamento objetivo, a cultura como forma de protecionismo, assim como a feiúra, a brutalidade, o irrisório e o absurdo, as informações sobre os malefícios da maconha, índices de acidente automobilísticos por uso do álcool, do cigarro, todos estes são temas que possuem polêmica, e que em teorias estéticas que vez por outra vêm a tona pela audácia de um ou outro artista ou

²⁸ LEFEBVRE, H. Nietzsche: Breviários, Fondo de Cultura Económica. CFE, 1993, México.

²⁹ TOSCANI, 1996, p. 71.

publicitário audaz nos expor o confronto entre os limites das artes visuais, o design, a engenharia, a arquitetura, a publicidade fotográfica e a propaganda³⁰, que poderiam ser acrescentados aos limites da sustentabilidade, sociedade, desenvolvimento e design.

7. PARA NÃO CONCLUIR

Arriscando alguns exemplos de resolução espalhados pelo globo, para as críticas desenhadas aqui, sobre o Design: em termos de idealização para este ofício, penso ser essencial primar por um retorno cíclico da importância social no seio das necessidades do usuário, com garantias de uma poética criadora, cosmopolita, que tenha o sentimento contemporâneo de '*sincronismo em moto contínuo*³¹', e que sejam '*profissionais capazes de desempenhar o seu trabalho com conhecimento, inovação, sensibilidade e consciência*³²'. Acerca da problemática social e coletando algumas informações sobre Design via web, disponíveis também via publicações, é bom sinalizar duas iniciativas que acho importante: *Design for the other 90%*³³, ONG que visa projetar estrategicamente levando em conta o contexto sócio-econômico de uma dada população periférica (tais como Camboja e África), e, lembrando alguns índices regionais de IDH brasileiro que se equiparam ao da Índia. Já existe neste país um Design pensando para as zonas rurais, '*A design for development strategy*³⁴', pensado no *National Institute of Design*, NID, *Centre of Bamboo Initiatives*, por *M. P. Ranjan*, uma clara continuação das problematizações elaboradas de forma primorosa pela demanda da *Hochschule für Gestaltung ULM*, no exemplo de Gui Bonsiepe. Deste modo, vejo que a iniciativa privada também pode rever seu posicionamento a partir de atividades no terceiro setor, como é o caso do Design Possível (rede empresarial em expansão pelo Brasil), dos empreendimentos solidários³⁵, e o próprio conceito alemão de empresa cidadã, modelos que merecem ser colocado em discussão em busca de um refinamento de suas bases ideológicas.

De forma a delimitar a problematização construída neste texto, que discute basicamente a filosofia de projeto para produção de produtos e serviços em design, este artigo significa a busca de uma superação progressiva de um decorrente pensamento produtivo e ideológico, que apesar das terminologias correntes não se renova, tendendo antecipadamente a entrar em decadência sem mesmo ter deslançado uma produção significativa.

Sua contribuição foi realizada tendo como eixos balizadores a relação teoria-prática. Transitei entre o pensamento de Aldo Leopold, Paulo Freire, Thomas Kuhn, Nietzsche e Marx, enriquecendo e embasando com elementos da prática, uma reflexão desenvolvida ao longo da experiência do curso. A digestão dos paradigmas produtivos, desenvolvimentista e sustentável, realizada pelas modalidades epistemológicas encontradas na pedagogia da libertação, e da longa estrada da filosofia, a partir das práticas de confecção de projetos, informativos, expositivos, extensão universitária, comunicados e diálogos interestaduais da categoria estudantil em design de produtos, desconstrói um problema produtivo em um outro social, para uma finalização epistemológica. Seu posterior encadeamento científico-produtivo, aponta para uma única saída: é preciso aproximar a ciência e a tecnologia produtiva da grande parte da população que sobrevive nos arredores e na malha urbana, desviando os sentidos que constroem a problemática para produtos e serviços, de uma comunicação social que vela, desvirtua e conurba a realidade. Não há desenvolvimento local sem participação dos eixos sociais que merecem atenção e prioridade. Portanto, espero que este artigo promova reflexões acerca de resultados encontrados em pesquisa em design e aponte para a necessidade de construção da convicção de que se precisa transformar a trajetória do designer na Amazônia, de uma forma justa com os eixos científicos e produtivos, bem como com o social.

³⁰ Estudiosos de Duchamp, do Arts & Crafts ou da primeira fase da Bauhaus.

³¹ Sentença de Karim Rashid, presente em seu catálogo. Visualizado durante a exposição em São Paulo em 26 de outubro de 2008. Consulta em Março de 2009.

³² Citação de Rafael Cardoso Denis como já referenciado. *In Apud*.

³³ <http://other90.cooperhewitt.org/>. Consulta em 27.04.2009.

³⁴ <http://www.design-for-india.blogspot.com/>. Consulta em 27.04.2009.

³⁵ INOVAÇÃO em pauta, publicação da FINEP, n.4, novembro/dezembro de 2008.

8. REFERÊNCIAS

1. AMSTEL, F. M.C. van. *Agenciamento Mediado e Implicações Éticas para o Design de Interação*. UTFPR.
http://www.usabilidoido.com.br/arquivos/agenciamento_mediado_tecsoc2007pdf. Acesso em Outubro de 2008.
2. ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS DO BRASIL, Código de Ética Profissional do Designer Gráfico, http://www.adg.org.br/arquivos/Codigo_de_Etica_ADG.pdf. Acesso em Outubro de 2008.
3. BARBOSA, Walmir de Albuquerque. PINTO, Lúcio Flávio. NASCIMENTO, Fernando. LIMA, Regina Lúcia, nome IN: *SEMINÁRIO CULTURAL DA AMAZÔNIA* (Versão 09.03.2004), Belém (PA).
4. BENJAMIN, Walter. (1996). *Obras Escolhidas*. São Paulo: Editora Brasiliense.
5. BONSIEPE, Gui. (1983). *A tecnologia da tecnologia*. São Paulo: Editora Edgard Blücher.
6. BORBA, Francisco S. (2004). *Dicionário UNESP do Português contemporâneo*. São Paulo: Editora UNESP.
7. BÜRDEK, Bernhard E. *História. (2006). teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Editora Edgard Blücher.
8. CHAUI, Marilena. (1990). Uma política de cidadania cultural. *Lua Nova*, São Paulo n.20, p. 31, 39.
9. DESIGN FOR THE OTHER 90%. <http://other90.cooperhewitt.org>. Acesso em: 27.04.2009.
10. ÉTICA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: CAMINHOS PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA NOVA SOCIEDADE. ROMESÍN, Humberto M. Y Ximena P. D. Trad. Karla Demoly. <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v16n3/a13v16n3.pdf>. Acesso em Setembro de 2008.
11. FERREIRA, Paula. Incubadoras de empreendimentos solidários abrem novos caminhos, *Inovação em pauta Publicação da FINEP*, Rio de Janeiro, n.4, p. 35,39. Novembro/Dezembro de 2008.
12. FIGUEIREDO, Vinicius de. (2005). *Kant & a crítica da razão pura*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
13. FREIRE, Paulo. (1996). *Pedagogia da Autonomia*. São Paulo: Paz e Terra (Coleção Leitura).
14. GAY, Peter. (2009). *Modernismo: o fascínio da heresia: de Baudelaire a Becket e mais um pouco*. São Paulo: Companhia das letras.
15. GOMBRICH, Ernst Hans Josef. (1990). *A História da Arte*. Rio de Janeiro: Editora LTC.
16. GREENPEACE. http://www.greenpeace.org.br/clima/pdf/protocolo_kyoto.pdf. Acesso em 11 de Maio de 2009.
17. HABERMAS, Jürgen. (1998). *O discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
18. HAUG, Wolfgang F. (1996). *Crítica da Estética da Mercadoria*. São Paulo: Editora Unesp.
19. HENRIQUE, Fernando H. Sem indulgência com o desmatamento. *PESQUISA FAPESP CIÊNCIA E TECNOLOGIA NO BRASIL*. São Paulo, n 153 p. 10,15. Novembro. 2008.
20. INQBATE, The Centre of Excellence In Teaching And Learning In Creativity.
21. http://www.sussex.ac.uk/cetl/documents/emotional_design.pdf. Acesso em: Maio de 2009.
22. JOHNSON, J. POKORNY, B. *ForLive Working Papers No.3: Key indicators to evaluate the sustainability of forest management strategies of small farmers in the Amazon*. Freiburg, July, 2008.
23. KANT, Immanuel. (1991). *Crítica da razão pura*. São Paulo: Nova Cultural.
24. KUHN, Thomas S. (1997). *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Editora Perspectiva S.A.
25. LANGER, Alexandre. *A evolução do comércio eletrônico*.
<http://estrategiavarejo.blogspot.com>. Acesso em: Agosto de 2008.
26. LEFEBVRE, Henri. (1993). *Breviarios, Fondo de Cultura Económica: Nietzsche*. México: CFE.
27. LIMA, Rondinei Silva. *Design Social: Uma abordagem sociológica* (2008), 42 p. Dissertação (Bacharelado em Design) UEPA. Belém.
28. LOHAS. <http://www.lohas.com>. Acesso em Setembro de 2008.
29. MELLO, Mario Vieira de. (1993). *Nietzsche: o Sócrates de nossos tempos*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
30. MÉSZARRÓS, István. (1981). *A Teoria da Alienação*. Trad. Waltensir Dutra; supervisão Leandro Konder. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

31. MOSER, Antônio. *Biotecnologia e Bioética: para onde vamos?* Petrópolis: Editora Vozes, 2004.
32. NIETZCHE, Friedrich. (1991). W. *Obras incompletas*. São Paulo: Noval Cultural (Coleção Pensadores).
33. NUNES, Benedito. O fim da filosofia. *PZZ ARTE E CULTURA EDIÇÃO ESPECIAL TEMPOS DE RESISTÊNCIA*. Belém, n^o 4, p.50,58. Agosto de 2008.
34. OLIVEIRA, Paulo de Salles. (1998). *Metodologia das ciências humanas*. São Paulo: Editora Hucitec/ Editora UNESP.
35. PADUAN, Roberta. Para onde vai o dinheiro do consumidor, *Exame Edição Especial Para onde vai o consumo*, São Paulo, n.6, edição 940. p. 22,48. Abril de 2009.
36. PAIVA, Meirevaldo. (2004). *Sementes do Conformismo*. Belém.
37. PASSEPARTOUT. Conceitos filosóficos de fundo platônico, Cf. *Passepartoutl Secolo XXI, Viaggia in Italia parte 03*, gentilmente cedido pela professora Roseli Sousa. Exibição em Agosto de 2008.
38. PRICE WATERHOUSE COOPERS. *www.pwc.com.br*. Acesso em: Agosto de 2008.
39. RANJAN, M.P. (2007). *Katlamara Chalo, A design for development Strategy: Design as a driver for the Indian rural economy*. Paldi Ahmedabad: National Institute of Design.
40. SANTOS, Milton. (1997). *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: Editora Hucitec.
41. SUASSUNA, Ariano. (1972). *Introdução à estética*. Rio de Janeiro: Editora José Olympio
42. *The great global warming swindle*. Dir. Martin Durkin. Channel 4. United Kingdom. 2007.
43. TOSCANI, Oliviero. (1996). *A publicidade é um cadáver que nos sorri*. Rio de Janeiro: Ediouro
44. WARREN, Ilse S. (1993). *Redes de movimentos sociais*. São Paulo: Edições Loyola.
45. *Viaggia in Italia, Passepartoutl Secolo XXI, part. 03*. Exibição em Agosto de 2008.

ⁱ Universidade do Estado do Pará, Brasil, <bgugapimentel.designer@yahoo.com.br>