

DESIGN COMO GERADOR DE CULTURA SUSTENTÁVEL

Luiza Grazziotin Selau^a

^a Especialista em Sustentabilidade (PUC-RIO). Faculdade da Serra Gaúcha – FSG. luizags@terra.com.br

Informações de Submissão

Luiza Grazziotin Selau
Rua Luiz Antunes 319/42
Caxias do Sul – RS
CEP: 95080-000.

Recebido em 30 jun.2013
Aceito em 16 set. 2013
Publicado em 20 dez. 2013

Palavras-chave

Design. Cultura. Sustentabilidade.

Keywords

Design. Culture. Sustainability.

Resumo

O presente artigo visa estabelecer relações entre o ensino do design voltado para a sustentabilidade e a formação da cultura da população. Através de revisão bibliográfica, baseia-se em autores relevantes que abordam questões relacionadas ao ensino do design; ao ensino da sustentabilidade; ao design sustentável; e, à influência do design na cultura da população visando a sustentabilidade. Tem como objetivo verificar, a partir dos pensamentos apresentados, a influência do design na cultura e a possibilidade de sua atuação neste sentido, como um auxiliar na conscientização e geração de pensamento voltado à questão da sustentabilidade da sociedade.

Abstract

This article seeks to establish relationships between design education focused on sustainability and the formation of the culture of the population. Through literature review, based on relevant authors who address issues related to design education; the teaching of sustainability; sustainable design; and the influence of design in a culture aiming for sustainability. Intends to determine, from the thoughts presented, the influence of design in culture and the possibility of its presence in this sense, as an aid in generating awareness and oriented thinking to the issue of sustainability of society.

1 INTRODUÇÃO

Através da educação é possível fazer com que ocorra uma mudança na cultura e no comportamento da sociedade, pois é a educação que rege o desenvolvimento social de uma região, juntamente com seus costumes e crenças, formando assim a cultura local. A educação é proveniente da forma de criação e estudo que cada indivíduo vivencia, mas há uma possível forma de conscientizar através do design.

A questão é de que forma o designer de produtos, que trabalha a sustentabilidade em seus projetos, pode influenciar na consciência da sociedade. De que forma o design pode auxiliar para que as pessoas aprendam a fazer escolhas mais responsáveis, mesmo que não

tenham vivenciado este tipo de aprendizado durante sua formação como pessoa e como aprendiz.

O designer tem o poder de influenciar os consumidores através dos produtos que desenvolve e que conseqüentemente se apresentam nas prateleiras dos estabelecimentos comerciais. É de acordo com a variedade e os tipos de produtos que projeta que, mesmo de maneira sutil, demonstra à população pontos fortes e fracos dos produtos concorrentes. Pode inclusive se valer disto, para demonstrar possibilidades de produtos conforme o foco de consumo.

No caso de produtos sustentáveis, a apresentação do mesmo, e a disponibilidade deste tipo de produto com ênfase aos seus atributos sustentáveis, faz o consumidor perceber que estará contribuindo com a preservação do planeta (mesmo que com pequenas atitudes, afinal, elas são o começo de grandes mudanças) e colaborando com uma escolha mais responsável.

2 O ENSINO DO DESIGN

O ensino do design utiliza-se de conhecimentos das mais diversas áreas, por ser uma atividade de natureza multidisciplinar em sua prática e, conseqüentemente, deve ser da mesma forma multidisciplinar em seu ensino. Sendo assim, áreas que circundam a atividade profissional de design, devem ser abordadas durante a formação dos profissionais que irão se deparar com tais temas durante um projeto de design, por exemplo. Conforme Moura e Somma Junior (2007):

a educação e formação em design, tem preocupação e atenção direcionada ao desenvolvimento de propostas pedagógicas que propiciam ao aluno conceber, desenvolver e produzir produtos de linguagem que se apresenta integrados às questões do homem, de seus contextos e de suas relações sociais, históricas e culturais.

Por isso, na elaboração de um programa pedagógico para ensino superior da área é preciso estar atento a quais assuntos, além dos intrínsecos de design, (como metodologia, história do design, desenho, meios de linguagem e expressão, técnicas de representação bi e tridimensional, entre outras), são aqueles que, devido ao contexto, se tornam necessários, (como ergonomia, ecologia, gestão, legislação, materiais, processos de fabricação), entre tantos outros também relacionáveis aos projetos. Considera-se estes assuntos, baseando-se nas informações disponibilizadas pelo Ministério da Educação com as Diretrizes Curriculares Nacionais, que direcionam todos os cursos de ensino superior no Brasil.

Considera-se aqui, que as intrínsecas ao design são aquelas diretamente ligadas, e fundamentalmente necessárias, para o desenvolvimento de um projeto, de forma mais crua. Já as relacionáveis são aquelas que devido à situação e contexto de vida, tornaram-se da mesma forma imprescindíveis de aplicação e análise dentro dos mesmos projetos, mas percebe-se que foram sendo abordadas conforme as exigências e parâmetros dos usuários foram aumentando perante a sociedade atual.

Além de existir a questão de análise, definição e nomenclatura das disciplinas de áreas correlatas ao processo de projeto de design para formulação de currículo, existe ainda uma indagação sobre a formação do designer de forma integral ou por habilitações, como as tradicionais de gráfico e produto.

Caetano (2004) afirma que atualmente a discussão deste aspecto já tem diferentes pensamentos, mas que insistir em ênfases especializadas aponta o caminho oposto ao da afirmação profissional, já que o mercado de trabalho ainda não é bem preparado para compreender a função e real atuação de um designer. Porém o mesmo autor observa que a demanda por formação superior em design é atendida atualmente através dessa ramificação de habilitações e ênfases, e que estas são estabelecidas justamente por projetos pedagógicos de diversas orientações (CAETANO, 2004).

Para tanto, quanto à formação e pedagogia para o campo do design, Margolin (2000-2001) é enfático ao afirmar que deve ser organizado um “meio capaz de reconhecer e valorizar a pluralidade de métodos e objetivos de pesquisa que compartilhem uma relação ampla com a profissão” do designer. No entanto, um quesito indiscutível é a relação entre teoria e prática e a interdisciplinaridade que se pode considerar obrigatória nos projetos pedagógicos da área, e é neste ponto que se estabelece um padrão de referência comum às graduações de design (CAETANO, 2004).

Esta característica é confirmada quando Couto (1999 p. 07), afirma que “o design é um campo fertilizado por outras áreas de conhecimento”, o que demonstra a necessidade de ensinar disciplinas correlatas ao meio do design, disciplinas de possível aplicabilidade nos projetos, afinal, Couto (1999) ainda diz que a atividade projetual é constante nos cursos de bacharelado de design e podem ocorrer tanto de forma isolada, quanto associada às outras disciplinas disponíveis no curso, justamente pela questão de aplicar conhecimentos em projetos.

Vale lembrar que o desenvolvimento de projetos de forma interdisciplinar é o que possibilitam a integração da teoria e prática juntamente com a aplicação do conhecimento adquirido nas disciplinas correlatas que se encaixam no ensino do design. E quando a área

correlata em questão é a sustentabilidade, pode-se afirmar que o designer toma para si a responsabilidade de ligar o “tecnologicamente possível com o ecologicamente necessário” fazendo nascer novas propostas “socialmente e culturalmente apreciáveis” (MANZINI, VEZZOLI, 2008, p. 20).

3 O ENSINO DA SUSTENTABILIDADE

Durante a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992, popularmente conhecida como ECO92, o termo Desenvolvimento Sustentável carregava a promessa de que um bem-estar baseado na continuidade do modelo de desenvolvimento dos países ricos e no uso desse modelo para os países menos ricos não poderia mais ser mantida, pois o funcionamento desse modelo extrapolava a capacidade de recuperação dos ecossistemas e estava rapidamente consumindo o capital natural (MANZINI, 2008).

Observa-se a necessidade de um processo de aprendizagem social. Que requer uma descontinuidade em direção à sustentabilidade: de uma sociedade onde o crescimento contínuo dos níveis de produção e de consumo material é considerado uma condição normal, para uma sociedade capaz de desenvolver-se a partir de uma redução destes níveis, incrementando a qualidade do ambiente global.

Este processo de aprendizagem social faz com que os seres humanos aprenderam gradualmente, através de erros e contradições – o que é muito comum em processos de aprendizagem – a viver melhor consumindo menos e regenerando a qualidade do ecossistema global e dos contextos locais onde vivem. A sustentabilidade requer um processo de reposicionamento dos modos de vida da sociedade e isso implica um processo de aprendizado coletivo que é, por natureza, lento e complexo (SANTOS, 2009). Este processo é entendido por aqueles que o vivem como uma melhoria nas condições de vida (individual ou coletivamente).

Os cidadãos modernos não foram educados e preparados para viverem em um cenário diferente daquele que o progresso acelerado predeterminou, pois no século passado, quando o cidadão moderno foi educado, prevalecia a abundância de recursos não renováveis e o consumo descontrolado sempre incentivado pelas propagandas. Na educação do mesmo, os assuntos sobre a escassez de recursos naturais, a previsão de impacto ambiental, o controle de

consumo de bens não renováveis e o descarte consciente não foram debatidos ou postos em pauta.

Como a acessibilidade a novos produtos vem ganhando força e isso se deve em parte à globalização e a aproximação de novas tecnologias, o conceito de qualidade dos usuários está em constante mudança. Em relação aos produtos sustentáveis, que estão em evidência no mundo atual, o repertório dos usuários também sofre constantes alterações, portanto é preciso assegurar uma educação eficaz e sem falhas sobre o tema, para que informações provenientes de fontes não confiáveis não sejam obstáculos ou criem barreiras entre o usuário e os produtos sustentáveis disponíveis no mercado.

4 O DESIGN SUSTENTÁVEL

O caos ambiental em que o planeta se encontra exige uma atividade de projetar a partir de requisitos ambientais que devem ser considerados e abordados no desenvolvimento dos produtos. Segundo a Agenda 21, o desenvolvimento sustentável tem como eixo central a sustentabilidade compatibilizando a conservação ambiental, a justiça social e o crescimento econômico.

A partir dos anos 80 os termos “ecodesenvolvimento” e “desenvolvimento sustentável”, passaram a apontar para a necessidade do equilíbrio entre o ambiental, o social e o econômico, fazendo o elo muito difundido como ‘os três pilares da sustentabilidade’. Os países desenvolvidos passaram a colocar a ênfase da sustentabilidade na questão ambiental, assim percebe-se a preocupação de países em desenvolvimento em incluir também a questão socioeconômica.

Atualmente, pode-se observar um duplo desequilíbrio: de um lado o esgotamento dos recursos naturais, de outro um aumento crescente dos resíduos provenientes do consumo. Algumas estratégias são utilizadas para unir design e sustentabilidade, por exemplo, através da implantação da análise do ciclo de vida dos produtos (*Life Cycle Design – LCD*) e de estratégias projetuais. Essas estratégias integram os requisitos ambientais nas fases de desenvolvimento do produto oferecendo assim a possibilidade de introduzir critérios e diretrizes coerentes com os requisitos da sustentabilidade.

A sustentabilidade influencia as decisões de design por chamar a atenção para as questões relacionadas à fabricação de um produto, matérias primas, transporte, vendas, uso e descarte. Concentra-se em fatores como o uso de energia e de materiais, custo do combustível para transporte, processos de produção, subprodutos, capacidade de reciclagem e impacto

ambiental, ou seja, etapas e fatores que o design deve levar em consideração no desenvolvimento de produtos.

A orientação da inovação rumo à sustentabilidade para os designers, é a capacidade de dar uma orientação estratégica às próprias atividades, na sua habilidade em definir objetivos que combinem suas próprias necessidades e exigências com os critérios de sustentabilidade que estão gradualmente vindo à tona (MANZINI, 2008). Assim é possível chegar ao Design estratégico para a sustentabilidade, onde é preciso encorajar a inovação radical orientada para a sustentabilidade, e trabalhar através do design estratégico e suas características, objetivos e modos de operação. A fim de conceber e desenvolver novas (e sustentáveis) soluções, e para implementá-las, colaborar na construção das apropriadas parcerias.

Os designers possuem instrumentos para operar sobre a qualidade das coisas e sua aceitabilidade, atração que novos cenários de bem-estar possam exercer, oferecer novas soluções a problemas, propor seus cenários como tema em processos de discussão social, colaborando na construção de visões compartilhadas sobre futuros possíveis e sustentáveis. Alguns projetos de produtos são claramente percebidos como causadores de impactos ambientais. E neste caso, os indivíduos tem a oportunidade de atuar diretamente na aceitação ou rejeição de determinados produtos.

5 INFLUÊNCIA DO DESIGN NA CULTURA SUSTENTÁVEL

A percepção da sociedade e dos indivíduos de que vivem em um mundo limitado e interconectado, gera uma desesperada busca por mudança assim alguns valores e objetivos que se deve atingir não devem ser individualizados, mas sim tornar-se próprios da humanidade inteira (MANZINI E VEZZOLI, 2008).

Algumas iniciativas são cruciais para promover e orientar o processo de transição rumo à sustentabilidade (como experimentos sociais e futuros possíveis). O que gera “Inovação social” que representa mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades, guiadas mais por mudanças de comportamento (MANZINI, 2008).

Para Kotler (2000), o comportamento de compra do consumidor é influenciado por fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Em relação à cultura, é importante que seja observado quais valores os adultos passam às crianças já que a medida que crescem, as crianças adquirem alguns valores, percepções, preferências e comportamentos de sua família e de outras instituições.

O consumidor consciente, antes de consumir, deve refletir sobre alguns pontos importantes: a necessidade de consumir, qual o tipo de produto a ser consumido, como pagar o produto, de qual empresa deve comprar, como deve utilizar o produto, e como irá descartá-lo após o término de sua vida útil (INSTITUTO AKATU, 2007).

Com isso é possível encontrar um consumidor com princípios voltados à sustentabilidade, que se preocupa com o equilíbrio das questões sociais, ambientais e econômicas, que coopera e valoriza o varejista que destaca e vende produtos sustentáveis, demonstrando quando seus interesses estão de acordo com o que ele encontra à sua disposição.

O designer cria, projeta, faz melhorias e altera produtos já existentes e por isso se defronta com problemas durante a criação e produção destes. Mas mais do que isso, ele tem poder para inspirar o desejo dos consumidores, o que pode ser feito através dos valores e atributos que são transpostos aos produtos. Segundo Twitchell (2000, *apud* FAGGIANI, 2006) consumir produtos sem significados é algo quase impossível, e devido a isso, Faggiani (2006) afirma que quando estes são usados ou adquiridos, o consumidor acaba comunicando e exercendo um papel social.

É importante lembrar que o valor de cada produto é determinado pela cultura, por isso dependem de seu contexto: lugar e tempo na sociedade, e assim o consumo se torna um indicador do estilo do consumidor. Os indivíduos se reconhecem entre si e constroem identidades através do consumo. Esses reconhecimentos e identidades que os consumidores criam são utilizados pela indústria cultural, que acaba se valendo do uso de imagens que sugiram essas identidades reconhecidas pelo consumidor para evocar seus sonhos, anseios, ambições e fantasias.

6 METODOLOGIA

Visando apresentar as relações entre o ensino do design e a geração de cultura voltada para a sustentabilidade, buscou-se determinar de que formas o design pode ser um aliado na formação cultural da população, através dos produtos que projeta, visando a sustentabilidade.

A realização do presente estudo iniciou-se com a etapa já apresentada, de levantamento bibliográfico, o qual tem base em material já publicado para fornecer fundamentação teórica e conhecimento referente ao tema através de coleta de dados bibliográficos (GIL, 2010).

A fim de validar tudo o que foi exposto até então, percebe-se a necessidade de coletar e analisar alguns dados sobre o tema para iniciar a segunda etapa, que é de pesquisa exploratória, a qual tende a proporcionar maior familiaridade com o problema e ajuda a identificar os fatos relevantes que devem ser investigados (GIL, 2010).

De acordo com o conteúdo coletado em material bibliográfico, percebe-se que os dados que validarão a pesquisa teórica já realizada, são referentes: a) ao formato de ensino do design, b) ao interesse da população em produtos diferenciados com relação à sustentabilidade (frutos do trabalho de um designer) e, c) à influência da apresentação do produto do como produto 'verde' ou ecológico na gôndola na hora da escolha do mesmo para a compra. Esta etapa de coleta e análise de dados é indicada como trabalho futuro, baseada no material bibliográfico já coletado e apresentado no presente artigo, a fim de comprovar as relações propostas.

7 CONCLUSÃO

Ao conseguir transmitir mensagens através de produtos desenvolvidos de acordo com as questões da sustentabilidade, e influenciar o consumidor a considerar mais frequentemente a compra destes produtos, o designer estará atuando de forma a conscientizar o consumidor. Desta maneira, é possível dizer que há uma forma de conscientizar a sociedade sobre as necessidades de atitudes mais sustentáveis por meio do design de produtos.

Deve-se considerar, portanto que a formação de um designer que busque cumprir requisitos sustentáveis e que tenha pleno conhecimento das formas de por em prática toda a teoria das necessidades do tema, faz a diferença nos produtos que serão desenvolvidos e conseqüentemente estarão conscientizando a população e fazendo-a pensar de maneira mais sustentável e responsável.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAETANO, Júlio Cesar. **Que designers estamos formando?** In: MAGUALHÃES, Eliane; et AL. **Pensando Design**. Porto Alegre: Uniritter, 2004.

COUTO, R.; OLIVEIRA, A. J. **Formas de Design**. Rio de Janeiro: 2AB/PUC Rio, 1999.

FAGGIANI, Kátia. **O poder do design: da ostentação à emoção**. Brasília: Thesaurus, 2006.

INSTITUTO AKATU. **Pesquisa nº7 – 2006: Como e por que os brasileiros praticam o consumo consciente?** 1ª Edição. São Paulo, 2007.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. 10. ed. Tradução Bazán Tecnologia e Linguística; Revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

MANZINI, E. **“Design para a inovação social e sustentabilidade”**. Cadernos do Grupo de Altos Estudos, Programa de Engenharia de Produção da Coppe/UFRJ, Rio de Janeiro, vol. I, 2008.

MARGOLIN, V. **Os dois Herbert**. Arcos. V. III. número único, Ed. Contra Capa p 48-63, 2000-2001).

MOURA, Monica; SOMMA JUNIOR, Nelson. **Design: Interdisciplinaridade no Ensino e na Aprendizagem** In: VAN DER LINDEN, Julio Carlos de Souza. (org.) **Revista D: design, educação, sociedade e sustentabilidade**. Porto Alegre: Uniritter, p. 65 – 79, 2007.

SANTOS, Aguinaldo dos. **Níveis de maturidade do design sustentável na dimensão ambiental**. In: Moraes, Dijon De, KRUCKEN, Lia (org.) **Design e sustentabilidade**. Coleção Cadernos de Estudos Avançados em Design. Belo Horizonte: EdUEMG, 2009, v. 1. p. 13-26

TWITCHELL, J. **In praise of consumerism**. Reason, ago/set. 2000