

SUSTENTABILIDADE NO DESIGN

Bruno Oro de Abreu – Graduando em Design Industrial, bruno_oro@hotmail.com,
UNIVALI

Adriana Girardelo Trentin – Bacharel em Design Industrial,
adritrentin@yahoo.com.br, UNIVALI

O presente artigo objetiva ressaltar a importância do Designer Industrial/Produto nas próximas décadas devido à degradação dos bens naturais do planeta Terra, pois cabe a este profissional utilizar materiais e processos fabris adequados para a reutilização/reciclagem, descarte e sustentabilidade de produtos. Com isso busca-se suprir as necessidades da demanda e não propiciar somente o luxo à uma parcela da sociedade, sendo subsequente o enriquecimento das empresas fabricantes. Sendo assim, é necessária a devida instrução acadêmica para que surjam profissionais capacitados para exercer de maneira adequada a profissão juntamente com a conscientização da população e de profissionais tanto da área de Design quanto de outras. Portanto, torna-se necessária a regulamentação desta profissão para que a produção de bens de consumo ocorra de maneira correta evitando que profissionais não capacitados atuem em projetos.

Palavras-chave: design industrial, regulamentação, sustentabilidade.

1. INTRODUÇÃO

O planeta terra tem sido referência em abordagens políticas, sociais, dentre outras, quando o assunto é ecologia. Não é novidade o planeta estar em degradação devido à irresponsabilidade da humanidade, composta por consumidores, empresários engenheiros, arquitetos, designers, dentre outros. Tal fato é decorrente da aceleração industrial descontrolada surgida em décadas passadas, onde mesmo com a tentativa de grupos ecológicos recém-formados na época não houve conscientização populacional, como apresenta Löbach (2001, p. 217): as graves dificuldades econômicas do final da década de 1970, em vez de sustentarem o interesse público pela questão ambientalista, acabaram empurrando a ecologia para o segundo plano das notícias [...].

Para Denis (2000, p. 219) as ameaças ambientais mais graves advêm do consumismo indiscriminado de matérias-primas e do acúmulo de materiais não degradáveis descartados como lixo. Estes fatos são decorrentes do valor simbólico que cada produto transmite diante a sociedade como cita Dormer (1995, p. 129): [...] um dos denominadores comuns da sociedade é o fato de quase toda pessoa querer pertencer a uma classe ou grupo; a função dos objetos materiais é representar a qual essa pertença.

Surgindo uma cultura consumidora compulsivo pelo o que há de mais novo no mercado, ou seja, é um dos fatores do desequilíbrio ecológico atual e favorece o sistema econômico capitalista. Surgindo as seguintes questões: o designer de produto não deveria prever estas conseqüências? O consumidor tem pleno conhecimento do produto

que irá adquirir? Estas são perguntas relevantes na produção de um produto, que por sua vez pode conter as respostas no design desenvolvido sem suas devidas preocupações e precauções, ou seja, informações as quais geralmente são ignoradas pelo consumidor e muitas vezes também a ele não transmitidas devido à estratégia de marketing, designers e fabricantes para que o produto seja apenas vendável, resultando apenas ao lucro da empresa fabricante.

2. LEVE NOÇÃO DA DEGRADAÇÃO INCONSEQÜENTE

É evidente a degradação dos bens naturais do planeta nos dias de hoje em decorrência do descarte de produtos como embalagens, sacolas plásticas, eletro-eletrônicos, lixo orgânico, dentre outros. Como exemplo em nosso país, pode-se citar o rio Tietê, onde é realizada a tentativa de despoluição desde o início da década de 90 sem grandes sucessos. Segundo ROCHA (2008) consta no levantamento realizado pela Cetesb um aumento da poluição no ano de 2006 no rio, devido ao crescimento populacional da cidade de São Paulo juntamente com a falta da conscientização da população para com esta causa; ou seja, são descartados pela população sacolas com dejetos dos mais variáveis tipos no rio, eletro-eletrônicos, pneus, dentre outros, sem nenhuma preocupação das conseqüências dessas atitudes, que por sua vez, são causadoras de enchentes e doenças.

O mesmo autor em sua abordagem sobre o aquecimento global, relata também que o Brasil é, hoje, o 4º maior emissor de gases do efeito estufa devido às queimadas e ao desmatamento. Nosso país desmata cerca de 15 a 20 mil km² por ano (Sergipe tem área de 21.910 km²), o que corresponde a 74% de nossas emissões de gás de efeito estufa. Questiona-se porque os políticos ainda não tomaram uma atitude mais severa para evitar com eficiência esse mal que atinge a população mundial; será que estão esperando que a Floresta Amazônica vire deserto, para que assim tomem uma atitude? Caso isso venha acontecer provavelmente será inútil tentar recupera-la, pelo fato que já é comprovado que o solo da Amazônia é infértil para qualquer tipo de cultivo, pois ela sobrevive pelo seu próprio ciclo ecológico.

As mídias juntamente com o marketing de empresas deveriam difundir uma nova cultura aos consumidores para adquirirem produtos com preferência por fabricação de árvores de reflorestamento. Aos agricultores ensina-los que as queimadas com o tempo faz com que o solo torne-se infértil, sendo a melhor atitude incentivar o plantio de inter-safras, pois esse método ajuda a manter o solo em equilíbrio/fértil não gastando tanto em produtos químicos para fertilizá-lo. Para que haja melhor controle dos gases lançados na atmosfera pelas indústrias, devem-se realizar constantes fiscalizações nas mesmas, para que elas por sua vez cumpram com as leis e usem filtros em suas chaminés. Os predadores da Amazônia, os agricultores, as indústrias praticando essas atitudes ajudariam na redução do aquecimento global e a agricultura não sofreria tanto com as variações climáticas fora de época que se percebem nos últimos anos, sendo ciente que esses fazem parte do capital de giro do Brasil.

3. UM AGRAVANTE CHAMADO LUXO

O luxo sempre foi divisor de poder dentro das classes sociais, antigamente, como relata Löbach (2001, p. 36), a produção de um produto era desenvolvida

manualmente por artesões e artistas plásticos. Estes produtos eram diferenciados de acordo com sua estética e materiais utilizados, para que pudesse transmitir o *status* a cada classe, como mostra a figura 01.

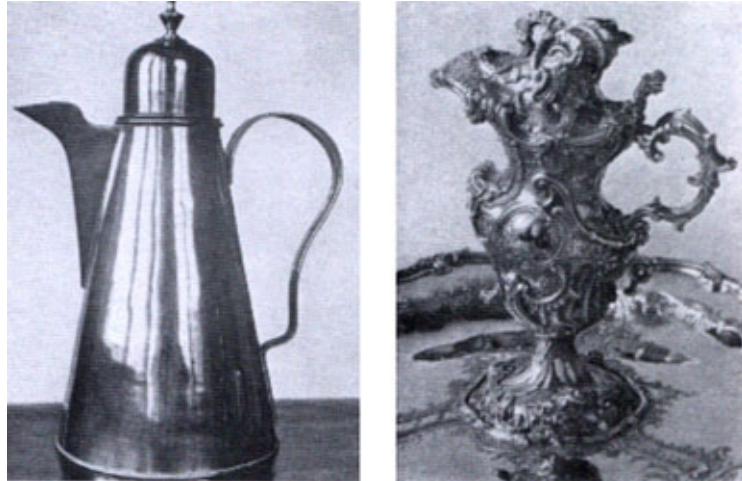


Figura 01: Jarras de fabricação artesanal
Fonte: Löbach (2001, p. 37)

Para a classe alta agregavam-se os valores estéticos através de materiais preciosos (ouro, diamante, pedras, dentre outros) ou do movimento artístico decorrente na época de tal maneira que sucumbisse aos olhos desta classe em busca de seu *status* diante a sociedade. Já para as classes inferiores os produtos possuíam formas mais limpas objetivando a simplicidade, estes por sua vez, não possuem tal valor simbólico quanto os produtos da classe alta e melhor utilização dos materiais não nobres, proporcionando preços/custo mais acessíveis.

Em meados de 1800 ocorrem alterações nas classes sociais, por causa da industrialização devido às diversas guerras e crises monetárias, houve ascensão de novas classes sociais, com queda dos antigos senhores. Isto resultou em uma população cada vez mais numerosa de classe média com *status* intermediário. Löbach (2001, p. 93) complementa que com esse desenvolvimento e como consequência da vasta especialização e qualificação dos trabalhadores, amplas camadas da população alcançaram uma posição social mais elevada.

O meio empresarial percebeu rapidamente a dupla vantagem de reforçar e acelerar os ciclos de moda já existentes: um produto não somente se tornava mais atraente por estar na moda, como também fazia-se indispensável a sua substituição assim que saísse de moda. O estilo virava assim um propulsor sistemático de novas vendas e a idéia da obsolescência estilística – ou seja, de que um artigo se tornasse obsoleto em termos estéticos muito antes de se desgastar pelo seu funcionamento – começava a tomar forma como estratégia mercadológica consciente, pressionando o consumidor a comprar novos produtos com uma maior frequência. (DENIS, 2000, *apud* WHITELEY, 1993, p. 136)

Um século após o período da industrialização surge a Bauhaus, a primeira escola de ensino especializado em design que foi fundada através da união de duas escolas já

existentes na época, a academia de belas artes e a escola de artes e ofícios (Weimar – Alemanha). A Bauhaus teve como primórdio suprir as necessidades decorrentes nos produtos projetados anteriormente por artesões, artistas plásticos, engenheiros, dentre outros.

Esta escola teve grande importância para a indústria de produtos e para os consumidores, pois com a formação de profissionais especializados na área de design pôde-se obter produtos mais adequados ao consumidor, de tal forma que o consumismo obteve grande aumento, favorecendo o enriquecimento e desenvolvimento tecnológico de algumas nações, tornando-as potências mundiais. O processo fabril da maioria destes produtos ocorre de maneira errônea e empírica, dificultando sua re-utilização e descarte de forma biodegradável juntamente com o consumismo ilimitado dos mesmos.

Nosso ambiente atual é o resultado da soma de múltiplos fatores, que se estabeleceram por meio de processos de planejamento, configuração e produção independentes uns dos outros. Estas ações não coordenadas apresentam em certas ocasiões efeitos secundários negativos, decorrentes da falta de uma solução global do problema. Estes aspectos negativos como a poluição ambiental, exploração sem limites das matérias-primas, sobrecarga do meio ambiente com a superprodução etc., não podem ser eliminados totalmente. Por isso é essencial compreender que, no futuro, as ações individuais deverão ser sintonizadas umas com as outras, a fim de evitar um caos ainda maior. Em cada projeto devemos questionar em primeiro lugar a importância que ele terá para a sociedade, se o resultado do processo de planejamento e de configuração é sensato, se há aspectos negativos a considerar. Não deverão ser consideradas somente as vantagens econômicas e sim os possíveis efeitos sobre a comunidade. Isto não pode ser tarefa somente do designer ambiental mas, sim, primeiramente, dos que lhe encomendam o trabalho. Os lucros a curto prazo devem ser confrontados com os efeitos sociais a média e longo prazos. (LÖBACH, 2001, p. 21):

4. UM LUXO ATUAL

Margolin (1998, pg. 43) apresenta fatores comportamentais da humanidade em relação ao consumismo que representam por quais motivos a sociedade atual tem aumentado a gama pela aquisição de produtos. O materialismo tem se tornado parte tão integrante das noções de felicidade que o desenvolvimento de produtos encontra-se emaranhado de forma quase inextricável à busca do melhoramento da vida humana.

Esse efeito se manifesta pela diferenciação de níveis de qualidade, que gera, por sua vez, uma gama extraordinária de produtos oferecidos ao consumidor, o qual passa a medir o valor de sua aquisição em relação aos padrões mais elevados da área e até mesmo a almejar um *upgrade* de qualidade, quando as circunstâncias permitirem. Se antigamente o estético ditava a classe social, atualmente é o estético mais o simbólico, ou seja, frequentemente, a qualidade do produto está além daquilo que o

usuário pode aproveitar mas, mesmo assim, a compra é efetuada porque o produto representa o que há de melhor e isto vem a constituir-se em uma declaração simbólica. (MARGOLIN, 1998, pg. 43)

É vasta a variedade de produtos que fazem os consumidores realizarem *upgrade* e muitos desses são considerados produtos de “luxo”. Por sua vez, esses produtos podem ser desde um simples celular a um automóvel, onde atualmente a sociedade está mais preocupada com quantos recursos a mais irá ter, para demonstrar status diante a um grupo, do que algo que supra as suas reais necessidades. A mesma analogia aplica-se ao meio ambiente, o ser humano está retirando cada vez mais da natureza para “ter” e esquecendo que a natureza precisa “ser/existir” para poder oferecer matéria prima para a produção de produtos nas indústrias. Como Munari (1998, p. 30) já afirmava: o designer não deve deixar-se ao lucro excessivo do industrial e ao prejuízo do consumidor.

5. UM NOVO RUMO AOS DESIGNERS?

Os designers industriais/produto possuem atualmente o desafio de induzir/aguçar nos consumidores o desejo de compra de produtos onde a principal base de projeto seja a sustentabilidade e as necessidades básicas do ser humano. Assim, não se preocupando apenas com o pós uso, ou seja, apenas por determinadas peças ainda não desgastadas, ou mesmo pela sua reciclagem.

[...] a formação profissional em design requer uma atenção muito especial relacionada às áreas de materiais e sistemas de produção, visto que as decisões na seleção responsável dos materiais de um projeto irão implicar diretamente no bom desempenho de um produto. Neste momento, torna-se necessário um grande conhecimento sobre tais processos envolvidos, pois os frutos de uma escolha trarão consigo uma série de impactos, positivos e negativos, ao meio ambiente, associados à extração das matérias-primas, pré-produção, distribuição, uso e descarte final dos produtos projetados. (TONICELO; ANTUNES, 2008)

Para que ocorram mudanças consideráveis para com o descarte de produtos/embalagens e sua respectiva reutilização cabe aos diretores de empresas com o auxílio de designers a elaboração produtos adequados tanto aos consumidores quanto a natureza, reduzindo consideravelmente a degradação ambiental nas próximas décadas, além da conscientização de consumidores para com o descarte e re-utilização dos respectivos produtos e a compra consciente.

6. DESIGNERS DESUNIDOS

Não basta alguns desejarem que a sociedade torne-se mais consciente das suas atitudes e escolhas de compra se ao decorrer da história os profissionais da área de design têm trabalhado cada vez mais individualmente, a ponto de não possuir nenhuma união entre estes profissionais para que a profissão possa progredir e ser conhecida pela população, como cita Margolin (1998, p. 18):

O design vem perdendo, ao longo dos últimos anos, o sentido do “destino coletivo” da profissão e vem se retraindo cada vez mais à

segurança relativa do seu espaço individual, conformando-se com a marginalização progressiva da profissão em um mundo (leia-se, um mercado) ansioso para se ver livre de “ideologias ultrapassadas”, tal qual a ideologia da função social do design que exerceu um fascínio tão poderoso.

Acredita-se que os próprios profissionais da área de design vêm desmoralizando a profissão nos últimos tempos perante a sociedade, pois é comum a população não saber qual é a real função de um designer e mais vergonhoso ainda recém formandos não saberem explicar e/ou defender sua classe profissional. O processo pode ser combatido ,chegando-se a uma conceituação nova da natureza essencial do design que possibilite compreender sua “profunda relevância” para a época em que vivemos, como cita Denis (1998, p. 17).

O designer é a atividade que gera planos, projetos e produtos. É uma atividade que produz resultados tangíveis, os quais podem funcionar como demonstrações ou discussões das maneiras em que poderíamos viver. O design está reinventando constantemente os seus objetos de estudo, sua área de abrangência; não se limita, portanto, a categorias antiquadas de produtos. (MARGOLIN, 1998, p. 47)

7. A NECESSIDADE DA REGULAMENTAÇÃO DO DESIGNER INDUSTRIAL/PRODUTO PARA O PROFISSIONAL, CONSUMIDOR E MEIO AMBIENTE

A regulamentação da profissão de designer industrial/produto vem sendo a muito tempo discutida em congressos brasileiros, onde profissionais da área aprovam ou desaprovam de acordo com seu interesse, tais fatos demonstram o desinteresse e/ou falta de conhecimento dos acadêmicos (futuros profissionais em design) e a desunião dos profissionais dessa área, como já citado anteriormente, uma falta de respeito para com sua profissão.

A questão da regulamentação profissional é complexa e multifacetada, mas enquanto alguns designers insistirem em um discurso de exclusão e de privilégios com base não em critérios de capacidade profissional mas em títulos e genealogia, permanecerá a tendência de desagregação e facciosismo que tem afetado de modo tão negativo a consolidação do campo entre nós. (DENIS, 2000, p. 178)

É questionável o conceito dos profissionais que desaprovam a regulamentação da profissão, faça-se por ceticismo ou mesmo por comodidade. Este é um tema de suma importância para o futuro do design e para o equilíbrio do ecossistema que vem sofrendo com atitudes impensadas em projetos.

Como atividade posicionada historicamente nas fronteiras entre a idéia e o objeto, o geral e o específico, a intuição e a razão, a arte e a ciência, a cultura e a tecnologia, o ambiente e o usuário, o design tem tudo para realizar uma contribuição importante para a construção de um país e um mundo melhor. (DENIS, 2000, p. 223)

Através da regulamentação o profissional pode usufruir de aspectos positivos como honorários por projetos (piso salarial) e/ou até mesmo a defesa de seus direitos para com o mercado e/ou o consumidor. Já o anti-ético poderá ser punido de acordo com seus atos, pois para que ocorra o devido respeito desta profissão, deve-se considerar sua periculosidade tanto quanto outras profissões, onde um projeto errôneo pode causar vastas conseqüências acarretando em problemas ambientais e até na saúde de seus consumidores, tais quais pode-se ver em muitos produtos cujo desenvolvimento ocorreu nestas ultimas décadas ou anteriormente.

A sustentabilidade global, talvez seja a equação que se faz entre participação no mercado e poder político, acredita-se que a inovação e o desenvolvimento de produtos são a forma motriz da economia global. O Brasil necessita de melhoria para seu crescimento, pois como cita Denis (2000, p. 223) o país está carente de sistemas de organização coletiva, de clareza na difusão de informações, de planejamento estratégico da produção, de soluções criativas para problemas aparentemente insuperáveis.

Assim, da postura inicial de uma visão imediatista e inevitavelmente consumista de produzir novos bens de consumo, o desenhista industrial passa a ter, nos países em desenvolvimento, o seu horizonte alargado pela presença de problemas que recuam desde situações, formas de fazer e de usar basicamente primitivas e pré-industriais, até a convivência com tecnologias as mais sofisticada e ditas 'de ponta'. Já não há mais lugar para o velho conceito de forma e função do produto como tarefa prioritária da atividade. (MAGALHÃES, 1998, p. 12)

CONCLUSÃO

Já que uma grande porcentagem dos consumidores busca o *status* do produto, torna-se interessante o designer industrial/produto induzir as compras mais conscientes, através de produtos desenvolvidos com a preocupação na sustentabilidade do planeta. Outro fator que não pode ser prejudicado é a qualidade final e a funcionabilidade dos produtos, proporcionando *upgrades* mais acessíveis, através de bons projetos, ou seja, saber reutilizar maquinários, aumentar a vida útil de um produto entre outras formas cabíveis.

Isso tudo se consegue nos processos fabris, escolha de materiais, aspectos físicos, simbólicos, para que ocorram de maneira correta no projeto de um produto precisa-se da conscientização dos profissionais da área de design, para que estes por sua vez, não se deixem envolver apenas pelo lucro de um projeto. Porém, para que isto ocorra de maneira exata, torna-se necessária a regulamentação deste profissional, possibilitando-o um trabalho correto e efetivado, ou penalidades caso imprudência. Tais fatores apresentados no presente artigo buscam demonstrar as devidas responsabilidades do profissional.

Tendo em vista as abordagens em design industrial/produto, pode-se perceber a necessidade da união e conhecimento de cada profissão (suas devidas funções perante a sociedade) para que possam ajudar a conquistar um equilíbrio ecológico "novamente"; pois o custo para limpar rios poluídos, purificar o ar contaminado e recuperar solos desnutridos são astronômicos, mas precisam ser encarados para que ocorra a

restauração, segundo Margolin (1998, p. 47). Para que isso torne-se a cultura de uma nação é preciso conscientização e divulgação através da mídia (televisão, revistas, rádios, internet), no meio acadêmico (formadores de opinião), a participação do mercado (consumidores) e poder político.

O presente artigo não pretende especificar qual seria a “função” de um arquiteto, de um engenheiro, de um biólogo, de um político para a sustentabilidade global, mas sim reforçar a importância de acadêmicos em design industrial/produto (profissão interdisciplinar) agregarem a consciência de produtos sustentáveis (sendo atualmente fraca ou nula) para que possa surgir uma nova cultura mais humana e responsável pelas atitudes perante o meio em que se vive; tornando-se um conceito em design literalmente tangível ao ponto de conseguir-se regulamentar, pois a humanidade só tem a ganhar – exigindo dos acadêmicos e do mercado melhores resultados.

Todos conscientes de que o chamado processo de desenvolvimento de uma cultura não se mede somente pelo progresso e pelo enriquecimento econômico, mas por um conjunto mais amplo e sutil de valores. Isto quer dizer que só através de análise e de estudos interdisciplinares, se poderá alcançar a compreensão do conjunto de fatores que serão capazes de configurar um crescimento verdadeiramente harmonioso. (MAGALHÃES, 1998, p.12)

Portanto, assim como existem os devidos órgãos defensores dos direitos de profissões como medicina, direito, entre outros, torna-se necessária a regulamentação desta profissão juntamente com o surgimento de um órgão específico para que mantenham os direitos tanto destes profissionais quanto dos consumidores/empresas, melhorando de maneira considerável a economia do país, o devido cuidado com o meio ambiente e uma melhor qualidade de vida do consumidor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. 1.ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda, 2000.
- DENIS, Rafael Cardoso. **Design, cultura material e o fetichismo dos objetos**. Edição Arcos. Design, cultura material e visualidade. Vol. 1 outubro de 1998.
- DORMER, Peter. **Os significados do design moderno. A caminho do século XXI**. Porto: Centro Português de Design, 1995.
- LÖBACH, Bernd. **Design Industrial. Bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda, 2001.
- MAGALHÃES, Aloísio. **O que o desenho industrial pode fazer pelo país?** Edição Arcos. Design, cultura material e visualidade. Vol. 1 outubro de 1998.
- MARGOLIN, Victor. **O design e a situação mundial**. Edição Arcos. Design, cultura material e visualidade. Vol. 1 outubro de 1998.
- MUNARI, Bruno. **Das coisas Nascem as coisas** São Paulo – SP: Ed. Fontes, 1998.
- ROCHA. **Ambiente em foco**. Aquecimento global e congelamento político. Disponível em: < <http://www.ambienteemfoco.com.br/>> Acesso em: 14 de fevereiro de 2008
- TONICELO, Roberta Helena dos Santos; ANTUNES, Douglas Ladik. **Estudos dos materiais a partir de seus ciclos de vida: um olhar sobre as conseqüências ambientais de seus empregos no design**. Florianópolis. Universidade Federal de Santa Catarina –



**II ENCONTRO DE SUSTENTABILIDADE EM PROJETO DO VALE DO ITAJAI
9, 10 E 11 DE ABRIL DE 2008.**

UFSC. Disponível em: < <http://www.ceart.udesc.br/> > Acesso em: 15 de Fevereiro de 2008.