ingrid moura wanderley

o design dos outros

interações criativas na produção contemporânea de artefatos

maria cecília loschiavo dos santos
orientadora

ingrid moura wanderley

o design dos “outros”

interações criativas na produção contemporânea de artefatos

Prof^a. Tit. Maria Cecília Loschiavo dos Santos
orientadora

Tese apresentada à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da
Universidade de São Paulo para obtenção do título de Doutor
em Arquitetura e Urbanismo

Área de concentração: Design e Arquitetura

São Paulo, 2013

AUTORIZO A REPRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO TOTAL OU PARCIAL DESTE TRABALHO, POR QUALQUER MEIO CONVENCIONAL OU ELETRÔNICO, PARA FINS DE ESTUDO E PESQUISA, DESDE QUE CITADA A FONTE.

E-mail autora: ingridmw@uol.com.br

W245d Wanderley, Ingrid Moura
O design dos “outros”. Interações criativas na produção contemporânea de artefatos / Ingrid Moura Wanderley - São Paulo, 2013.
178p : il.

Tese (Doutorado - Área de Concentração: Design e Arquitetura) - FAUUSP

Orientadora: Maria Cecília Loschiavo dos Santos

1.Design 2.Consumo (Práticas cotidianas) 3.Interação do Objeto (Usuário) 4.Non-intentional design I. Título

CDU 7.05

Capa e projeto gráfico: Francisco Sales Trajano Filho

Dedicatória

Geraldo e Astrid (minha inspiração)

Sales (minha direção)

E a todos os “outros” que se arriscam na (re)criação de artefatos para
solucionar problemas cotidianos (minha contribuição)

Agradecimentos

No decorrer da longa jornada desse doutorado, que vai além dos quatro anos, na verdade, parece uma vida inteira, incontáveis foram as ajudas em diversos momentos e por diversos meios que me auxiliaram a chegar ao término deste trabalho. Que, de fato, agora sinto, é o início de novos desafios e oportunidades. Não há palavras nem espaço suficiente aqui para falar quão importantes foram os que cruzaram meu caminho e de alguma forma, até mesmo sem intenção, me incentivaram. Por isso, me perdoem alguma ausência.

A Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, FAU-USP e FAU Maranhão, ao Instituto de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, a Victor Papanek Foundation - University of Applied Arts Vienna, pela oportunidade de pesquisar no seu acervo;

A FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) pelo apoio financeiro que permitiu dedicar-me integralmente ao desenvolvimento do trabalho;

Maria Cecília Loschiavo dos Santos, minha estimada professora orientadora, que em meio dos seus incontáveis compromissos mostrou-se sempre amiga e incentivadora, transmitindo confiança e estímulo tão importantes nesta difícil jornada;

Aos professores que contribuíram com valiosas sugestões para adensar, melhorar e aprofundar a tese, no exame de qualificação. Cada um à sua maneira, David Moreno Sperling (IAU-USP) com uma leitura extremamente atenta, sensível e precisa e Rafael Cunha Perrone (FAU-USP), querido professor, cuja orientação busco desde a época do mestrado. Aos funcionários da secretaria da Pós-Graduação da FAU-USP pelos auxílios burocráticos;

Mariana Rachel Roncoletta, Marília Riul, Renata Cabral, Tatiana Sakurai, Thaís Cruz, mais que parceiras acadêmicas com dicas, conversas, entusiasmos ou desânimos. Jane Almeida (professora da UNEMAT- Universidade do Estado do Mato Grosso), Tita Araújo, Silvana Feitoza (coordenadora do CRC Marista), Natália Regina (Eccologin), Bernadete Alves (coordenadora da Brinquedoteca ambulante da Prefeitura da Cidade do Recife), Berto (meu escudeiro e guia pelas periferias do Recife), e todos os amigos e colegas que contribuíram com materiais e imagens para esta pesquisa. Gilson Miranda, Luciene Torres, Rejane Maciel, Virginia Cavalcanti pelas entrevistas concedidas

Luciana Rovegno, querida amiga que por diversas vezes me acolheu, me dando “guarida” em São Paulo nas ocasiões de cumprir compromissos de trabalhos acadêmicos, onde aproveitamos para saborear bons vinhos e infinitas proveitosas conversas que só são possíveis com quem se gosta. Thaís Cruz, cuja amizade tantas vezes demonstrada nesses anos se manifesta com risos e choros, até em forma de “acompanhante e cuidadora” para meus pais, impossível precificar;

Geraldo, Astride, Carlos Eduardo, Natércia, Daniela e Felipe, extensivo aos Moura e aos Wanderley que mesmo à distância estão sempre presentes transmitindo carinho e apoio nessa empreitada. Sigrid que diversas vezes se fez médica, enfermeira, acompanhante, etc., dando-me tranquilidade para trabalhar, eterna gratidão;

Sales, meu querido, pelas inúmeras discussões, sugestões de leituras e revisões de textos acompanhadas de duras críticas que, enfim, foram essenciais para a realização deste trabalho.

O design dos “outros”

Interações criativas na produção contemporânea de artefatos

Resumo

A pesquisa analisa as maneiras e práticas através das quais as pessoas corriqueiramente, movidas por impulsos, fatores e necessidades as mais diversas, se apropriam, repensam e transformam os objetos no seu uso cotidiano. Tais práticas constituem uma fonte privilegiada de aprendizagem dentro do processo de design, ainda que frequentemente menosprezadas em seu potencial. Aplicadas um tanto despreziosamente, passando muitas vezes despercebidas, trazem questões importantes para uma reflexão sobre os pressupostos e ações concretas no âmbito do design, e podem e devem ser consideradas da concepção à produção e reuso de objetos. A partir de uma perspectiva histórica o trabalho recupera certas noções presentes na ideia inicial da constituição do design (forma, função, *styling*, valor agregado) que põem em debate questões como autoria, consumo, descartabilidade, obsolescência e as relações possíveis entre objetos e usuários. Para tanto, trazemos a discussão conceitos como o “*non-intentional design*” (NID), “*low-cost design*”, “design espontâneo” e “não-design”, buscando compreender os diálogos e interações entre as ações de não-designers e designers para então problematizar ideias de autoria e criação observadas e tensionadas em seu sentido a partir dessas noções. Uma verificação atenta dos usos e apropriações de objetos cotidianos - intervenções criativas, movidas por questões socioeconômicas ou não são práticas rotineiras, feitas na maioria das vezes sem uma pretensão consciente de questionar a noção de autoria - pode contribuir para recondicionar a avaliação das próprias qualidades dos objetos.

Palavras-chave: design; consumo; objetos; práticas cotidianas; interações objetos-usuários; non-intentional design.

The design of the "others"

Creative interactions in contemporary artifact production

Abstract

The present research analyzes the ways and practices through which people – who are routinely moved by the most diverse of impulses, factors and needs – appropriate, rethink and transform the objects in their everyday lives. Such practices are a prime source of learning within the design process, yet are often undervalued in terms of potential. Applied somewhat unassumingly, often going unnoticed, these practices raise important questions about assumptions and concrete actions in the field of design, and should always be considered – from object conception to production and reuse. From a historical perspective, the present work restores certain notions present in the initial establishment of design (form, function, styling, added value) – notions that call into debate issues such as authorship, consumption, disposability, obsolescence and possible relationships between objects and users . To do so, we bring to the discussion concepts such as "non-intentional design" (NID), "low-cost design", "spontaneous design" and "non-design" as part of an attempt to understand the dialogues and interactions between non-designers and designers to the discuss ideas of authorship and creation observed and challenged by these notions. A careful examination of the uses and appropriations of everyday objects - creative interventions driven by socioeconomic issues or not which are routine practices performed mostly without a conscious intention to challenge the notion of authorship – may contribute to the reconditioning of the evaluation process of the very characteristics of objects.

Keywords: design; consumption; objects; daily practices; object-user interactions, non-intentional design.

sumário

do design	13
 da forma útil ao consumo da forma	 37
Da forma e da função	40
<i>Styling</i> , forma e consumo	48
Capitalismo, consumo e crítica	55
Design e crítica radical	61
 o design(er) sob suspeita	 71
Autor, obra e forma aberta	75
Morte ou metamorfose do design(er)?	81
Design para um “mundo real” e “pequeno”	91
Tal mundo, qual design?	104
 práticas contemporâneas: o objeto, o usuário	 111
Conceitos em (trans)formação	117
Contingências e (re)criação	125
Artefatos, modos de fazer	139
 ...ao não design (e vice-versa)	 157
 bibliografia	 167

do design...

Garrafa-vaso

Fonte: BRANDES, Uta e ERLHOFF, Michael. *Non intentional design*. Cologne: Daab, 2006.

“Design must embrace misunderstandings mistakes and so-called misuse by people as a source of innovation and a means of improving cultural diversity”

First Declaration of the St. Moritz Design Summit,
2005

Talvez bem mais do que a razão, a opção consciente, sejam os acasos, as afinidades inconscientes, que movem nossas escolhas. Afinidades que afloram sem explicação aparente, determinando rumos que se tornam claros apenas momentos antes de se concretizarem de fato. Fazendo pensar que certas escolhas estão de antemão definidas, ainda que demorem a tomar consciência delas e de seus desdobramentos.

Retrocedendo ao passado, várias lembranças me veem a mente, como os finais de semana em que frequentava as feiras livres de Carpina, cidade do interior de Pernambuco. Desde então as feiras fascinam-me, com sua convivência, à primeira vista caótica, mas, na verdade, com uma ordem própria, de frutas, verduras e carnes, tipos humanos, falas, barulhos, cores, cheiros. No entanto, eram (e são!), sobretudo, os objetos expostos à venda, na maioria das vezes manufaturados a partir de outros objetos, como latas usadas nas

embalagens de produtos alimentícios transformadas em lamparinas, copos, bacias, etc. que mais me chamavam a atenção. Confesso: sim, eu tive uma bacia feita de embalagem de lata que usava nas brincadeiras de boneca!

Voltando mais uma vez ao passado, permito-me aqui contar uma breve historinha dos “banheiros” de acampamentos. Nos anos 1970, nos finais de semana e feriados acampávamos diversas vezes em praias do litoral de Pernambuco e Paraíba. Éramos umas cinco ou mais famílias, sendo que um dos pais era proprietário de construtora e, por isso, encarregado de providenciar o nosso “banheiro”. Lembro que uma das vezes ele chegou com um banquinho dobrável de madeira com um buraco no assento onde se encaixava um saco plástico, a ser substituído todas as vezes que o “banheiro” era usado por alguém. Numa outra ocasião usamos uma privada de louça sanitária. Foi feito um buraco no chão onde se encaixou a privada, e as paredes e porta do banheiro foram feitas com folhas de coqueiro. Uma bandeira presa a um mastro hasteada de dentro era sinal de que o banheiro estava em uso. Quando a bandeira estava fora significava que estava livre. Os dois banheiros funcionaram muito bem. Ao recordar essa história é interessante notar que, mesmo sem perceber, certas práticas de improviso, espontâneas, criativas são tão presentes e tão próximas desde muito tempo na minha vida, como também na vida das pessoas de maneira geral.

Algumas inquietações que movem esta tese, impulsionando os temas aqui abordados, têm sua origem no incômodo provocado pela noção difundida e propagada largamente sobre o design como uma profissão de glamour, de moda, de elite, fundada em preocupações formais e estéticas. Frente a esse entendimento tão estreito, é preciso lembrar que o design está longe de ser apenas isso, com seus sentidos extrapolando em muito essa falsa imagem positiva, “descolada” ou *cool*.

O design abrange questões que vão desde a forma às significações do objeto; da relação do usuário com o objeto à escolha de materiais e processos produtivos, cada vez mais preocupados e conscientes quanto aos problemas ambientais; das necessidades do mercado crescente e competitivo à superabundância de produtos intrínseca à sociedade de consumo e até ao papel e a responsabilidade social dos profissionais envolvidos.

A ideia principal desta tese é que as maneiras e práticas através das quais as pessoas corriqueiramente, movidas por impulsos, fatores e necessidades as mais diversas, se apropriam, repensam e transformam os objetos no seu uso cotidiano, constituem uma fonte privilegiada de aprendizagem dentro do processo de design, ainda que frequentemente menosprezada em seu potencial. Aplicadas um tanto despretensiosamente, passando muitas vezes despercebidas, tais práticas trazem questões importantes para uma reflexão sobre os pressupostos e ações concretas no âmbito do design, e podem e devem ser consideradas da concepção à produção de objetos.

Nascendo com frequência de desvios das funções para quais foram inicialmente concebidos e produzidos, em muitos aspectos esses objetos presentes no cotidiano, encontrados tão comumente nos ambientes de casa ou trabalho revelam muito tanto acerca das necessidades das pessoas, quanto dos seus desejos. Esses diálogos sem palavras, porém concretizados na forma de artefatos, dizem bastante da essência das pessoas, embora sejam ainda muito pouco estudados e mesmo subaproveitados no exercício prático dos designers.

Implícito nessa questão está o desafio de pensar o design como um processo que, muitas vezes, revelar-se mais importante que o resultado final na medida em que amplia e potencializa a compreensão

dos objetos e das ações envolvidas em sua criação. Algo que projeta o entendimento desses objetos numa perspectiva social mais larga, indo além dos limites tradicionais nos quais se encerra o trabalho do designer. Nesse sentido, acreditamos, como Victor Papanek e outros teóricos, que o designer, como qualquer outro profissional, deve dar maior importância ao seu papel social e não apenas cultivar um mercado sedento de lucro. Principalmente levando-se em conta a realidade contemporânea mais imediata caracterizada pelo acentuado nível de destruição ambiental, as catástrofes naturais, o excesso de crescimento gerado pela sociedade capitalista e consumista, os altos níveis de poluição, etc.

Não que se pretenda compreender o designer e seu campo de atuação como um mero exercício de filantropia, envolvimento em trabalhos voluntários e de natureza social, mas que o quadro presente impõe urgência sobre os problemas atuais, e com isso a necessidade de (re)descobrir soluções possíveis para agora e para adiante.

Frente a essa situação, este trabalho orienta-se a partir de um conjunto de questões gerais que servem de hipóteses de partida para construção da tese, dando suporte na estruturação de suas ideias principais: diante do cenário atual de abundante escassez de recursos qual a relevância de se fazer design? Que design é possível produzir nessa circunstância? Que mudanças de paradigmas e olhares se fazem urgentes para conseguirmos novos modos de projetar mais focados nas necessidades humanas? Vivendo numa sociedade altamente consumista onde a norma de obsolescência se impõe, o que o campo de atuação do design pode fazer em busca de soluções para as questões sustentáveis como consumo consciente, reuso, restauro e reciclagem, produção limpa, baixo consumo de água e energia? O que fazer com o lixo e descarte dessa sociedade?

A ideia de que o design não se aplica somente a um produto, mas se estende ao sistema-produto reforça o interesse desta pesquisa que permeia as discussões atuais sobre a criação de novos cenários para o design, juntamente com a conscientização acerca do problema ambiental, da necessidade de reorientação de novos comportamentos sociais, da procura por produtos e serviços que modifiquem processos produtivos em favor de tecnologias limpas, tratamento da poluição e redesenho dos produtos.

No consenso global que tem se configurado a partir da consciência do esgotamento rápido dos recursos naturais, a questão que se coloca não diz respeito apenas ao (re)design de produtos, nem tampouco a simples ajustes tecnológicos, mas em propor cenários e atitudes que correspondam a formas de vida mais sustentáveis. O que implica, por sua vez, uma firme reflexão sobre a própria ideia de necessidade que em geral acompanha e baseia o discurso e a prática do design, de modo a melhor compreendê-la. Como lembra Tony Fry,

“Se continuarmos encarando a ‘necessidade’ como um valor fixo e universal, passível de redução quantitativa e reivindicação, então por certo não conseguiremos identificar e encarar os problemas mais urgentes da humanidade. Aos olhos dos membros de sociedades avançadas, uma coisa é clara: se não reexaminarmos nossas ‘necessidades’, arrastaremos a todos para a morte. Pois o que em geral achamos necessário à maioria de nós é, na verdade, a negação de nossos meios de sobrevivência. Separar as necessidades que amparam a vida das que a destroem não deve ser visto como preocupação moral e sim como imperativo ecológico”
(Fry, 2009, p. 61)

Cercados de objetos destinados a uma cultura do descartável, em que a norma da obsolescência se impõe na medida em que dela parece depender a manutenção e expansão das atividades da economia capitalista globalizada, a satisfação se dirige aos desejos e não às necessidades básicas. O desafio atual parece estar em responder à

procura social de bem-estar, utilizando, de forma otimizada, o mínimo possível de recursos ambientais (Manzini e Vezzoli, 2005). O que demanda, segundo Walker (2005), uma mudança de comportamento de uma sociedade baseada no consumo pautado no fetiche da novidade, que valoriza o novo, para a última tendência, para uma sociedade que valoriza os consertos, reformas e aproveitamento de produtos existentes. Como uma tentativa na busca de benefícios ambientais tanto para a comunidade como para a sociedade e para o indivíduo.

O design de objetos tem assumido importância desproporcional em meio ao culto excessivo ao consumo e ao ritmo acelerado do desenvolvimento tecnológico, levando a rápida obsolescência dos produtos, principalmente aqueles tecnológicos (Walker, 2005). Devemos estar atentos à tendência moderna que leva os indivíduos a uma relação obsessiva com os objetos, encarando o consumo como substituto de interações sociais e de aspectos de intercâmbio entre as pessoas, num fetichismo dominado pelos objetos (Miller *apud* Denis, 1998).

A questão do consumo é bem mais profunda: por um lado a sociedade de consumo transforma o consumidor em um ser passivo diante da agressividade do marketing, que impõe a ideia de felicidade indissociável com a posse: “não posso ser feliz se não tiver um carro da marca X ou uma roupa da grife Y” (Fajardo, 2010, p.15). Para usar os termos do autor, ao consumir afirmo que existo, digo quem sou e que posição ocupo na hierarquia social.

O grande problema parece estar no modelo de sociedade ainda vigente que trabalha em torno da ideia de países menos desenvolvidos dedicados a satisfazer o superconsumo dos países desenvolvidos sem atender às necessidades essenciais de suas populações. Por outro lado, surgem novas interpretações do ato de consumir, podendo ser visto não

mais como sinônimo de alienação e sim como exercício de cidadania e liberdade, principalmente de escolha: escolher mercadorias de acordo com um conjunto de valores que tem a ver com as maneiras de produção.

Esta pesquisa procura mapear contraexemplos críticos a essa realidade dominada pela lógica do mercado que delineiam possíveis cenários de atuação no design, exemplos que fundam seu desenvolvimento em premissas de sustentabilidade ambiental, de respostas sociais às necessidades impostas e na interação criativa desejada, tendo em vista as condições materiais ofertadas pelo meio buscando atender a demandas detectadas na própria realidade, onde se percebe a aplicação de lógicas de reaproveitamento, reuso e reapropriação de objetos descartados, desvios de “lixo” ou subprodutos do consumo para concepção de novos artefatos.

É importante destacar que o termo *objeto* se utiliza aqui para descrever um amplo conjunto de artefatos que encontramos para realizar as atividades cotidianas em casa, nos espaços públicos, trabalho, escola, lugares de diversão, sistemas de transporte, etc. Abrange desde peças de finalidade única e simples, até peças com mecanismos complexos. Alguns objetos são expressões da fantasia humana, enquanto outros são de alta tecnologia (Heskett, 2005). Não queremos também esquecer que os objetos são uma maneira de medir a passagem de nossas vidas, o que usamos para nos definir, para sinalizar quem somos e o que não somos (Dudjic, 2010).

É certo que um dos problemas básicos da indústria moderna se localiza no processamento do pós-uso dos bens de consumo, em que os processos de conserto, recondicionamento, redistribuição, reaproveitamento de materiais e componentes são feitos de maneira

economicamente marginal e rara. Em resposta a essa condição marginal, é preciso instigar a inventividade cotidiana na criação de algo útil a partir de recursos escassos. Fazer usos novos, originais ou não, do que já existe se configura como base para uma abordagem de design eficaz e mais benigna. Desse modo estimulando um retorno à tendência de consertar as coisas e diminuir nossa dependência da aquisição de novos produtos trazendo benefícios tanto ambientais como para as comunidades e para sociedade (Walker, 2005).

Neste trabalho consideramos a criatividade uma das características chave das análises dos artefatos, entendendo criatividade como as possíveis soluções e arranjos dados a partir de um estoque limitado de recursos e materiais. Cuche (2002) aponta o processo criativo como uma nova disposição de elementos preestabelecidos cuja natureza não pode ser modificada, como resíduos, fragmentos, restos, etc., que pela bricolagem constroem um conjunto estruturado original. E a inserção destes materiais neste novo conjunto faz com que eles digam algo diferente do que diziam antes, nascendo com essa nova disposição uma nova significação do objeto.

Adotamos o termo design aplicado tanto em projetos desenvolvidos através do conhecimento erudito, acadêmico e tradicional, como também para designar uma produção artesanal ou semi-industrial de artefatos que foram configurados, arranjados e estruturados de forma a atender às necessidades específicas de um indivíduo ou grupo. Ambas as ideias de design trabalham com o objetivo de atender às necessidades do usuário (manipuladas ou não). No caso, digamos, do design não-especializado, desenvolvido por indivíduos carentes de formação específica, esse usuário final constitui geralmente também o próprio produtor. Enquanto o design especializado é desenvolvido por profissionais com acesso à formação e treinamento

específicos voltados à produção em escala industrial, semi-industrial ou até mesmo artesanal, o design não-especializado, identificado como popular, tradicional, corrente, vernacular ou anônimo, etc., é produzido por pessoas simples, que não tem acesso à formação acadêmica, por meio de conhecimentos adquiridos pela observação da prática destinado a atender a suas próprias necessidades concretas e imediatas gerando produtos adequados ao seu uso e contexto. Essa visão contemporânea da disciplina do design vem sendo explorada em alguns trabalhos acadêmicos (Cardoso, 2003; Valesse, 2007; Afonso, 2010).

Neste sentido, entendemos como conceito de projeto ligado ao design a ideia esboçada por Pereira (2002), cujo olhar atém-se aos objetos desenvolvidos “para satisfazer a uma demanda em que, a cada situação, se emprega uma instrumentação própria, conforme os meios disponíveis para que se tenha como resultado final um produto capaz de atender a determinadas necessidades” (p.20). A demanda pode ser por peças únicas e o imprevisto e planejamento se observam como método de desenvolvimento dos projetos. Embora fora do circuito acadêmico e profissional, essas práticas carregam consigo intenção e propósito próprios e bastante definidos. Portanto, além da concepção acadêmica, também consideramos como projeto as práticas em que se configura claramente um problema, com a metodologia aplicada para solucionar esse problema sendo formulada mentalmente ou verbalmente, alcançando a solução pretendida com o atendimento da necessidade que gerou o impulso inicial para sua produção.

A ideia de que o design pode ser desenvolvido de modo adaptado ao local, usando recursos locais – inclusive resultando em bons produtos com componentes de produção em massa - sendo expressivos as normas e preferências da cultura local é defendida por vários autores, de Victor Papanek a Stuart Walker.

Nesta pesquisa procura-se entender a importância dessas práticas, mais próximas em sua identificação à noção de artesanal, segundo a concepção de Mike Press (1996), ou seja, não como um conhecimento a ser desvalorizado pela educação formal e certo elitismo associados ao design que tendem a reduzi-las à mera habilidade manual. Ao contrário, a prática do artesanal é uma forma de pesquisa que fornece sabedoria (domínio) de materiais, processos, técnicas e métodos. Por meio de diversas práticas de reaproveitamento, reuso e transformação, os indivíduos-artesãos enxergam possibilidades desconhecidas ou ignoradas naquilo que se descarta com frequência como lixo. Parte fundamental da matéria-prima desse estudo é constituída por essas práticas e seus objetos, encarando-os como uma possibilidade alternativa de criação de uma nova cultura mais ética e responsável de produção e consumo, reveladores de desejos e necessidades concretos.

Embora ainda escassos alguns estudos recentes têm explorado as possibilidades de invenção através da ação transformadora do produto do descarte, cada vez em volume maior, da sociedade de consumo contemporânea, em situações de carência social, precariedade de meios, guiados ou não por noções difusas de sustentabilidade. Observando os caminhos alternativos de desenvolvimento de artefatos e suas derivações para o âmbito do design do produto, em sua dissertação *A questão da gambiarra* (2007), Rodrigo Naumann Bouffleur, lançando mão de saberes tanto do campo disciplinar do design como do ideário que conforma as discussões acerca da identidade brasileira, explora os sentidos usuais atribuídos à noção e imagem da gambiarra para reconhecê-la como um método criativo de subverter normativas nas formas de apropriação dos objetos pelos usuários. O estudo traz

¹ Tanto “A questão da gambiarra” quanto “Rua dos Inventos: ensaio sobre desenho vernacular”, além de “Objeto vernacular urbano: comunicação de necessidade” foram trabalhos orientados pela profa. Dra. Maria Cecília Loschiavo dos Santos. A pesquisa que propomos dialoga com esses trabalhos como uma continuação e aprofundamento dessa temática.

para o foco da discussão aspectos como o desenho de artefatos, a função social do design e a questão do lixo, etc.

Mais atenta às qualidades e valores dos artefatos gerados pela “tecnologia da sobrevivência” das pessoas que ocupam o espaço público das ruas, praças e recantos ermos das cidades brasileiras, onde multidões vivem com pouco ou nada, onde moram, trabalham e resistem, valendo-se da criatividade para dar solução minimamente adequada às premências cotidianas, pelos meios possíveis, face à escassez de recursos e materiais, em *Rua dos Inventos: ensaio sobre desenho vernacular* (2002)¹, Gabriela de Gusmão Pereira tensiona a ideia de projeto, inerente ao design, vendo em muitas das peças produzidas por esses “não-designers” elementos próprios daquela ideia. No entanto, diferentes do sentido mercadológico e de efeito estético imediato que direciona a maior parte da atenção e esforço do designer, as soluções mostradas são impostas pela urgência socioeconômica, em que a “necessidade obriga”, conforme um dos depoimentos colhidos com moradores de rua: “vindos de um impulso interno que atende a necessidades específicas, não têm sua forma submetida a imposições de mercado ou da academia. São artefatos tecnicamente desvinculados de expectativas convencionais, embora apresentem forma própria, intencional e autêntica” (Pereira, 2002, p.19).

Expressão da urgência que determina a transformação do que é descartado em algo útil e com novo sentido: nessa produção ressalta-se a incidência de operações que interferem nos rumos da lógica do consumo, reconvertendo o lixo num artefato a que se atribuí finalidades a princípio não consideradas quando de sua fabricação.

Sem dispensar-lhes um olhar sensível e humano, a autora acentua a dimensão social desses objetos, cuja natureza

inescapavelmente explicita as condições precárias de sobrevivência dessa população. Ao mesmo tempo, desvencilha-se de qualquer propensão ao exotismo ou ao pitoresco, que com frequência impregna as análises acerca desse gênero de artefato,

“(...) obras simples, sem excesso de requintes e [que] costumam ser baratas, ou não custar dinheiro, servindo à cultura popular, não no que diz respeito ao folclore, mas ao cotidiano do homem comum e, assim, ao processo mesmo de formação dos hábitos culturais” (Idem, p.25)

Igualmente atento às condições de subsistência dos moradores de rua no ambiente metropolitano de cidades como São Paulo, Tóquio e Los Angeles, é o olhar de Maria Cecília Loschiavo dos Santos em sua investigação sobre o habitat informal dos moradores de rua em sua tese de livre-docência *Cidades de plástico e papelão* (2003). Do lixo de modernas sociedades e de uma cultura tecnológica que o canto de sereia da globalização acenou como uma falsa promessa de redenção social, o lugar de moradia da população da rua representa, além de uma forma peculiar de territorialização, frequentemente nômade, mutante e em contínua construção-reconstrução, uma recusa à invisibilidade ao qual o grau de desenvolvimento a que a sociedade contemporânea atingiu pretende relegar os moradores de rua. Como nos estudos anteriores, é também na capacidade de improvisação e nas estratégias de sobrevivência dos mais despossuídos de meios, moradores de rua, neste caso, que esta autora localiza algumas habilidades desenvolvidas pela urgência e pela necessidade.

No contexto de uma “economia paralela e informal de reutilização do dejetos” é por meio da reutilização, reciclagem, bricolagem e do desenho espontâneo – que não corresponde necessariamente à ausência de uma elaboração projetual com critérios pelos moradores de rua – que esses não-designers, na acepção da

autora, “reinventam e criam novos produtos a partir dos produtos industriais descartados [produtos mutantes que] integram uma cultura material de resistência, exposta cotidianamente nas ruas das grandes cidades [a partir da qual definem] seu lugar no mundo e na história”(Santos, 2003, p.74-75).

É nesse horizonte de questões que a autora discute a própria ideia de design espontâneo feito por não-designers. Para ela, design espontâneo configura-se como

“(...) uma prática de resistência criativa de procurar soluções engenhosas aplicáveis à resolução de problemas concretos, num contexto de severa falta de recursos (...) um anti-design movido exclusivamente pela necessidade vital de sobreviver” (idem, p. 75).

Ao qualificar o sentido dominante da lógica do design espontâneo, que se elabora fora dos âmbitos corriqueiros em que o designer profissional opera, a autora avança uma percepção do design e seu produto para além das barreiras disciplinares convencionadas e, seguindo uma tendência que perpassa análises mais críticas e acuradas desse campo, afirma que “não se trata mais da celebração do *star design*, mas sim a celebração da habilidade humana de fazer design, mesmo sob condições extremamente difíceis” (Idem, p.75).

Além destes, nos últimos anos trabalhos publicados na área do design (Brandes, Stich e Wender 2009; Fry, 2009; Kruchen, 2009) vêm procurando interpretar o design como processo de elaboração de essência mais complexa, com a criação considerada como algo que transcende a ação dos designers, abrangendo outros fatores como o uso e o cotidiano dos produtos. Reforçando o que pensa Adrian Forty (2007) ao afirmar que o design não evolui naturalmente, mas se elabora socialmente, refletindo tanto mudanças estruturais na economia, nos processos produtivos e práticas culturais como as interações cotidianas

com os indivíduos. Ou seja, o design reconhecido em sua qualidade *in between*, como defende Brandes, Stich e Wender (2009):

“O fato de o design estar continuamente oscilando entre a ação (prática) de um lado e a teoria e pesquisa, de outro – ou seja, entre a vida cotidiana concreta e o pensamento científico tradicional, ambos influenciando-se e alterando-se mutuamente – tem que ser considerado uma oportunidade” (p. 04)

No design de objetos mesclam-se questões de uso, mercado, usuários, produção, assim como valores e mitos sociais. Demandando a tarefa de repertoriar e investigar produtos que, projetados e fabricados em nome da necessidade, da escassez de recursos ou da precariedade técnica, ou simplesmente por prazer, mostram-se eficientes e valiosos numa releitura sustentável do mundo.

A pesquisa considera sua possibilidade de inserção nesse campo de reflexão, no sentido de contribuir para o adensamento crítico dos estudos relativos ao design, suas especificidades e mutações face às questões culturais, ambientais e sociais. Para tanto, reconhece a necessidade de introduzir nesse contexto de discussão uma investigação que tome por tema as formas de apropriação e transformação de artefatos² pelos indivíduos/usuários como sujeitos do processo que, revelando outros usos e destinos para os objetos a partir de suas ações sobre eles, levam ao questionamento tanto a noção de design fechado quanto o lugar ocupado pela figura do designer no ciclo de concepção-produção-descarte dos objetos.

É no entendimento das experiências de uso e suas decorrências criativas que este estudo procura delimitar sua contribuição, com o foco da compreensão do design desdobrando-se do objeto em si, concebido e produzido a partir dos circuitos especializados de concepção-produção, para uma verificação atenta dos usos e apropriações desse

² Na acepção aqui adotada artefato refere-se a qualquer objeto produto da habilidade, técnica e engenhosidade humana. O termo deriva do latim *ars* (arte ou habilidade) e *factum* (fazer ou feito), e é chave para descrever quase todo objeto pensado e realizado. Todos os produtos do design são artefatos de uma maneira ou de outra, e uma definição comum do design é a organização dessa interface entre humanos e o “mundo feito”, que é a interação entre pessoas e seus artefatos. Usualmente entendido para se referir a um objeto material, artefato também pode se referir a projetos de espaços, imagens, *software*, sistemas ou meio ambiente onde eles agem como unidades coerentes (Erlhoff e Marshall, 2008).

objeto, considerando que tal deslocamento pode contribuir para recondicionar a avaliação das próprias qualidades do objeto.

Assim sendo, este trabalho analisa as maneiras e práticas pelas quais artefatos e objetos de uso corrente, produzidos industrialmente a partir da concepção de seu design, são repensados e transformados em suas finalidades originais por meio da intervenção criativa dos usuários a partir de necessidades e motivações específicas, relacionando tais práticas ao debate contemporâneo acerca da sustentabilidade, reciclagem, reaproveitamento, reapropriação e reuso no horizonte crítico de reflexão sobre o destino do descarte na sociedade de consumo. Para embasar essa análise, tomamos como aportes teóricos fundamentais certas noções em curso no debate atual orientadas no sentido de uma compreensão ampliada do que seja design frente aos impasses e possibilidades que a realidade contemporânea revela. É assim que trazemos para discussão conceitos como o “non-intentional design” (NID), “low-cost design”, “design espontâneo” e “não-design”, buscando compreender os diálogos e interações entre as ações de não-designers e designers para então problematizar ideias de autoria e criação observadas e tensionadas em seu sentido a partir dessas noções.

A abordagem que se propõe neste estudo reconhece a necessidade de introduzir nesse contexto de discussão uma investigação que tome por tema tanto as soluções peculiares resultado do cruzamento frutífero entre engenhosidade, criatividade e necessidade sobre a base do descarte e dos subprodutos da atividade de consumo, como daqueles objetos “surgidos” de demandas cotidianas a partir da reelaboração desviante das finalidades para as quais foram pensados e produzidos originalmente.

É importante esclarecer que não se trata aqui de tomar como objeto de investigação o que genericamente se identifica como produtos de artesanato, embora estes sejam reveladores de aspectos semelhantes de criatividade e engenhosidade. O foco deste estudo está antes nas maneiras pelas quais objetos ganham finalidades originais, não planejadas no instante de sua concepção gerando outros objetos, para os quais se pretende lançar um olhar que atente para as relações de não-designers e designers, entre iniciativas individuais inusitadas e as fronteiras de um campo de saber especializado e profissional estabelecido, observando as aproximações, empréstimos e trocas entre esses agentes.

É fato que a maioria da população mundial tem vivido em situação de pobreza extrema, sem acesso as necessidades básicas de subsistência como água potável, energia, saneamento básico, acesso à saúde e educação, padrões inadequados de habitação e alimentação, e o design não atinge nem beneficia essa grande maioria. Este trabalho tem intenção de olhar na direção de outro tipo de design que não é valorizado nem glamourizado pela mídia, mas que se faz urgente. Uma linha de investigação em prol de um design para um mundo mais humano com forte consciência do papel social da disciplina. Sem esquecer que como argumenta Heskett (2008), o significado do design é criado no encontro de designer e usuário.

Como Bonsiepe (1983) entendemos que a “essência do desenho industrial está na tendência de problematizar a relação artefato/usuário”, por isso a importância da relação com a análise de estudos da cultura cotidiana, no que diz respeito a uma reflexão sobre como os hábitos, costumes e desejos influenciam e são influenciados pelo design.

A pesquisa caracteriza-se por sua natureza teórica e analítica onde se destaca o estudo da cultura do design que se centra, em concordância com Julier (2010), na interseção entre designer, produção, usuário e consumo. A questão focal que orienta a pesquisa é a recriação/reapropriação/transformação de artefatos do cotidiano associados com novos comportamentos e a maneira como a relação dos usuários/consumidores com tais artefatos podem sugerir novos parâmetros para a cultura do design.

Quando mencionamos design dos “outros” referimo-nos ao design feito por qualquer pessoa, designer ou não: pessoas carentes de recursos, criativas, movidas por desejos, necessidades específicas, ou pela simples vontade de criar e/ou usar um objeto de maneira particular e personalizada.

Partimos da ideia inicial da disciplina do design fortemente associada ao “teorema” de Sullivan, “a forma sempre segue a função”, para então discutir questões que enfocam o consumo, a autoria, e a função social, entre outras, que perpassam a disciplina do design. Com a emergência de preocupações sustentáveis, o trabalho situa o design para a sustentabilidade em suas perspectivas gerais, não discutindo sustentabilidade no design como foco principal.

As fontes principais de matéria-prima para elaboração da tese são principalmente os objetos em si cujo fim seria o descarte, encerrando seu ciclo de vida, e os processos que os geraram. E em segundo lugar as leituras/críticas sobre questões que os objetos colocam como autoria, apropriação, transformação, reuso que põem em xeque a figura do designer e uma noção de design fechado. Ou ainda, objetos que mesmo não sendo de descarte imediato são apropriados para desempenhar funções distintas daquelas para as quais foram pensados,

projetados e produzidos. Reforçando essa orientação, os objetos ilustrados não servem apenas como imagens de suporte ao texto, mas são em si mesmos material para análise.

A pesquisa caracteriza-se por sua natureza interdisciplinar trazendo maneiras de pensar o design hoje levando em conta discussões já apresentadas pela história junto a outras abordagens mais atuais, resultado da emergência de novos conceitos, como o já citado “non-intentional design”, trazem insumos fundamentais para várias das questões-chave tratadas na tese no que diz respeito a apropriações e recriações de objeto pelos usuários.

O primeiro capítulo abrange das questões e princípios presentes na etapa inicial de constituição do campo profissional e disciplinar do design, ainda no século XIX, à cultura do consumo do design como forma, em meados do século XX, tendo como pano de fundo histórico a consolidação do capitalismo, da economia de mercado e da sociedade de consumo em escala global. Se, como afirma Rafael Cardoso em livro recente, o “design nasceu com o firme propósito de pôr ordem na bagunça do mundo industrial” (p. 15), na medida em que ocorriam avanços na produção através das mudanças tecnológicas e ampliava-se enormemente o consumo, ao mesmo tempo, o design, que no começo era uma atitude voltada à melhoria da qualidade dos produtos, baseada na afinidade entre o propósito do objeto e sua forma, com o passar dos anos acabou se tornando um instrumento orientado para ampliar o valor agregado aos objetos, com uma atenção concentrada, sobretudo, na dimensão estética desses objetos, como aparece na ideia de *styling*.

Descolada em grande parte das questões puramente utilitárias, a forma parece se tornar autônoma no decorrer desse processo, pondo à margem ou simplesmente ignorando outras dimensões envolvidas no

trabalho do designer (as questões sociais que perpassaram as discussões das décadas finais do século XIX até as primeiras décadas do século XX, como na Bauhaus). O recorte do capítulo vai das primeiras iniciativas do design até o modo como design se transforma ele próprio em mercadoria no âmbito da sociedade de consumo dos anos 1950.

No segundo capítulo, o pano de fundo da discussão é a emergência de uma série de opiniões e críticas acerca dos rumos e excessos do capitalismo global, ao longo dos anos 1960 e 1970, em paralelo aos questionamentos da ordem política estabelecida. Período de convulsão social, política e ideológica, essas décadas veriam surgir movimentos de contestação tanto das estruturas de poder e produtivas, como também da própria organização dos saberes disciplinares, pondo em xeque as noções, ideias e lugares estabelecidos em favor de uma realidade mais inclusiva e complexa e menos hierárquica.

Na filosofia, nos estudos literários, nas ciências sociais de modo geral, assim como no caso das ciências da natureza, o que se percebe nesse momento é o aparecimento de visões e posturas voltadas a abrir as disciplinas e campos de saber a novos entendimentos. É nesse contexto que certas ideias, oriundas tanto da filosofia quanto da literatura, encontram correspondências no campo do design, como as proposições críticas de Foucault, Barthes e Umberto Eco que, de diferentes perspectivas, põem sob suspeita a noção corrente de autoria, repercutindo em várias áreas, inclusive no design e na arquitetura. No campo do design especificamente essa crítica vai apontar para o excesso de formalismo autoral na concepção dos objetos, próprio do *styling* norte-americano, e para os parâmetros sobre os quais a produção se pautava, como descartabilidade e obsolescência.

Em geral, a resposta a isso será um questionamento do sentido de autoria e a proposição de formas de concepção abertas e flexíveis. Várias outras atitudes surgiram dessa crítica. De um lado, uma radicalização do formalismo descolado de qualquer pretensão utilitária, como aparece em certas experiências de grupos e designers alinhados com a ideia de anti-design ou contra-design. E de outro, uma consideração crescente e interessada acerca dos objetos marginais ao circuito do consumo, artefatos correntes em determinadas realidades culturais e sociais da periferia do capitalismo ocidental. É daí que se espalha o interesse por objetos ditos populares entre vários artistas, designers e arquitetos, atentos às lições que uma produção não-erudita, não-autoral, anônima, resultado de demandas concretas da realidade cotidiana, tinha a oferecer na perspectiva de criação de novos horizontes para o design.

É nesse sentido também que se retoma a discussão, entre vários autores, mas particularmente Victor Papanek, sobre a natureza social do design e o chamado para um maior engajamento do designer no “mundo real”. Associada a essa discussão, abre-se um rico debate sobre a relação entre design, tecnologia e consumo tendo em vista a infiltração do nascente pensamento ecológico, pondo em dúvida o modelo de progresso e desenvolvimento baseado no consumo desenfreado que afetava diretamente os recursos naturais e ambientais disponíveis, objeto de análise do Clube de Roma no estudo “Limites do crescimento”, publicado em 1972. É aqui que compreende o chamado para um “mundo pequeno” defendido por Schumacher, e seus possíveis rebatimentos na reflexão e prática do design.

O terceiro e último capítulo da tese tem como contexto histórico as três últimas décadas, na passagem do século XX para o XXI, num cenário marcado pelo incremento do consumo de marca, de autor,

impulsionado pela expansão da economia mundial no rastro das políticas neoliberais. E por outro lado, na ampliação da consciência ecológica em escala mundial, defendendo um uso mais racional dos recursos e criticando duramente a cultura do consumo e suas consequências sociais e ambientais. Numa situação em que autores como Serge Latouche passam a defender o modelo de progresso baseado no crescimento para se alinhar à causa do “decrescimento sereno”.

Nesse horizonte, ao lado da difusão das tecnologias virtuais, da ampliação das possibilidades de criação difusa, novos conceitos e práticas apontam para um sentido diluidor da ideia de autoria exclusiva, apontando, por outro lado, para uma intransigente pulverização de “criadores”, numa espécie de “culto do amador” criticada e ao mesmo tempo saudada por diferentes pessoas quanto aos riscos e possibilidades que traz para as estruturas estabelecidas.

Surgem proposições baseadas na metamorfose dos objetos a partir da intervenção dos usuários, sejam movidos por necessidades sociais, improvisos eventuais ou impulsos criativos de caráter experimental, transformando os objetos, subvertendo suas finalidades iniciais e alterando o curso do ciclo de vida desses objetos. Passando de uma lógica do descarte e da obsolescência (produção – consumo – descarte) para outra, pautada pela lógica da reincorporação, reutilização, reciclagem (produção – consumo – reutilização).

Essas atitudes em parte identificam-se com a ideia de NID, conceito um tanto vago e aberto e, portanto merecedor de um olhar crítico. Em parte elas se articulam às iniciativas promovidas por movimentos ambientalistas em defesa da sustentabilidade, em ocasiões mesmo assumindo certos contornos sociais. Afinados à dimensão social,

encontram-se iniciativas que, trabalhando sobre as mesmas ideias de reaproveitamento, incidem diretamente em realidades de enorme carência social (como em Design for 90%).

da forma útil ao consumo da forma

Oldsmobile, 1955

Disponível em: <http://www.plan59.com/cars/cars002.htm>
acesso: 10/02/2013

“An industrial designer is one who is qualified by training, technical knowledge, experience and visual sensibility to determine the materials, mechanisms, shape, color, surface finishes and decoration of objects which are reproduced in quantity by industrial processes. The industrial designer may, at different times, be concerned with all or only some of these aspects of an industrially produced object”

Primeira definição de designer industrial ICSID (1959)

Tendo como pano de fundo histórico a consolidação do capitalismo, da economia de mercado e da sociedade de consumo em escala global, o presente capítulo abrange das questões e princípios presentes na etapa inicial de constituição do campo profissional e disciplinar do design, ainda no século XIX, à cultura do consumo do design como forma, em meados do século XX. Para tanto, recorreremos a uma breve exposição da origem desse campo profissional e disciplinar, os conceitos, ideias e aspectos que vão configurar as bases do design e da imagem que se forma de sua área de atuação.

Se, como afirma Rafael Cardoso em livro recente, o “design nasceu com o firme propósito de pôr ordem na bagunça do mundo

industrial” (CARDOSO, 2012, p. 15), na medida em que ocorriam avanços na produção através das mudanças tecnológicas e ampliava-se enormemente o consumo, induzido cada vez mais por intermédio do aparato de publicidade e marketing que se organizava, expandiu-se também enormemente a presença do design, extrapolando os limites do seu contorno inicial para se fazer presente de maneira difusa em qualquer âmbito da vida contemporânea. Ou seja, em pouco mais de um século, o design passou de ferramenta de organização da produção solicitada pela “bagunça do mundo industrial”, para se tornar onipresente no cotidiano global, tão corriqueiro e constante na vida das pessoas a ponto de sua presença mal ser notada, banalizada desde a embalagem de um cigarro ao icônico fetiche da maçã da Apple.

Tendo em vista esse arco histórico percorrido pelo design ao longo da sua constituição em disciplina, esfera do saber e prática profissional, este capítulo recupera ideias e posições acumuladas nesse processo no sentido de ao final deste estudo servir como baliza e contraponto para uma reflexão contemporânea acerca do design, ajudando-nos a pensar a disciplina hoje em dia.

Da forma e da função

Dentre as muitas ideias que impregnaram os princípios fundamentais da concepção de design e de seu profissional correspondente, tal como presentes na definição estabelecida pelo *International Concil of Societies of Indutrial Design (ICSID)*, poucas marcaram tão profundamente o entendimento desse campo como a máxima funcionalista atribuída a Louis Sullivan, resumida na afirmação

¹ Essa máxima, na verdade, é uma síntese de um trecho mais longo do pensamento de Louis Sullivan exposto no texto “The tall Office building reconsidered”, publicado originalmente em *Lippincott's Magazine*, março de 1896. O trecho inteiro é o que segue: “And thus, when native instinct and sensibility shall govern the exercise of our beloved art; when the known law, the respected law, shall be that form ever follows function; when our architects shall cease strutting and prattling handcuffed and vainglorious in the asylum of a foreign school; when it is truly felt, cheerfully accepted, that this law opens up the airy sunshine of green fields, and gives to us a freedom that the very beauty and sumptuousness of the outworking Of the law itself as exhibited in nature will deter any sane, any sensitive man from changing into license”

Fig. 01: Louis H. Sullivan (Disponível em: http://ggcinc.net/historicrestoration_krause.html, acesso: 15/02/2013)

de que “*a forma sempre segue a função*” (1896)¹. Talvez uma das formulações que mais perduram no entendimento do design, embora originalmente desenvolvido na arquitetura, a ideia de Sullivan condensada nessa máxima repercutia a influência da teoria da evolução das espécies de Darwin, que enfatizava a sobrevivência dos seres mais bem adaptados ao ambiente (HESKETT, 2008). Pensando nesta teoria através do design, caberia perguntar se haveria alguma relação com a sobrevivência dos objetos mais bem adaptados aos usos e apropriações. Deixemos isso para outra oportunidade.

Conforme acabou se difundindo, a visão funcionalista dita que a função define a lógica do desenho e, mais especificamente, da forma. O que implica que função é um elemento que pode ser claramente definido, ou ao menos, pode ser representado como consenso básico na representação do design dos artefatos. Sem desconsiderar as outras exigências práticas como segurança, conforto, peso, velocidade, etc. (ERLHOFF e MARSHALL, 2008).

Na base dessa ideia, está a realidade social e produtiva surgida desde o final do século XVIII, justamente aquela a qual o design pretendia impor algum sentido de ordem. Desencadeando um processo muito mais amplo e complexo, certas inovações tecnológicas, como o surgimento da máquina a vapor, geraram profundas transformações na vida das pessoas, nas cidades e na forma de organizar a produção. Cada vez mais objetos antes produzidos manualmente por artesãos passariam a ser confeccionados mecanicamente pela ação das máquinas.

Como Heskett (1998) deixa claro, o desenho industrial tem raízes na tradição artesanal, porém seu surgimento não se dá por uma “evolução linear do trabalho manual à produção mecânica”. Na

produção artesanal, da concepção à realização, todo o processo é realizado por habilidades e domínio técnico de uma única pessoa, o que disfarça sua complexidade e lhe dá uma escala humana. Enquanto que na produção industrial de massa vários processos são interligados, numa complexidade fragmentada e resultados numa escala mais impessoal.

De um modo geral a história do design nos mostra que entre seus estilos e movimentos sempre houve uma alternância de pensamentos, com posturas em confronto levando a transformações do entendimento e dos modos de produção. De um lado, uma defesa por trabalhos desenvolvidos artesanalmente, possuidores de alta expressão estética e alto custo, motivos pelos quais se tornavam privilégio de pequena parte da população, uma elite dominante. E por outro lado, uma busca por objetos de produção industrial de massa, com frequência criticados pela baixa qualidade apresentada.

O *Arts and Crafts*, constituído na segunda metade do século XIX, na Inglaterra, se configura como a primeira grande oposição séria à promoção do mito do progresso da industrialização, em sintonia com as críticas à produção industrial e em reação à queda da qualidade dos objetos fabricados industrialmente e em larga escala, e à desumanização do trabalho no espaço fabril.

Na frente dessa reação, figuras como John Ruskin e seu discípulo, William Morris, ambos propondo a renovação das artes aplicadas numa posição contrária à estética massificada resultado da industrialização, ao mesmo tempo em que apostavam num retorno à tradição medieval das guildas baseado na valorização do trabalho manual, próprio do artesanato; como se esse retorno a “uma produção artesanal [pudesse] propiciar condições de vida para os trabalhadores e

ser um contrapeso à estética empobrecida do mundo das máquinas”
(BURDEK, 2006, p.22-23)

Fig. 02: Anúncio publicitário das cadeiras Sussex, da Morris and Co. (ca. 1900) (Disponível em: <http://www.morriissociety.org/morris/artdecorative.html>, acesso: 28/01/2013)

Abordagem semelhante, de valorização da dimensão artesanal, porém já incorporando em certa medida a máquina no processo produtivo, foi assumida pelos vários movimentos de renovação nas artes e na arquitetura na passagem do século XIX para o XX, como o *Art Nouveau* na França, o *Jugendstil* alemão, o *Modern Style* na Inglaterra ou *Sezessionstil* na Áustria. Uma das figuras mais importantes entre os protagonistas desses movimentos, Henry Van de Velde, pregava a

valorização do trabalho artístico manual, numa defesa da individualidade artística na criação dos objetos. O que não deixa, contudo, de manifestar certa consciência da elite intelectual e artística em relação ao mundo da produção e consumo de massa em formação (BURDEK, 2006).

A questão da individualidade *versus* a demanda por desenvolvimento de tipos e seriação está no núcleo de muitos dos debates e polêmicas ocorridos no interior da *Deutsche Werkbund*, a associação alemã de artistas, artesãos, industriais e publicitários que perseguiram a meta de melhorar e integrar o trabalho da arte, da indústria e do artesanato por meio da formação e do ensino qualificado, na perspectiva de ampliação da presença da Alemanha no mercado internacional.

Fig. 03: Conjunto de mesa e cadeira, com luminárias incluídas, desenhado por Henry van de Velde (1898) (Disponível em: http://russegold.tripod.com/pages/page_018.htm acesso: 20/01/2013)

De fato, é no interior da *Deutsche Werkbund*, representadas pelas posições antagônicas de Herman Muthesius e van de Velde, que vai se mostrar de forma muito evidente o embate entre uma concepção

de arquitetura e design baseada na defesa da qualidade artística associada ao culto da individualidade do artista e outra, formulada por Muthesius, de alinhamento com a standardização.

Para Muthesius, “só a standardização, concebida como o resultado de uma salutar concentração, pode permitir reencontrar um gosto seguro e universalmente válido”. No extremo oposto, de defesa intransigente do individualismo criativo associado à figura do artista, Henry van de Velde considerava que “standardizar um estilo ainda em nascimento equivale a colocar os efeitos antes das causas. É matar o embrião ainda no ovo”, afirmando que,

“Enquanto houver artistas no seio da Werkbund e enquanto tenham influência sobre o seu destino, opor-se-ão à imposição de qualquer espécie de cânone e ou de standardização que seja. No mais profundo de si mesmo, o artista é pela sua própria essência um puro individualista, um criador livre e espontâneo” (VAN DE VELDE, 2010, p. 94)

Apesar dessa polêmica, já estava em curso, a partir da própria *Deutsche Werkbund*, uma estratégia voltada a superar os impasses entre standardização e criação individual, combinando o desenvolvimento de tipos e modelos com design qualificado feito por profissionais atuando no interior do processo produtivo ou em ligação direta com ele, como é o caso de Peter Behrens e a AEG (Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft), fundada em 1887 por Emil Rathenau.

Um dos personagens centrais do desenvolvimento do design industrial na Alemanha, a atuação de Behrens junto à AEG resultou na criação de uma forte identidade corporativa, desenvolvendo produtos que iam do logotipo e publicidade à concepção de objetos e edifícios, dotando esse conjunto de atividades de um design unificado.

Fig. 04 e 05: Publicidade da lâmpada e ventilador feita por Peter Behrens para a AEG (ca. 1907) (Disponível em: <http://secid1000.wordpress.com/images-of-the-works-of-alphonse-mucha-and-peter-behrens/> acesso: 20/01/2013)

O caminho trilhado pela parceria AEG/Peter Behrens logo se mostraria hegemônico em iniciativas voltadas à qualificação tanto estética quanto funcional de objetos industrialmente produzidos, superando de vez a utopia estética e social de cunho romântico de Ruskin e Morris. Essa hegemonia fica bem ilustrada pelas mudanças decorridas na Bauhaus a partir de meados da década de 1920, com o abandono progressivo da dimensão artesanal e do trabalho baseado na criação individual, para um fortalecimento contínuo dos vínculos com a indústria.

Fundada em 1919 sob influência do ideal de artista-artesão cultuado por Ruskin, Morris, van de Velde e seus seguidores, a Bauhaus acabaria por se tornar a máxima expressão de muitas das ambiguidades características do design moderno. Se, por um lado, ela adota o princípio da seriação no sentido de uma produção massiva, marcada pela ideia de anonimato, através da indústria na perspectiva de tornar mais acessível a todas as classes sociais objetos com design qualificado,

por outro a Bauhaus contribuiria também para acentuar o culto da marca pessoal em torno do designer como artista criativo, num processo em que as demandas funcionais específicas de cada objeto perdem espaço e importância para formas que parecem querer afirmar sua autonomia em relação às funções que deveria responder.

E é essa tendência que vai se tornar um dos traços mais marcantes no design no decorrer do século XX, sobretudo, no horizonte de surgimento de uma sociedade de consumo de massa sempre ávida por novidades.

Fig. 06: Mulher "anônima", com máscara de Oskar Schlemmer, sentada na cadeira B3, de Marcel Breuer (ca. 1926) (Disponível em: <http://archrecord.construction.com/features/0912Bauhaus-Exhibition/0912Bauhaus-Exhibition.asp> acesso: 20/01/2013)

Styling, forma e consumo

“(...) na década de 1960, era claro que jamais houvera algo assim. A produção mundial de manufaturas quadruplicou entre o início da década de 1950 e o início da década de 1970, e, o que é ainda mais impressionante, o comércio mundial de produtos manufaturados aumentou dez vezes”

Eric Hobsbawn

Conforme constata Eric Hobsbawn em seu relato dos “anos dourados” da economia mundial no século XX, nas duas décadas seguintes ao fim da segunda guerra o crescimento explosivo da economia mundial gerou um extraordinário aumento da produção nas indústrias, alavancado pela melhoria das condições de vida e renda nos países desenvolvidos. Nesse contexto, o crescimento industrial torna-se sinônimo incontestável de progresso, o aumento da produção é incessantemente estimulado.

Embora sem corresponder à realidade vivenciada pela totalidade dos países, mas dizendo respeito particularmente ao nível de desenvolvimento econômico e social alcançado por nações do Primeiro Mundo, é nesse contexto de expansão das economias que toma forma em âmbito global o que historiadores e economistas frequentemente identificam como a “*affluent society*” (sociedade afluenta), expressão que dá título ao livro publicado em 1958 por John Kenneth Galbraith.

Considerada um estágio de desenvolvimento seguinte ao atendimento das necessidades básicas da população, a sociedade da afluência, ou de consumo, caracteriza-se pela ampliação das

possibilidades de aquisição de bens de consumo quando, supridas suas demandas mínimas, os indivíduos estariam cada vez mais liberados para o consumo de bens e serviços supérfluos ou de luxo, de lazer e entretenimento. Situação que no aspecto específico da produção, se associa à contínua criação artificial de necessidades em que o design passa a ocupar um papel cada vez mais preponderante.

Fig. 07: A abundância exacerbada da sociedade de consumo: FOOD-O-MAT Acme Market, Syracuse, New York (1959) (Disponível em: <http://www.plan59.com/av/av005.htm> acesso: 15/12/2012)

Com a sociedade de consumo, começa a fazer parte do cotidiano da população americana a produção em série com materiais novos e baratos para atender a ampla demanda e concorrência, gerando assim número crescente de ofertas no mercado (SCHNEIDER, 2010). No design especificamente essa era de otimismo, dinamismo e progresso ganha sua correspondência visual mais direta no desenvolvimento da forma aerodinâmica do *streamline* e na ênfase ao

redesign contínuo dos objetos por meio do *styling*, com um mundo novo de artefatos sendo recriados pelas mãos de designers como Raymond Loewy, um dos seus mais importantes representantes, e Norman Bel Geddes.

O intuito do *styling* é de tornar o produto superficialmente atraente, sem mudança substancial, conveniência ou função, com o objetivo de colocar o produto dentro de um contexto de moda. Os produtos devem parecer velhos o mais rápido possível, despertando, assim, o desejo por um novo formato e induzindo a compra, ou seja, estimulando o consumidor a comprar novos artigos para substituir outros similares, mas fora de moda, mesmo que ainda em bom funcionamento.

Fig. 08: Raymond Loewy junto ao BMW 507 por ele desenhado, em matéria da revista *Motor Trend* (1957) (Disponível em: <http://www.forgottenfiberglass.com/?p=21206> acesso: 12/12/2012)

A rápida saturação do mercado doméstico americano e a competitividade entre empresas fazem do design um importante instrumento de marketing e publicidade. O foco se volta para as vendas de produtos, com sua aparência sofrendo alterações sutis num curto

espaço de tempo. O *styling* define no design essa aplicação de conferir ao objeto um tratamento superficial de reformulação estética, de estilização.

No que se chama de ciclo da obsolescência estilística e programada, essa tendência tem seu auge na indústria automobilística americana entre os anos 1930 a 1960, com o automóvel tornando-se um acessório de moda, com grande parte da população nos EUA trocando de carro anualmente. Segundo Whiteley (1987), o carro novo é visto como sucesso financeiro, e o que mais importa é a fabricação, o modelo e o ano, pois anuncia a posição social do proprietário. O contexto do *styling* nos leva a questionar a sociedade moderna que parece ser regida por ciclos de moda, de preocupação exagerada com as aparências como expressão de identidade. A necessidade de projetar uma imagem parece ser inseparável da comunicação moderna (DENIS, 2001).

“Foi do casamento improvável dessas duas pressões [demanda por preço baixo que exigia padronização, e demanda por novidade que exigia rápidas alterações nos modelos dos carros] que nasceu o styling: a introdução de mudanças frequentes no estilo externo que enfatizavam o aspecto estético, levando à dança anual de ‘novos’ modelos que permitia certa constância na produção dos componentes técnicos” (HESKETT, 2008, p. 74)

Nesse horizonte, primeiro constatado nos EUA para daí se expandir mundialmente, o produto descartável passa a ser visto como quase uma norma de comportamento, inseparável da prática de consumo. Conforme a lógica vigente, o descarte torna-se parte central do processo produtivo: quanto mais se joga fora, mais se produz o mesmo produto, mantendo positiva a taxa de crescimento.

O descarte vira então uma filosofia central da indústria, com o *styling* atingindo seu auge operando alterações rápidas e superficiais na forma dos produtos com o objetivo de transformar a aparência para um estilo mais novo num curto espaço de tempo como forma de induzir uma prática de consumo baseada, e alimentada, pela noção de descartabilidade, seguindo a própria expansão de padrões de produção e aquisição de bens identificados com a sociedade afluenta, com a ideia de obsolescência sendo aceita e celebrada positivamente (WHITELEY, 1987).

Tal celebração está presente entre os impulsos criativos subjacentes a arquitetos, designers e pensadores que visionam outras possibilidades de vida a partir das condições de existência criadas pela sociedade de consumo, incorporando as noções de escolha e controle como parte do processo de concepção dos produtos, numa tentativa de incorporar o usuário final como agente de configuração da realidade em que habita. De fato, instigando mesmo ideias de emancipação e liberdade individual através do consumo, como no caso de algumas das proposições do *Archigram* em que se articulam uma maior participação do usuário e noções de descartabilidade e obsolescência (SADLER, 2005).

Dentro desse contexto de produção e consumo de massa a atitude de grupos como o inglês *Archigram* desenvolve-se no terreno da experimentação, do projeto e do desenho, não da obra construída. A crítica elaborada pelo grupo vai de encontro a uma arquitetura produzida como objeto de consumo, são respostas ou propostas no campo da arquitetura e do urbanismo para transformações que se configuram.

Fig. 09: Warren Chalk - *Capsule Homes*, planta interna e montagem (1964) (Fonte: COOK, 1999)

Entre tantas propostas do *Archigram* a “Cápsula” chama atenção, uma vez que suscita uma abordagem próxima ao desenho industrial, fazendo correlação entre forma, material e processo, como também o resultado final é um objeto, uma caixa sob medida para se viver dentro. É interessante notar que a proposta tem como paradigma o sistema automobilístico de produção, distribuição e consumo.

A unidade (cápsula) deve ser utilizada e descartada num curto espaço de tempo, e substituída por um modelo mais novo e mais adequado (CABRAL, 2001), alinhando-se ao sistema de obsolescência programada de produtos, como também revela uma oposição ao conceito de pré-fabricação pesada, rígida, que não permite variedade.

A crítica que o *Archigram* produz está inserida dentro do contexto arquitetônico de seu tempo, reconhecendo problemas próprios da realidade dos anos 1950 e 1960. Reclamam por uma arquitetura que investe não apenas em novas tecnologias, mas está formalmente envolvida nos novos cenários sociais e econômicos que surgem a partir do pós-guerra – que acompanham a expansão do fordismo e o formato dos mercados de massa (CABRAL, 2001).

Outro ponto importante a destacar é que o uso, em seus projetos, de conceitos como emancipação, metamorfose, indeterminação e nomadismo, entre outros, confere ao indivíduo/usuário a possibilidade de participar e escolher, exercer controle sobre seu ambiente de vida. Tal posicionamento revela a preocupação de devolver às pessoas o direito de projetar para elas mesmas.

Em torno desses tópicos um dos integrantes do grupo inglês, Warren Chalk, vai propor a ideia de “arquitetura como produto do consumidor”, aceitando como aspecto intrínseco ao processo o

descarte e o desgaste programado dos vários componentes técnicos produzidos industrialmente envolvidos na construção do ambiente.

Para Chalk,

“A obsolescência planejada se relaciona com a expectativa de vida e com a hierarquia de descartabilidade programada para os diferentes componentes da casa: as unidades de paredes desmontáveis, as guias de pisos removíveis, os implementos domésticos e as cápsulas de banheiro e cozinha. Este conceito de descartabilidade se relaciona também com o crescimento e com as modificações que se produzem na unidade familiar, com as mudanças que originam o crescente conhecimento técnico e com os efeitos que produzem sobre equipamentos e materiais e, o que é mais importante, com as mudanças que se operam nos tamanhos dos objetos (...). Finalmente, a obsolescência tem em conta as alterações que têm lugar nas relações e nos padrões de vida, assim como a incrementada taxa de descartabilidade de todos os objetos que pode medir-se através das mudanças velozes na roupa gerada pela moda” (CHALK, 1967, p.358).

O entusiasmo quanto às perspectivas de ampliação e democratização do consumo, com frequência identificados com um sentido de liberdade e autonomia dos indivíduos, em grande parte turvou a percepção quanto aos custos sociais e ambientais envolvidos na construção de uma cultura da afluência e da superabundância de consumo.

“(...) durante a Era de Ouro, isso [poluição e deterioração ecológica] chamou pouca atenção, a não ser de entusiastas da vida silvestre e outros protetores de raridades humanas e naturais, porque a ideologia de progresso dominante tinha como certo que o crescente domínio da natureza pelo homem era a medida mesma do avanço da humanidade” (HOBBSAWN, 1995, p.257)

Poucos agentes parecem apresentar consciência da destruição ambiental em curso, com degradação acelerada e níveis crescentes de poluição registrados, adotando atitudes críticas de recusa a participar do sistema econômico vigente, de outro modo propondo padrões de

vida alternativos com pensamentos e preocupações com um mundo sustentável.

Capitalismo, consumo e crítica

“Nenhum homem faminto e sóbrio pode ser convencido a gastar seu último dólar em outra coisa que não comida. Mas uma pessoa bem alimentada, bem vestida, bem abrigada e em tudo mais bem cuidada pode ser convencida a escolher entre um barbeador e uma escova de dentes elétrica. Juntamente com preços e custos, a demanda do consumidor se torna sujeita a administração”

John Kenneth Galbraith (1967)

O excesso de bens de consumo da sociedade capitalista é uma questão que perpassava vários momentos deste trabalho. Queremos deixar claro que, ao refletir sobre capitalismo, nos limitamos à natureza da sociedade capitalista baseada na ideia de crescimento contínuo, com o consumo como fator propulsor, estimulado por meio de estratégias de sedução nas quais o design desempenha função fundamental. Diferente dos objetivos mais imediatos das práticas artesanais, voltadas prioritariamente para responder a necessidades e demandas de indivíduos ou grupos sociais específicos (muito embora possa funcionar também como mercadoria e moeda de troca), o design, desde suas origens, tem seu desenvolvimento atrelado ao modo de produção capitalista. Feito menos para expressar a criatividade e imaginação do designer e mais para geração de lucro para seu fabricante

“Não somente ele [o capitalismo] deu origem ao design como atividade necessária dentro da divisão do trabalho na manufatura, como seu apetite por novidade garantiu a prosperidade dos designers” (FORTY, 2007, p. 124)

Nesse sentido, cientes da relação entre design e capitalismo, ambos as variáveis dessa equação se beneficiam para sua constituição e avanço, com o capitalismo funcionando como uma mola propulsora para a atividade do design e vice e versa.

Com esse vínculo de origem no interior das sociedades capitalistas, regidas por interesses do mercado, a dimensão social do design é inevitavelmente tolhida. Além de criar amarras que dificultam a expansão de um design socialmente orientado como era a pretensão do *Arts and Crafts* inglês e, com ressalvas, na Bauhaus alemã dos anos 1920, a lógica capitalista da produção e consumo de massa confere pouca importância e crédito à capacidade das pessoas de imputar sentido aos objetos, de se envolverem abstratamente na criação de um significado que esteja além daquele definido previamente por designers e fabricantes (HESKETT, 2008).

Contraditoriamente, é no contexto de expansão máxima do modelo de sociedade de consumo primeiro configurado nos Estados Unidos e depois espalhada pelo mundo, nos anos 1960, que uma consciência crítica acerca do lugar social do design em relação à produção, aos indivíduos, às práticas de consumo e suas consequências ambientais começa a se constituir.

É possível especular que a emergência dessa consciência crítica repercuta e, ao mesmo tempo, contribua para a atmosfera disseminada de contestação das estruturas vigentes em todos os âmbitos da ordem social, política e cultural nesse momento. Como se sabe, ao longo da década de 1960 os protestos disparam mundo afora: protesta-se contra

as estruturas fossilizadas e seu autoritarismo, contra a guerra do Vietnã, contra o comportamento de consumo nas sociedades capitalistas.

Nesse horizonte contestador o fetichismo do consumo, o consumo de massa e o consequente ônus da manutenção desse sistema para o meio ambiente, com a consciência de esgotamento de recursos naturais, entram de vez para a pauta de discussão, também no campo do design. Como lembra Whiteley (1998), é nos anos 1960 que se apresentam iniciativas voltadas à criação de um design responsável, no propósito de reforçar sua importância em termos sociais para além dos fins puramente mercadológicos. Nesse sentido, é justamente o vínculo profundo do design *mainstream*, engrenagem motora da sociedade de consumo e agente que contribui com sua cota para a devastação ecológica, que se torna alvo recorrente de críticas.

No final da década de 1960 percebe-se a formação disseminada de uma consciência acerca dos limites concretos dos recursos naturais, acompanhada de uma engajada defesa na aplicação mais eficiente desses recursos tendo em vista o desenvolvimento de uma “economia de meios” alternativa aos padrões capitalistas, inspirada na observação da maneira que as populações dos países mais pobres lidam com os recursos disponíveis. Em 1968 o cientista James Lovelock expôs sua hipótese Gaia, no qual a Terra é compreendida como um organismo auto-regulador que mantém as condições climáticas e químicas propícias à vida. Ao mesmo tempo, começam a aparecer publicações que tratam da denúncia da crise provocada pela poluição em decorrência do descontrole da aceleração industrial, o que repercute na organização de entidades de defesa e preservação ambiental como a *Friends of the Earth* em 1969 e o *Greenpeace*, em 1971. Esse movimento incipiente de tomada de consciência tem seu ápice na

realização, em 1972, da primeira conferência mundial sobre o meio ambiente, em Estocolmo (Suécia), demonstrando a progressiva consolidação institucional do movimento ambientalista no cenário político mundial.

Fig. 10 e 11: Reunião de líderes mundiais e protestos durante a conferência em Estocolmo (1972) (Disponível em: http://www.hardrainproject.com/stockholm_1972_eng acesso: 25/01/2013)

Um primeiro momento em que se percebe certa convergência entre preocupação ambiental, crítica à sociedade de consumo e prática do design está ligado à contracultura dos anos 1960, onde impera a rejeição ao consumo moderno, repercutindo a progressiva atitude crítica frente ao modelo ocidental de sociedade capitalista. De um lado, a geração hippie começa a questionar o design convencional e seus efeitos sobre o planeta. De outro, propostas de designers engajados se negam a participar do sistema econômico e político vigente e propõem estilos de vida alternativos, dando margem ao surgimento de projetos que vão de encontro ao poder das grandes indústrias e incentivam o “faça-você-mesmo”, como Hundertwasser e Victor Papanek, na defesa de uma ampla abertura à participação dos indivíduos na configuração do

entorno construído em que habitam e dos objetos com os quais lidam cotidianamente.

Nessa atmosfera, é com o intuito de prover modelos alternativos de produção e consumo, no espírito da contracultura, que circula entre 1968 e 1972 o *Whole Earth Catalog*, a partir da iniciativa de Stewart Brand, biólogo formado em Stanford, engajado na proposição de ideias capazes de remodelar o modelo de desenvolvimento industrial vigente desde uma perspectiva mais social e ecologicamente equilibrada.

Fig. 12: The *Whole Earth Catalog* (Disponível em: <http://www.silviolorusso.com/home/tangible-networks-a-non-digital-journey-into-cybernetics/> acesso: 20/01/2013)

Com uma das primeiras fotos tiradas do planeta pelos astronautas da NASA ilustrando a capa, o catálogo traz como subtítulo o lema que, em si mesmo, definia seu objetivo maior, “*access to tools*”, numa mensagem que se completa no teor do manifesto divulgado na edição inicial:

"We are as gods and might as well get good at it. So far, remotely done power and glory—as via government, big business, formal education, church—has succeeded to the point where gross defects obscure actual gains. In response to this dilemma and to these gains a realm of intimate, personal power is developing—power of the individual to conduct his own education, find his own inspiration, shape his own environment, and share his adventure with whoever is interested. Tools that aid this process are sought and promoted by the WHOLE EARTH CATALOG" (Whole Earth Catalog, 1968).

Organizando o conhecimento disponível em diversas categorias (compreensão dos sistemas, abrigo e uso da terra, indústria, artesanato, comunicações, nomadismo, aprendizagem, etc.), o catálogo pretende fornecer acesso a informações sobre educação independente, alta qualidade, preço baixo, vários exemplos de "design alternativo", demonstrando como reusar, refazer e fazer com pouco, produtos baseados na tecnologia de baixo impacto e energia renovável. Entre os objetivos principais que permeiam a organização do catálogo está a defesa de devolver aos indivíduos o poder sobre a realidade em que vivem, focar no desenvolvimento individual e prover acesso a ferramentas e conhecimento como o meio para instigar uma transformação social.

Vale citar ainda dois exemplos que surgem desse período de acirrado debate em torno dos problemas sustentáveis. Um deles é a conferência *Design for Need*, realizada no *Royal College of Art* em 1976, cujo objetivo era o estudo e desenvolvimento sistemático de design aplicado a projetos de valor social. O encontro incluiu diversas áreas tais como tecnologia apropriada², design para mundo em desenvolvimento e design para "mundo real". Como resultado da conferência foi elaborado uma coleção com alguns *papers* organizados pelo ICSID com o título *Design for Need: the social contrubution of design* (MAGDE,

² No entanto, é necessário destacar que o movimento de Tecnologia Apropriada surge nas décadas de 1960 e 1970 e tem em E. Schumacher (*Small is beautiful*) como um marco importante reconhecido amplamente. Tentando evitar toda polemica que o termo Tecnologia Apropriada gerou, levando a pergunta: Apropriada a quê? É preferível identificá-la de acordo com suas características específicas como: baixo custo de investimento; potencial para geração de emprego; simples organização; pequena escala de produção; alta adaptação ao ambiente sociocultural; auto-suficiência local; economia no uso de recursos naturais; preferência ao uso de recursos renováveis. É importante acrescentar que atualmente se vive um retorno, revisão e incorporação das propostas existentes na TA, inclusive no discurso oficial (RODRIGUES e BARBIERI, 2008).

Fig. 13: Edição original do relatório *The Limits to growth*, de 1970 (Disponível: <http://www.clubofrome.at/about/limitstogrowth.html> acesso: 20/01/2013)

1993). O outro, também nos anos 1970, é o relatório *Limits to Growth*, elaborado pelo Clube de Roma, atizando o debate sobre a capacidade do planeta de suportar os processos de desenvolvimento, propondo então o crescimento zero com objetivo de interromper a degradação ambiental (RODRIGUES e BARBIERI, 2008).

Design e crítica radical

É nessa década que a Itália se torna palco de uma série de reações à sociedade e a cultura do consumo dominante, reações essas buscando novos conceitos e produtos. Os designers e arquitetos italianos vivem momentos de grande questionamento do design e de sua imagem, alguns grupos e conceitos são criados agitando o debate. Não apenas a união dos designers com o desenvolvimento cultural, como também engajamento nos movimentos políticos constituem traços marcantes do design italiano desse momento (Bürdek, 2006).

As cidades de Milão, Florença e Torino seriam os centros de atividades do que logo começaria a ser conhecido como “*radical design*”, expressão que passa a ser identificada com coletivos de arquitetos e designers italianos entre os anos 1960 e final da década de 1970, como *Archizoom*, *Superstudio*, *UFO*, *Gruppo Strum*, etc. Germano Celant, responsável por cunhar essa expressão, aplicada inicialmente à arquitetura estendida ao design, pintura e outras formas artísticas, no catálogo da exposição “*Italy: the new domestic landscape*”, organizada pelo MoMA em 1972, trata de explicitar o amplo e profundo sentido que o adjetivo radical assume na prática desses grupos:

“Proclaiming itself as radical, it no longer wishes to be commercialized or alienated, or to renounce its own ideas and expressive attitudes. This is an architecture that has no intention of being subservient to the client or becoming his tool; it offers nothing but its ideological and behavioral attitudes. It has no desire to produce or complete objects or buildings, but wants rather to function through ideological behavior and actions disruptive of past architecture and design. Its significance lies in the systematic attention that it gives, not to what can be produced, but to an absolute and operative ethics. This consists in making people aware (not by means of commercial products, but by their aim in disengaging themselves from, and breaking with, the present system) of the extent to which design and architecture have been led violently astray by having been made subservient to ideological and behavioral repression” (CELANT, 1972, p. 382).

Jovens arquitetos e teóricos envolvidos com o *Radical Design* formulam críticas à desumanização do modernismo e ao rígido funcionalismo. Politizados e conectados com as condições de trabalho da época, preocupados com a direção que o design e a arquitetura assumiam e descontentes com o movimento orientado para o *Bel Design*³ da maioria dos produtos industriais, esses jovens se dedicam a desenvolver alternativas sociais e acordos culturais para seus campos de atuação. A crítica aos produtos industriais leva a revitalização da ênfase sobre o artesanal, o desenho, fotomontagens, produção em pequena escala e à formulação de ideias para o futuro.

³ Traduzido para o inglês como “beautiful design”, tem como característica típica formas elegantes, experimentação e colaboração com interesses das indústrias com uma inovação aberta (ERLHOFF e MARSHALL, 2008)

Dentre esses grupos, o *Superstudio* e o *Archizoom* sobressaem pela ousadia das estratégias e pelas críticas agudas formuladas a partir da própria matéria-prima do seu trabalho. Embora guardem algumas similaridades de estratégia, cada um dos grupos confronta a modernidade de maneiras completamente diferentes (LANG, 2003, p.29). Enquanto o *Superstudio* ataca os cânones do modernismo internamente entranhados forçando, assim, o rápido fim da era

modernista, o *Archizoom* dá forma a um mundo paralelo que alimenta o pós-modernismo na arquitetura. Entanto configurem trajetórias específicas, com traços bastante singulares, ambos os grupos apresentaram-se publicamente pela primeira vez na exposição “*Superarchitettura*”, co-organizada por eles em Pistoia, na Toscana, no final de 1966. No cartaz criado para divulgar a exposição fica explícito o tom irônico e superlativo de conduzir a uma crítica radical das formas correntes de produção e consumo na arquitetura e no design: “a Superarquitetura é a arquitetura da superprodução, do superconsumo, da superindução ao superconsumo, do supermercado, do Superman e da superbenzina”.

Fig. 14 e 15: Cartaz da exposição *Superarchitettura*. (Fonte: GARGIANI, 2007) e *Pratone*, móvel de deitar e sentar, do Grupo Strum (1971). Exemplo de antidesign, o *Pratone* manifesta a ironia e o jogo com a percepção muito apreciados pelo antidesign: parece repulsivo e duro, mas é macio e confortável (Scheider, 2010). (Disponível em: <http://www.gufram.it/>. acesso: 01/12/2012.)

Tendo como um dos seus idealizadores o designer Adolfo Natalini, o *Superstudio* pretende conduzir a uma pesquisa conceitual e crítica na arquitetura e design. “*Design como descoberta – Design como pretexto*” é o lema do grupo que apresenta seus projetos, a maioria deles contra o *Bel Design*. Natalini enfatiza que por destruição dos

objetos entendem a destruição dos atributos de status e conotações impostas pelo poder, tanto que vivemos com objetos (reduzidos a condição de elementos neutros e disponíveis) e não para objetos (LANG e MENKIING, 2003, p.23).

Procurando escapar do horrendo dia-a-dia, cada objeto tem simultaneamente uma função prática e uma contemplativa, derrubando, assim, o mito que o design carrega por anos. Vale aqui citar também a cadeia de concepção de objetos, úteis ou não, com base na grelha abstrata, os *Histogramas*, que sugere a falta de forma e identidade, por outro lado ressalta a igualdade e anonimato dos objetos. Observando que hoje, ironicamente, esse mobiliário, comercialmente conhecido por *Quaderna*, é vendido como objeto de culto.

Fig. 16: A grelha básica e série de histogramas do *Superstudio*: ao mesmo tempo objetos e edifícios, design e arquitetura (Fonte: LANG, 2003)

Em meados da década de 1970, vários escritórios de arquitetura e design que experimentam o *radical design* vão a falência, o que não impede que movimentos e iniciativas posteriores como os grupos *Alchimia* e *Memphis* reflitam vários dos mesmos interesses e conceitos do *radical design*, mas na maioria das vezes menos motivados politicamente (ERLHOFF e MARSHALL, 2008).

Nesse sentido, adotando uma orientação bastante diversa em relação ao *Superstudio* e *Archizoom*, já na virada para a década de 1980 o *Memphis*, criado por designers italianos pós-modernos, assumia uma posição de clara recusa das tendências do *radical design* ou *anti-design* dos anos 1970. Ettore Sottsass, principal mentor do grupo e que já participara do *Alchimia*, propunha um design que considere os estímulos fornecidos por diversos contextos culturais que, valorizados esteticamente, levem à concepção de objetos.

Os designers ligados ao *Memphis*, ao proporem uma prática livre de regras, destacam-se por quebrar convenções aceitas na época, preferindo a produção de séries limitadas e não a produção industrial de massa, optando por objetos aparentemente não funcionais que não aderem ao racionalismo ou ao funcionalismo, inclinando-se no caminho da ironia, do emocional, do insólito e do fantástico (BÜRDEK, 2006). Ao cultivarem uma cultura de design aberta e flexível, consideram o artefato importante simbolicamente e rico de significado cultural, independentemente de sua origem. *Memphis* assinala o início de um verdadeiro “*new design*” (*Nuovo Design*), fenômeno rapidamente descoberto pela indústria, comercializado e convertido em estilo (ERLHOFF e MARSHALL, 2008).

“Em reação contra o modernismo racional e austero herdado da Bauhaus, o Nuovo Design (Memphis, Alchimia) apresenta objetos ‘pós-modernos’, improváveis, provocadores, quase

inutilizáveis; os móveis tornam-se brinquedos, gadgets, esculturas de caráter de lúdico e expressivo. Com a tendência poetizada e pós-funcionalista, o design, ao operar uma reviravolta espetacular, não faz senão exibir mais abertamente sua essência moda” (LIPOVETSKY, 2011, p. 195)

Esse design “pós-moderno” encontra um solo fértil dentro da cultura do consumo, com a abundância de produtos de massa, a democratização do luxo – se assim podemos dizer - como também com o poder dos meios de comunicação. Com isso,

“A fantasia, o jogo, o humor, esses princípios constitutivos da moda agora têm o direito de cidadania no ambiente modernista, conseguiram imiscuir-se no próprio design” (LIPOVETSKY, 2011, p. 195-196)

Consequência direta desse processo, o design assume papel chave no marketing, na propaganda, na conformação do estilo de vida pessoal, nos hábitos de consumo e formas sociais de comportamento. O design passa a ser visto como mediador de sentimentos, de ideias, de conceitos, como também de utopias. (SCHNEIDER, 2010).

Fig. 17: Mesa “Kristall”, de Michele De Lucchi, membro do *Memphis* (1981) (Disponível em: <http://www.architetturadi Pietra.it/wp/?p=1917> acesso: 01/12/2012)

Todo esse contexto de crítica ao consumo excessivo e ao individualismo, muitas vezes usando de ironia e irreverência para expor suas “contraculturas”, deixa muito evidente alguns dos principais impasses e problemas em meio a uma ampliação da consciência da dimensão social do design nos anos 1960 e 1970, muitos dos quais, intensificados ou transformados, persistem ainda hoje.

Numa perspectiva distinta, porém não completamente desprovida da irreverência contracultural, ganha força na Alemanha, nos anos 1980 o *New German Design*, grupos como *Des-in*, *Bellefasc*, *Stiletto*, *Pentagon*, trabalham com uma nova confiança no design, abordando modelos conceituais, com uma produção que confere exame crítico da sociedade de consumo no lugar de produtos industriais. Como exemplo de abordagens experimentais, participantes de tais grupos fazem uso de objetos cotidianos e os transformam em móveis. As novas experiências e percepções dos objetos surgem também de materiais não usuais e sugestões de novas maneiras de usar as coisas (BRANDES, STICH e WENDER, 2009).

Consequência do valor crítico que essas tendências passam a imprimir ao campo do design, nos anos 1980 o design chega às galerias e museus, revelando a proximidade sem precedente com as experimentações artísticas, o que o leva a se fazer presente na *Documenta 8*, em 1987. Os designers alemães, do mesmo modo que os artistas, começam a fazer referência a coisas existentes, mudando ou modificando-as para criar novos conceitos de uso e novas experiências. Esses movimentos de design nos anos 1980 marcam o começo do design conceitual na Alemanha, que através de implicações sociais também leva a análises de modos de vida, trabalho e cultura doméstica.

Fig. 18: *Reifensofa*, do Des-in, 1974: descoberta da cultura do cotidiano e protesto contra a sociedade do desperdício. (Disponível em: <http://curatedwares.com/artworks-neues-museum-nuernberg/> acesso: 01/12/2012.)

A *Documenta 8* marca a sua importância na história, pois é nela que o design, na sua “suposta radicalidade” se despede da fase funcional. Pode-se considerar então que é na década de 1980 que, de certa maneira, se consolida o final da conceituação funcionalista do design, com a superação da doutrina do funcionalismo. Os responsáveis por tal façanha são tanto os grupos italianos de design pós- modernos, como os grupos alemães que trabalham à margem da ideologia funcionalista (BÜRDEK, 2006).

Tanto por essa entrada de vez do design nos museus, como pelo alcance que a palavra em si atinge, propagando-se para além dos circuitos especializados para se vulgarizar em seu uso na vida cotidiana, sejam argumentos que justifiquem o reconhecimento da década de 1980 como a “década do design”. E isso deve-se muito ao deslocamento da atenção menos para a dimensão utilitária, “tradicional” do design, para uma construída sobre a ênfase na dimensão semântica.

Fig. 19: Frank Schreiner (Stiletto), *Poltrona Consumer's Rest* (1983) Disponível em: <http://www.liveauctioneers.com/item/1647104> acesso: 01/12/2012)

Como nos lembra Heskett (2005, 2008), os movimentos pós-modernos desta década priorizam o valor semântico do design, mais do que suas qualidades utilitárias: mais importante que o uso, são os significados associados ou embutidos nos objetos. Nessa condição, em que o design de produtos parece completamente tomado pela arbitrariedade criativa, com a concepção de objetos com escassa ou mesmo nenhuma relação com a finalidade de uso, e explicados pelo sentido que se pretendeu neles imprimir, são os designers a origem da criação e dos significados, restando aos usuários buscar nesse objetos sentidos com os quais se identifiquem ou descobrir meios de construir tal identificação.

É também na década de 1980, justamente na ênfase dessa tendência que Schneider (2010) nota o surgimento de novas modalidades na relação do usuário com o objeto, particularmente naquelas relações mediadas pela necessidade premente de autodefinição de indivíduos rodeados por uma infinidade de modelos, cores, texturas, marcas, etc. Incorporando o design como estratégia de

singularização, os indivíduos passariam recorrer não a objetos de design banal, mas exigindo produtos diferenciados semanticamente para satisfazer suas necessidades crescentes de diferenciação simbólica. E por isso, o culto ao design de autor vem complementar a individualização social, a necessidade de pessoas comuns se satisfazem com suas formas e estilos individuais de vida e o constante trabalho de construção de identidades.

Nesse momento, o consumo de design deixa de ser visto apenas como símbolo de status, para se tornar, sobretudo, numa forma de prazer. Os produtos começam a ser valorizados não pela estética atraente, mas pelo conforto e segurança que proporcionam e pelo seu desempenho.

Discorrendo sobre o design Lipovetsky (2011) afirma que a disciplina não é tão radical na sua oposição à moda. O design se rebela menos contra a moda, é sedutor, mas inventa uma nova modalidade de sedução, ao mesmo tempo em que se desprende do passado figurando apenas o presente, se revelando um verdadeiro “hino à modernidade”. Nisso, descolada em grande parte das questões puramente utilitárias, a forma parece ter se tornado autônoma no decorrer desse processo, pondo à margem ou simplesmente ignorando outras dimensões envolvidas no trabalho do designer.

o design(er) sob suspeita

Tambor para transporte d'água
(Cabo Frio, 1973, foto: Beto Felício)

Fonte: *Arcos: design, cultura material e visualidade*, nº único, out. 1998.

“Desenho industrial é a prática de analisar, criar e fomentar produtos destinados à fabricação em cadeia. Sua meta é obter formas cuja aceitabilidade fique assegurada antes de que haja tido lugar uma inversão de capital considerável, e que possam fabricar-se a preços que permitam ampla distribuição e a obtenção de benefícios razoáveis”

Harold Van Doren in Papanek (1971)

Como vimos no capítulo anterior, ao longo dos anos 1960 e 1970 emergem e se consolidam diversas vertentes de pensamento crítico tendo como foco os rumos e excessos do capitalismo global em paralelo a crescentes questionamentos acerca da ordem política e cultural estabelecida. Período de convulsão social, política e ideológica, essas décadas veem surgir movimentos de contestação tanto das estruturas de poder e produtivas, como também da própria organização dos saberes disciplinares, pondo em xeque as noções, ideias e lugares estabelecidos em favor de uma realidade mais inclusiva e complexa e menos hierárquica.

É nesse contexto que certas ideias, oriundas tanto da filosofia quanto da literatura encontram correspondências no campo do design, como as proposições críticas de Foucault, Barthes e Umberto Eco que, de diferentes perspectivas, põem em xeque a noção corrente de autoria, repercutindo em várias áreas, inclusive design e arquitetura.

Em geral, a resposta a essas revisões no âmbito do design manifesta-se num movimento duplo: de um lado, questionam-se noções vigentes de autoria como criador e detentor único sobre a obra, sua produção e interpretação. Fato que confere ao entendimento do design uma amplitude mais social, em que o usuário final deixa de ser considerado apenas em sua condição passiva para ser cada vez mais aceito como agente criativo cuja intervenção deve ser compreendida e levada em conta na reflexão acerca do design e seus produtos.

De outro, em sintonia com uma percepção cultural ampliada, resultado das críticas ao processo civilizatório no pós-segunda guerra, constata-se um interesse e apreço crescentes em torno de objetos marginais ao circuito do consumo, artefatos correntes em determinadas realidades culturais e sociais, sobretudo, aqueles oriundos da periferia do capitalismo ocidental.

É dessa atmosfera que emerge um renovado interesse por objetos ditos populares entre vários artistas, designers e arquitetos, atentos às lições que uma produção não-erudita, não-autoral, anônima, resultado de demandas concretas da realidade cotidiana, tinha a oferecer na perspectiva de criação de novos horizontes para o design. Longe da apreciação exótica ou pitoresca, essa nova mirada toma tais objetos como fontes de saber, depositários de práticas que transcendem os interesses meramente monetários, hegemônicos na realidade capitalista dos países desenvolvidos.

Também nesse horizonte se acentua a discussão, particularmente a partir de autores como Victor Papanek, sobre a natureza social do trabalho do design, num chamado a um maior engajamento do designer no “mundo real”. Ao mesmo tempo, abre-se um rico debate sobre a relação entre design, tecnologia e consumo tendo em vista a infiltração do nascente pensamento ecológico, pondo em dúvida o modelo de progresso e desenvolvimento baseado no consumo desenfreado que afetava diretamente os recursos naturais e ambientais disponíveis. Nessa perspectiva compreende-se a tomada de consciência para a realidade de “mundo pequeno” de E. Schumacher, e seus possíveis rebatimentos na reflexão e prática do design.

Autor, obra e forma aberta

“(...) a explicação da obra é sempre procurada do lado de quem a produziu, como se, através da alegoria mais ou menos transparente da ficção, fosse sempre afinal a voz de uma só e mesma pessoa, o autor, que nos entregasse a sua ‘confidencia’”

Roland Barthes, *A morte do autor* (1968)

Entender as implicações das críticas ao “império do autor” – conforme expressão de Roland Barthes – numa disciplina e campo de atuação profissional como design, tão distinta do nicho de origem desse questionamento e ainda carente de estudos mais aprofundados a respeito, reclama um desvio momentâneo do percurso, e um deslocamento do foco. O propósito vai no sentido de recuperar alguns dos termos, posições e rebatimentos possíveis dessa discussão desde que se impôs na ordem do dia do pensamento ocidental, na década de 1960, no marco do giro epistemológico desencadeado nas ciências sociais, na

filosofia, antropologia e na linguística, para daí contaminar cada vez mais áreas de conhecimento, o design, inclusive (BURKE, 1999, p. 15). Considerando isso, a abordagem aqui avançada será sobretudo tópica, delineando aspectos que possam alimentar a reflexão específica no âmbito do design sem a pretensão de aprofundar-se em demasiado em pontos ainda polêmicos hoje em dia.

Tomando essas precauções, é possível imaginar o impacto que as palavras iniciais de Umberto Eco em seu clássico “Obra aberta” – publicado em 1962, resultado de vários estudos que vinha elaborando ao longo da década anterior – podem ter tido, adotadas como fonte de inquietação entre profissionais de várias áreas, muito além dos limites da literatura, da semiologia ou filosofia. Ao falar da poética da obra aberta ele parece estender a possibilidade dessa noção então definida para outras atividades de natureza criativa:

“Entre as recentes produções de música instrumental, podemos notar algumas composições assinaladas por uma característica comum: a peculiar autonomia executiva concedida ao intérprete, o qual não só dispõe da liberdade de interpretar as indicações do compositor conforme sua sensibilidade pessoal (como se dá na música tradicional) mas também deve intervir na composição, não raro estabelecendo a duração das notas ou a sucessão dos sons, num ato de improvisação criadora” (ECO, 1991, p.37).

Autonomia, liberdade do intérprete e improvisação criadora: se lidas assim, em sequência e deslocadas do contexto original do texto de Eco, é bastante provável que estivéssemos falando de inúmeras formas de produção cultural, a música, a literatura, as artes plásticas e, também, o design. Essa característica em parte pode explicar o entendimento exposto anteriormente quanto à recepção das ideias de Eco em outros contextos e circuitos não considerados originalmente pelo autor. E é talvez por esse traço que a noção de “obra aberta” tenha ganho uma

Fig. 01: Capa da edição original do livro de Umberto Eco, (1962) (Disponível em: <http://www.biblio.com/books/257475331.html> acesso: 20/01/2013)

audiência muito mais ampla e diversa, funcionando, dentre outras formas, para suscitar dúvidas e pôr em xeque os valores de autoria e de obra tradicionais nas artes, na literatura e possivelmente também no design e em áreas afins, como a arquitetura.

Na obra, Eco, identificado com as realizações artísticas do pós-guerra, defende que os processos de leitura e interpretação não podem pressupor uma análise pré-definida e estruturada do texto. A consequência disso é o reconhecimento da liberdade interpretativa do leitor, tornando sua tarefa de extrair do texto análises que podem muito bem responder aspectos mais estritamente pessoais.

Na interpretação que desenvolve, Eco propõe uma inversão dos termos habituais de análise textual, dominada em grande parte ainda nesse momento por formalistas, que depositavam na obra em si o maior esforço investigativo. Para isso ele parte da abordagem corrente sobre a obra para apontar sua superação. Considerando a literatura, a obra é uma criação de um autor, que intenciona despertar no seu receptor, ou seja, no leitor, um conjunto de efeitos que o levam a compreender as pretensões originais de quem a produz. Na concepção de *obra aberta* é para o intérprete, novamente o leitor, que se atribui a função de ir descobrindo e compreendendo a obra, de acordo com a sua própria personalidade, interesses, experiências cotidianas e horizontes de expectativa, pois todo o processo de interpretação se encontra condicionado pela cultura em que o indivíduo se insere.

A noção de “opera aberta” responde à necessidade de compreender e valorizar a capacidade de criação e interpretação que conduz a uma reestruturação do pensamento, sempre que necessário. Assim, reconhece que uma produção literária não está totalmente acabada em si mesma e completamente definida enquanto estrutura

finita, mas, pelo contrário, possibilita diversas interpretações e reformulações. A *abertura* e infinitude do texto literário possibilitando, assim, um maior questionamento da própria obra e do agente envolvido na sua elaboração, ou seja, o autor.

Ao dirigir-se no sentido da abertura da obra, atribuindo ao leitor-interpretador um poder antes reconhecido apenas ao autor, é ao próprio autor, como agente criativo único no processo de produção da obra, que parece se voltar o raciocínio desenvolvido por Umberto Eco. Numa situação em que deixa em suspensão o papel afinal desempenhado por ele, o autor, num processo que não se encerra, nem limita-se em seus desdobramentos ao momento da produção. Mas que adquire um enorme grau de indefinição e indeterminação na multiplicidade possível das (re)interpretações criativas que a obra pode receber em sua existência.

Assim assegurada, a característica fundamental da obra seria a *abertura*, uma vez que ela se utiliza de mensagens estéticas que transmitem uma quantidade infinita de possibilidades interpretativas, abrindo-se nos contatos cotidianos para descoberta de novos significados, no sentido da “definição de um tipo de poética contemporânea, em que o interpretador se torna co-partícipe da obra, interferindo na sua forma final” (BRITO JUNIOR, 2007, p.88). Seria esse raciocínio passível de ser estendido, com alguns ajustes necessários, também para a obra resultante da ação do designer?

Como que avançando numa direção específica os possíveis desenvolvimentos do pensamento lançado por Eco, poucos anos depois de “Obra aberta”, o filósofo da semiologia Roland Barthes apontaria a que desdobramentos a abertura, levada às últimas consequências, poderia conduzir: “a unidade do texto não está em sua origem, mas no

seu destino, mas esse destino já não pode ser pessoal” (BARTHES, 2004, p. 64).

Ao enfatizar a ideia de que a autoria não se restringe a um indivíduo, ao contrário, é concebida por vários sujeitos, em seu ensaio “A morte do autor”, de 1968, Barthes parece anunciar a própria dissolução da função e do lugar antes consagrado à figura do autor, personagem cuja identidade é perdida, que já não é dono do texto, não escreve, mas coleta escritas anteriores. Para ele, a escrita começa quando a voz perde sua origem e o autor entra em sua própria morte, apesar de reconhecer que a cultura corrente ainda está “tiranicamente centrada no autor”:

“(...) a explicação da obra é sempre procurada do lado de quem a produziu, como se, através da alegoria mais ou menos transparente da ficção, fosse sempre afinal a voz de uma só e mesma pessoa, o autor, que nos entregasse a sua “confidência” (Idem)

Opondo-se a esse domínio ainda incontestado do autor, Barthes vai além, atestando que o leitor é o que importa, que vai receber e interpretar o texto segundo sua história e cultura.

“Sem dúvida que foi sempre assim: desde o momento em que um fato é contado, para fins intransitivos, e não para agir diretamente sobre o real, quer dizer, finalmente fora de qualquer função que não seja o próprio exercício do símbolo, produz-se este desfasamento, a voz perde a sua origem, o autor entra na sua própria morte, a escrita começa”. (Idem, p. 63)

Barthes mostra que, a despeito da aparente solidez do “império do autor”, a história da cultura ocidental já vinha aos poucos corroendo os fundamentos desse domínio, minando o *status quo* dessa figura. De Balzac a Mallarmé e Valéry, ou retrocedendo a Proust e Montesquieu, vários indícios se acumulavam denotando esse processo, acentuado com o surrealismo nas artes e na literatura, todos contribuindo para

“dessacralizar a imagem do autor”, num processo que, segundo Barthes, é consumado pela linguística:

“(...) a linguística acaba de fornecer à destruição do Autor um instrumento analítico precioso, ao mostrar' que a enunciação é inteiramente um processo vazio que funciona na perfeição sem precisar de ser preenchido pela pessoa dos' 'interlocutores'; linguisticamente, 'o autor nunca é nada mais para além daquele que escreve,' tal' como eu não é senão aquele que diz eu: a linguagem conhece um sujeito, não uma pessoa, e esse sujeito, vazio fora da própria enunciação que o define, basta para fazer 'suportar' a linguagem, quer dizer, para a esgotar” (Idem, p. 66)

Quase ao mesmo tempo que Barthes, Foucault conduz sua reflexão aprofundando a própria noção de autor, autoria e sua relação com a obra, em “O que é um autor?” (1969). Dialogando com as inquietações que perpassavam sua própria obra nos anos 1960, Foucault analisa o lugar do autor na história das ideias e do pensamento ocidental observando, por exemplo, as consequências disso como fator a partir do qual se estrutura a elaboração de discursos e mesmo de campos discursivos como um todo. É o que aponta em autores como Karl Marx, por exemplo, que constituem o que ele chama de “fundadores de discursividade”:

“Esses autores têm de particular o fato de que eles não são somente os autores de suas obras, de seus livros. Eles produziram alguma coisa a mais: a possibilidade e a regra de formação de outros textos. Nesse sentido, eles são bastante diferentes, por exemplo, de um autor de romances que, no fundo, é sempre o autor do seu próprio texto. Freud não é simplesmente o autor da Traumdeutung ou de O chiste⁷; Marx não é simplesmente o autor do Manifesto ou do Capital: eles estabeleceram uma possibilidade infinita de discursos. É fácil, evidentemente, fazer uma objeção. Não é verdade que o autor de um romance seja apenas o autor do seu próprio texto; em um certo sentido, também ele, na medida em que ele é, como se diz, um pouco "importante", rege e comanda mais do que isso” (FOUCAULT, 2009, p. 280-281)

Ao longo do texto, Foucault apresenta uma crítica radical à noção de autor e ideias afins, como obra, no intuito por investigar o que fica nublado pela hegemonia dessa figura como eixo de organização dos saberes. Defendendo o apagamento do autor, Foucault inclina-se para um alinhamento decisivo com o conceito oposto ao de autoria, ou seja, o anonimato, em favor das ideias e discursos em si mesmos, livres da autoridade que a simples vinculação a um autor imediatamente delega.

Morte ou metamorfose do design(er)?

Mais do que buscar rebatimentos diretos desses posicionamentos críticos acerca das noções de autor, autoria e a natureza aberta da obra, primeiro formuladas no âmbito da linguística e da crítica literária mais avançada dos anos 1960, busca-se aqui trazer alguns dos aspectos dessa discussão considerando as possíveis repercussões, aproximações e convergências com o campo do design. Ou seja, não se busca identificar uma correspondência imediata entre âmbitos do saber tão distintos, mas reconhecer a circulação de certas ideias e propostas cujos reflexos em muitas e distintas áreas não podem ser descartados de antemão.

É importante lembrar que a emergência dessas ideias é contemporânea e se dá paralelamente ao conjunto de críticas que também nos anos 1960 parece sacudir a estabilidade do campo do design e pôr em xeque o predomínio do design da “boa forma” (*gute form*), ao mesmo tempo em que revela as implicações sociais, políticas, econômicas e ambientais das relações do design com a cultura do consumo no capitalismo. Ou seja, apesar das particularidades, ambos os movimentos desenvolvem-se compartilhando uma atmosfera cultural e

política comum de tensão e questionamento de valores e hierarquias consagradas.

Talvez seja por isso que Adam Richardson no artigo “The death of the designer” (1993), tome os anos 1960, com os movimentos anti-design italianos e a atuação inicial de Victor Papanek, como marco do momento de consciência da “morte do designer”, expressão que toma emprestada de Barthes, considerada sinal evidente da crise no design industrial.

“Industrial design is in crisis. Whether it recognizes it or not, it is in a crisis of identity, purpose, responsibility, and meaning that has largely gone uncommented upon by the practicing community, a fact that is, or should be, disturbing in itself. The viability of the profession as it is currently practiced needs to be seriously questioned, its boundaries examined, and its values reconsidered” (RICHARDSON, 1993, p. 34)

Crise de identidade essa decorrente de que os designers “não fazem o que geralmente dizem que fazem” (idem). Completamente absorvidos nas estruturas de produção da economia capitalista, porém sem ocupar o lugar que de fato desejariam ocupar, com limitado poder decisório sobre os rumos de suas próprias concepções, sujeitas a intervenções e alterações com frequência à revelia das suas intenções. Conforme Richardson, os designers têm muito menos impacto no produto final do que eles pensam, sendo preciso reconhecer que os designers:

“(…) have much less control over the process of product development than one might be led to believe by the common rhetoric. In addition, how users and cultures respond to the products which designers help create is not well understood. Most conventional theories tend to exaggerate the designer’s influence over these interactions, and exactly what the designer’s responsibilities are toward the culture as a whole must be given closer attention” (idem, p. 34)

Em grande parte das vezes as decisões sobre o produto escapam às mãos dos designers, cuja atuação associa-se a fatores diversos de ordem econômica e produtiva no interior de equipes técnicas conjuntamente com outros profissionais (economistas, engenheiros, publicitários, etc.) que são, muitas vezes, os responsáveis por traçar as diretrizes do projeto bem antes do envolvimento do designer. Com isso, a função do produto escapa à decisão do designer tanto durante o desenvolvimento quanto depois, quando o produto é introduzido dentro da cultura e dos circuitos sociais de consumo. A figura do designer que emerge desse quadro destoa fortemente tanto da autoimagem que o profissional projeta e os valores simbólicos a ele associados, como do senso comum sobre ele em âmbito social.

Ao discorrer sobre o papel do designer, Forty (2007) salienta que se olharmos apenas para o lado mais fácil e mais comum do trabalho do designer exaltando sua autonomia e originalidade estaremos também assinando a ignorância do seu papel de agente da ideologia burguesa. Ao classificar o design como puro ato de criatividade de indivíduos, se ressalta a importância dos designers, mas por outro lado se degrada o design separando-o do funcionamento da sociedade. Afinal, como se sabe, não é o designer e sim o empresário que decide o design que melhor satisfaz as ideias necessárias para o sucesso do produto (FORTY, 2007).

Importante para os objetivos deste estudo, essa corrosão da imagem mítica do design aponta para um sentido de abertura possível na relação dos usuários com os objetos, na medida em que a autoridade máxima antes indissociável à figura do designer perde muito de sua legitimidade. Por essa via, o produto da ação do designer pode agora

abrir-se no sentido de desenvolver interações mais flexíveis e livres de julgamentos e preconceitos.

Nessa nova perspectiva os usuários podem ler a forma, a função e os significados dos objetos através de interpretações particulares e independentes daquelas originalmente pretendidas pelo designer (RICHARDON, 1993, p. 36). Frente a essa realidade, desdobrando sua apropriação do título do ensaio de Barthes, Richardson não hesita em propor a substituição do autor pelo designer e do leitor pelo usuário, já que para ele “the ‘birth’ of the user must result in the ‘death’ of designer” (Idem, p. 36).

Então, se considerarmos essa afirmação de Richardson ao pé da letra, qualquer um pode ser designer? Como qualificar a atuação dos não-designers, dos usuários sem conhecimento especializado mas que submetem os objetos a inúmeros desvios de função e sentido?

No propósito de adensar essa discussão em torno da crítica ao design autoral é importante aqui atentar para a aproximação proposta por Panagiotis Louridas (1999) entre a prática da bricolagem e o design. Entendida por sua forte associação às artes do fazer, ao faça você mesmo, à improvisação, às práticas multiformes e combinatórias sempre anônimas, a noção de bricolagem adquiriu ampla circulação através do livro *La Pensée sauvage* (1962), do antropólogo francês Claude Levi-Straus.

Na acepção de Levi-Strauss, “o *bricouler* é o que trabalha com suas mãos, utilizando meios desviados em comparação com os do homem de arte” (LEVI-STRAUSS, 1969, p. 35). Em contraponto à figura do engenheiro, o *bricoleur* procede sem um planejamento prévio, lançando mão de processos e meios tecnológicos que destoam dos recursos convencionais, e não opera sobre matérias-primas, mas sim sobre

fragmentos, restos, descartes, sobras, ou seja, em materiais já trabalhados.

A partir da conceituação de Levi-Strauss, Louridas (1999) apresenta um argumento que nos obriga a considerar a relação do design com a bricolagem. Para este autor, design é uma forma de bricolagem. Em seu texto *Design as bricolage: anthropology meets design thinking* faz uma análise comparativa trazendo semelhanças e diferenças entre as duas práticas. Lança duas nomenclaturas classificativas para o design.

De um lado, analisa o “design consciente” como sendo um design concebido e praticado como atividade distinta, profissionalizado e institucionalizado, por indivíduos que possuem qualificações adquiridas pela educação formal, e podem praticar seu comércio como corpo distinto e profissional. O designer não projeta para si mesmo, mas para os outros, seu produto tem que ser criativo, original e eficiente para ser comercializado.

Já o que o autor identifica por “design inconsciente” é o que reconhecemos como design sem designers, podendo ser uma forma da atividade do design em sociedades primitivas e tradicionais, onde a profissão do design não existe. Ou, para parafrasear o título de um livro sobre a arquitetura anônima, vernacular e sem arquitetos, organizado na década de 1960 por Bernard Rudofsky (1965), um *non-pedigreed design*. Nesse caso, os artefatos são feitos e projetados pelos seus usuários, as casas são projetadas e construídas pelos seus habitantes. É uma ação direta, com respostas imediatas aos problemas, onde a realização se dá a partir das condições concretas de existência e segundo os meios disponíveis. O que, por sua vez, não implica a desqualificação do seu produto, com a qualidade dos resultados não correspondendo à falta de

conhecimento especializado, pois “resultados admiráveis” são alcançados por pessoas sem qualificação em design (LOURIDAS, 1999).

Parece-nos evidente as semelhanças entre bricolagem e design inconsciente. Ambos são práticas realizadas sem a necessidade de uma formação acadêmica institucionalizada. Quem faz usa seu repertório de material e de signo próprios, sempre introduzindo algo particularmente seu no processo de concepção/produção, construindo quando se precisa construir, ou melhor, concebendo um artefato quando se faz necessário. Não decompõe, não analisa, mas emprega materiais que funcionam como signos. É para práticas semelhantes a esta que lançamos nosso olhar nessa pesquisa.

Contudo, apesar das alegadas crises, das contestações e impasses, não é necessário muito esforço para constatar que o culto ao design de autor persiste como característica recorrente. Se isso não apresenta novidade – bastando lembrar dos casos de designer célebres como Norman Bel Geddes ou Raymond Loewy, entre outros – não há dúvida de que essa tendência só tem se intensificado nas últimas décadas. Talvez citar os nomes de Philippe Starck e Fernando e Humberto Campana seja suficiente para atestar essa realidade. O mesmo fato se constata pelo volume de publicações com ênfase em designers famosos e suas trajetórias pessoais. Isso tudo serve para eliminar qualquer suspeita de que, apesar das críticas, o design está fortemente presente no imaginário contemporâneo como objeto de culto, de desejo, como sinal de distinção de quem usa e de quem concebe. Se já não esteve, hoje, sem dúvida, o design está na moda.

Essa situação parece refletir a própria organização dos valores vigentes numa sociedade cujo centro cada vez mais é ocupado, ou melhor, disputado, pelo culto à individualidade. No caso do design, em

particular, representa o resultado da conquista simbólica de um amplo espaço social por uma especialidade que em termos históricos foi muitas vezes considerada uma “profissão menor” (JULIER, 2010). No mesmo sentido, é decorrência do empenho dos designers em criar um sistema de diferenciação, tanto em relação a outros profissionais e disciplinas, como também para se identificarem e distinguirem-se a si mesmos e suas habilidades em termos profissionais e sociais. Esse sistema de diferenciação valeu-se com frequência do recurso a mitos sobre a criatividade individual herdados do ensino artístico, em particular, e da cultura das belas artes em geral (Idem). Na construção dessa figura mítica do designer e seu trabalho, a representação do design tem sido dominada por realizações individuais. Feiras internacionais, exposições, produção de livros e publicações sobre design centrados no designer, contribuem para essa primazia do individual, na montagem de um *star-system* próprio.

Fig. 03 e 03: Capa da revista Time com Raymond Loewy (out. 1949) e de livro dedicado à obra de Philippe Starck (Disponíveis em: www.aiga.org/the-face-of-design/, acesso em: 15/01/2013, e http://www.amazon.com/gp/product/images/3822885002/ref=dp_image_0?ie=UTF8&n=283155&s=books acesso: 20/01/2013)

Considerando isso, é difícil concordar com Richardson (1993) nessa sua declaração de morte do designer no mundo contemporâneo. Apesar dos limites e restrições, pelo contrário, o designer parece antes manifestar-se em múltiplas formas na situação atual, seja através das “celebridades”, como Starck, ou pela incorporação do seu trabalho como etapa decisiva e naturalizada do processo produtivo. Nesse último sentido, essa forma de atuação do designer mostra-se em plena sintonia com a própria condição de existência e produção na modernidade industrial, dominada pela ideia de seriação, de reprodutibilidade, em um mundo que se afasta de qualquer possibilidade de restabelecimento da figura do gênio criativo capaz de gerar toda uma nova realidade a partir da sua obra isolada. Sem desfrutar da autonomia alcançada pelo trabalho desinteressado do artista, como vimos, a própria constituição do design é, em grande parte, atrelada e devedora das condições de produção do capitalismo industrial, seus valores, objetivos e limites.

Sem avançar muito, seria interessante fazer um breve paralelo da inserção e modo de atuação do designer com as circunstâncias em que se dá a prática artística e sua conversão numa forma essencialmente industrial de produção numa “era da reprodutibilidade técnica”. Claro, nossa referência mais imediata é o clássico texto “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica” (1935/36), de Walter Benjamin.

Nele, Benjamin discute a problemática da perda da aura com a reprodutibilidade da obra de arte, ou seja, do seu valor de autenticidade, na realidade gerada pela modernização e industrialização:

“(...) a autenticidade de uma coisa é a quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até o seu testemunho histórico. Como este depende da materialidade da obra, quando ela se esquia do homem através da reprodução, também o testemunho se perde” (BENJAMIN, 1994, p.168).

Benjamin aponta para a natureza da indústria cinematográfica determinada pela sua obediência à lógica da reprodutibilidade, uma criação coletiva com autoria difusa num processo cujo horizonte último se realiza no seu consumo de massa. Esse pensamento nos leva a questionar a relação com o objeto produzido industrialmente para as massas, em que a autoria é anônima ou se dissolve – como na grande maioria dos objetos - e dentro de nossa sociedade de consumo, onde a difusão, mais que desejada, torna-se fundamental para manutenção dos custos de produção e inovação tecnológica.

Num exercício similar ao feito por Richardson em relação a Barthes poderíamos trocar, sem necessidade de maiores ajustes, o cinema e todo seu aparato produtivo pelo design: ambos dependem, para sua plena realização, de ampla difusão e consumo, só possíveis nas condições de produção em massa da sociedade capitalista. Assim, faz sentido indagar quanto à importância da autenticidade, da aura, e até mesmo da autoria de um objeto na sociedade industrial? Qual o sentido da autoria quando o objeto alcança as massas? Não é para maior abrangência pública que ele foi criado? Para gerar lucro e mais investimento tecnológico?

Com a reprodução multiplicada, é certo que a existência única da obra é substituída por uma existência serial que leva, seguindo os argumentos de Benjamin, a atrofia de sua aura. Mesmo sabendo que, embora os objetos de produção industrial em massa, idênticos entre si, não sejam dotados nem pretendam ostentar uma aura, característica esta essencial da obra de arte, Sudjic (2010) sugere que com o tempo e as mudanças culturais, esses objetos acabam por adquiri-la, na medida em que se diferenciariam simbolicamente, passando a exibir valores pessoais específicos, independente das intenções dos designers e das

premissas do seu processo produtivo baseado na multiplicação indefinida e no anonimato do consumo.

A reforçar tal posição, para Julier (2010), o desenvolvimento da produção em série de imagens não desvaloriza o original, e sim concede uma aura de maior importância, o que explicaria porque, apesar da expansão massiva de livros de arte, o público continua indo às galerias e museus. Sendo a compra de um artigo produzido em massa uma maneira pela qual se busca apropriar-se da aura do original. O autor aponta como exemplo a mesa *Mickey Mouse*, fabricada pela Bonacina, em 1972, segundo design de Ettore Sottsass. Ao utilizar a forma gráfica do personagem da Disney, o designer dirige a mensagem da mesa de volta para o fato de que Mickey Mouse é um objeto produzido em massa de consumo global. A aura potencial do objeto é então desconstruída para o consumidor. Ironicamente, esse entusiasmo pela democratização do design, que encontramos em muitos projetos de designers radicais dos anos 1960, termina exposto como alto design em galerias e museus na década seguinte (JULIER, 2010).

Os questionamentos acima nos levam a pensar a relação da *obra aberta* no design de produtos. Não com intuito de associar o design à arte ou ao texto literário, mas de pensar sobre o que seria, nessa perspectiva, um design aberto. Todo produto/artefato quando chega às mãos dos usuários se torna passível de várias interpretações/usos. Entendida dessa forma, a obra/objeto fica sujeita uma quantidade indefinida de possibilidades de interpretação. Grosso modo, a ideia de design aberto poderia tanto ser associada à participação direta dos usuários juntamente ao designer no processo de concepção e produção, como, numa segunda modalidade de abertura quando os usuários interferem no produto final na fase de consumo, levando a intervenções nos usos e

destinações de acordo com suas necessidades e vontades, modificando formas e funções previamente definidas.

Design para um “mundo real” e “pequeno”

Fig. 04: Victor Papanek
(Disponível em:
http://en.wikipedia.org/wiki/Victor_Papanek
acesso: 16/01/2013)

É desde uma perspectiva crítica da realidade da sociedade de consumo e do lugar do design nessa sociedade que se pode entender as preocupações e ideias lançadas por Victor Papanek em *Design for the real world*, livro originalmente publicado na Suécia em 1970, e que rapidamente se torna um texto referencial na reflexão e prática de um design que assume uma atitude responsável frente ao mundo do consumo e suas implicações (WHITELEY, 1998). Sem deixar espaço para dúvida quanto aos objetivos que pretende atingir, no prefácio do livro o próprio Papanek elenca a questão central que norteia seu pensamento nesse momento:

“Em uma era de produção em cadeia, quando tudo tem que ser planejado e projetado, o design tem se convertido no utensílio mais poderoso de que se serve o homem para configurar suas ferramentas e seu meio ambiente (e, por extensão, à sociedade e a si mesmo). Isso exige do designer uma elevada responsabilidade moral e social. Exige também aos praticantes do design uma maior compreensão das pessoas, e do público conhecimentos mais amplos do processo de design. Até agora não se publicou em parte alguma nenhuma obra que discuta a responsabilidade do designer, nem nenhum livro sobre design que tenha em conta o público desde ângulo” (PAPANEK, 1977, p.12).

Seguindo esse propósito, o livro constitui uma crítica ao papel do designer, que estaria limitado primeiramente à realização de projetos para ganhar a vida bastante dependente de soluções que visam apenas o lucro no mercado capitalista. No mesmo sentido, constitui também um

posicionamento contra o design que serve ao luxo gozado por uma pequena minoria formada pela “elite tecnológica, endinheirada e cultural de cada nação”.

Fig. 05: Capa da primeira edição inglesa do livro de Papanek, de 1971, e duas páginas internas do mesmo (Disponível em: <http://www.shirari.com/blog/img/needs-wants-papanek.jpg> acesso: 16/01/2013)

Segundo Whiteley (1998), o poder e influência do design e a falta de responsabilidade moral da profissão é a grande motivação para Papanek escrever esse seu texto “seminal”. Entendendo que na era de produção de massa quando tudo pode ser planejado e projetado, o design se torna ferramenta poderosa, com a qual o homem modela seus artefatos e ambientes, e por extensão a sociedade e ele mesmo, Papanek afirma não fazer sentido projetar itens de consumo banais e estilísticos para países desenvolvidos quando a maior parte da humanidade vive abaixo da subsistência.

Movido por tais inquietações, lança suas ideias numa crítica feroz à crescente visão tradicional do design em relação aos grandes desafios humanos e ambientais. O que o leva a ampliar a compreensão do que

seja o design e seu artífice, num pensamento que se mostra receptivo às mudanças no campo do conhecimento do seu tempo, marcado pela penetração de formulações teóricas de cunho relativista e culturalista na sociologia, antropologia e demais ciências humanas, com repercussões diretas no âmbito do design e da arquitetura.

“Todos os homens são designers. Tudo o que fazemos quase sempre é projetar, pois o design é a base de toda atividade humana. O planejamento e normatização de todo ato dirigido a uma meta desejada e previsível constitui um processo de design. Todo intento dirigido a isolar o design, a convertê-lo em uma entidade em si mesma, vai contra o valor intrínseco do design enquanto matriz primária subjacente à vida. Projetar é compor um poema épico, realizar um mural, pintar uma obra-prima, escrever um concerto. Mas projetar é também limpar e reorganizar a gaveta de um escritório, tirar um dente cariado, preparar um bolo de maçã, escolher os lugares para uma partida de beisebol da rua, educar a um filho. Design é um esforço consciente para estabelecer uma ordem significativa” (PAPANЕК, 1977, p. 19).

Papanek elenca um bom número de sugestões e alternativas para que o campo do design possa crescer sem a dependência exclusiva do mercado, tornando-se assim uma profissão mais consciente das necessidades das pessoas. Nota-se claramente a sua preocupação em projetar produtos baratos e acessíveis financeiramente a todos, uma vez que, sempre faz relação ao custo de produção e de venda dos produtos elencados. Fazendo uma alusão ao dízimo religioso, Papanek sugere que cada designer deveria contribuir com 1/10 do seu tempo ou 10% do seu lucro para desenvolvimento de trabalhos de responsabilidade social, chamado assim essa contribuição de o “dízimo do designer” (PAPANЕК, 1977).

Como soluções para os problemas ecológicos, Papanek, que se tornaria uma espécie de “guru” nos anos 1970, propõe o redimensionamento das relações de consumo, afirmando que a grande

questão a nível individual é consumir menos e de forma mais consciente (DENIS, 2001). Para tanto, apresenta vários projetos de baixo custo para serem fabricados em casa, acompanhados de detalhadas instruções para montagem desses artefatos. “Reutilizar, recriar e ordenar com responsabilidade” é um “slogan familiar”, enquanto “usar menos” é a “máxima primordial” (PAPANEK, 1995). Assim, os designers deveriam assumir como lema “fazer o máximo utilizando o mínimo”, e atuar de modo integrado em equipes multidisciplinares como uma maneira de se alcançar soluções reais para problemas reais. O design deve então dar real atenção aos problemas sociais em prol do bem comum e não continuar numa postura narcisista autoral.

Radio receiver designed for the Third World. It is made of a used juice can and uses parafin wax and a wick as power source. The rising heat is converted into enough energy to power this nonselective receiver. Once the wax is gone, it can be replaced by more wax, paper, dried cow dung, or anything else that will burn. Manufacturing costs on a cottage-industry basis: 9 cents. Designed by Victor Papanek and George Seeger at North Carolina State College.

Fig. 06: Aparelho de rádio para o Terceiro Mundo projetado por Victor Papanek (Disponível em: <http://www.cs.uml.edu/radical-design/index.php?n=SarahKuhn.SarahKuhn> acesso: 15/01/2013)

Tais visões seriam aprofundadas em *The Green Imperative: ecology and ethics in design and architecture* publicado anos mais tarde. Nele, Papanek considera alguns pontos que vêm a reforçar seu pensamento em relação ao design responsável. O autor ressalta a importância dos valores espirituais humanos que estão negligenciados nas sociedades atuais, mas que devem ser retomados para o bem-estar das pessoas. O grande “despertar espiritual” vem do desejo de restabelecer laços mais estreitos entre a natureza e a humanidade, pois está profundamente enraizada uma consciência intuitiva da nossa relação com o meio ambiente.

Nesse sentido é que aparece a urgência por soluções dos problemas ambientais. Considerando ecologia e equilíbrio ambiental os esteios básicos de toda a vida humana na Terra, o autor deixa clara a necessidade de designers especializados em design ecológico, uma vez que a atividade exerce influência profunda e direta sobre a ecologia. Num mundo cada vez mais complexo, cheio de mensagens enigmáticas e objetos misteriosos, a simplicidade e o bom senso parecem estar estranhamente ausentes do design. Em contraponto os objetos deveriam exprimir simplicidade e clareza ajudando no rápido entendimento e utilização, devem servir a todos e não marginalizar indivíduos ou grupos.

Outro ponto forte do trabalho de Papanek é sua metodologia, notando-se que, em seus livros ele procura, de fato, “ensinar a pescar”. Descreve vários exemplos de como na prática se pode alcançar um design mais centrado em preocupações humanas. Expõe e divulga diversos trabalhos realizados com seus alunos universitários ao longo de sua carreira acadêmica, vários deles fazendo uso de métodos antropológicos de pesquisa.

Por exemplo, um dos seus alunos morou por alguns meses num abrigo de idosos com objetivo de identificar necessidades especiais dos moradores e junto com eles desenvolver uma cadeira que lhes servisse mais apropriadamente. Outra aluna, Melissa Duffner do *City Art Institute*, em Kansas trabalhou em conjunto com um médico para desenvolver um jogo de cartas de baralho para pessoas com pouca visão. Enquanto que outro aluno trabalhou um tempo como soldador na linha de montagem de uma fábrica, para desenvolver uma máscara protetora para soldador, observando o trabalho diário e as dificuldades e conversando com os operários usuários soldadores (PAPANEK, 1983).

Fig. 07: Victor Papanek ensinando na Kansas City Art Institute, onde foi professor de 1976 a 1981 (Disponível em: <http://www.nytimes.com/imagepages/2011/05/16/arts/design/16design.html> acesso: 16/01/2013)

Esses exemplos demonstram a sua defesa de trabalhos interdisciplinares para desenvolvimento de produtos. Abordando assim problemas reais para solucionar e não apenas problemas teóricos/imaginários de uma sala de aula. Aprendendo com os usuários dos produtos e com as diversas profissões envolvidas no processo do

projeto. Defende inclusive, o que chama de “projeto germinativo”, formação de corpo de designers locais competentes, comprometidos com seu povo com seu legado cultural, seu estilo de vida e suas necessidades. Esse corpo seria treinado e ensinado localmente por designers que moram algum tempo no local/país. Estimulando assim os designers a saírem de seus confortáveis escritórios e entrarem em contato com as necessidades locais e reais das populações (idem).

Desde a publicação de *Design for the real world*, as ideias de Papanek atingiram uma enorme divulgação e impacto, sendo alvo tanto de elogios quanto de duras críticas, estas advindas principalmente de designers, que o retratam, ironicamente, como uma espécie de designer-benfeitor, campeão das minorias. A essas críticas responde o próprio Papanek: se conseguirmos atender as pessoas que fazem parte das seis categorias de design propostas estaremos, então, com a maioria. Essas categorias eram: design para o Terceiro Mundo, design para ensino e dispositivos de treinamento para pessoas deficientes ou desabilitadas, design para equipamentos médicos, design para pesquisa experimental, sistemas de design para sustentar vida humana sob condições marginais e design para avanço de conceitos. Os designers que trabalham com a minoria são os que atendem projetos triviais para o mercado das novas sociedades abundantes (Idem).

Papanek também é acusado de ingênuo em relação a sua visão de design na sociedade ocidental, ao acreditar que as sociedades podem ser regidas por uma visão de design responsável, e de que é errado ganhar dinheiro através das necessidades dos outros. A proposta de trabalhar para áreas negligenciadas pelo design, explica ele, não exclui as outras áreas. Ao invés disso, sugere uma direção a mais em vez de substituir a vasta necessidade humana por todo design comercial como

comumente praticado. A ideia que o livro passa é que é possível ganhar a vida como designer numa sociedade capitalista e ao mesmo tempo ter um trabalho com responsabilidade social (WHITELEY, 1998).

Foi provavelmente o tom moral e cheio de si de *Design for the real world* o que mais ofendeu os leitores-designers. Mas, por outro lado, é esse tom também que faz de Papanek figura cultuada, como atestam seus numerosos seguidores. A popularidade do livro e o *status* do autor têm mudado ao longo tempo, com altos e baixos desde sua publicação dentro do debate pós-industrial sobre design responsável. Mas não se pode negar que tem se tornado um “texto-chave”, a “bíblia do movimento de design responsável”, como diz Nigel Whiteley, como também o demonstra as várias reimpressões, reedições e traduções que o livro tem tido (FINEDER e GEISLER, 2010).

Na opinião de Heskett, indicando os possíveis alvos que Papanek procurou atingir com seu livro, ele,

“(...) investiu contra os desenhistas industriais americanos por terem ‘escolhido servir de cafetões aos interesses das grandes empresas’. Sua condenação do design à obsolescência por se preocupar mais em induzir desejos do que satisfazer necessidades permanentes foi por vezes ferina e precisa; mas sua postura se tornou uma rejeição total ao sistema econômico capitalista e do papel do design nele, negando-lhes qualquer virtude ou efeito benéfico” (HESKETT, 1998, p.212).

De qualquer modo, a análise de Papanek sugere que os designers assumam sua responsabilidade em relação a produtos mal projetados e à falta de atenção aos meios de produção e utilização dos produtos que poluem e degradam o meio ambiente. Mas, por outro lado, o autor enfatiza a importância da profissão. Para ele, muitos problemas poderiam se servir do talento dos designers, que devem se livrar de serem apenas instrumentos nas mãos das indústrias, para adquirirem um

novo papel e converterem-se em advogados dos consumidores (PAPANЕК, 1971).

Durante os anos 1980, as ideias de Papanek começam a ser reconhecidas como contribuições essenciais ao discurso crítico do design. Na reedição e revisão do seu livro o autor responde às críticas dos anos 1970, listando com satisfação suas previsões de desastres econômicos como a crise do petróleo, o buraco na camada de ozônio, entre outros. E mostrando também que seus projetos desenvolvidos tempos atrás, que envolvem dispositivos para economizar energia, geração de fontes alternativas e descentralização industrial estão se tornando realidade. Contudo, mesmo assim continuou sendo alvo de críticas como a de Stephen Bailey, em 1985, que considera Papanek apenas uma figura *cult* dos anos 1970 enquanto a ecologia é moda (FINEDER e GEISLER, 2010).

A despeito dessa crítica, de fato, a associação de Papanek com a ecologia favoreceu um novo olhar sobre suas ideias, em meio às preocupações ambientais que conquistam de vez o núcleo do debate público internacional nos anos 1990, instigando o surgimento de práticas como o *green design*. Nesse contexto de constatação inequívoca de crise ambiental, muda também o status de *Design for the real world*, passando a ser considerado como um “marco” para o pensamento sustentável no âmbito do design (Idem).

A virada do milênio trouxe também uma virada para o livro e seu autor, agora considerado atemporal em suas ideias. Comprovando esse status *reatualizado* na exposição *Design Now* o livro é apresentado na seção de “ícones”. Atualmente, nas discussões críticas sobre design social e sustentável os textos de Papanek são usados como referência. O que leva, por outro lado, a um uso talvez exagerado do livro por publicações e blogs pelo seu caráter ético, ecológico e socioeconômico (Idem, p.105).

Assim, de certo modo, essa exposição toda traz à tona a dúvida se o livro atingiu o máximo de sua utilidade, sendo o trabalho de Papanek então revisto apenas num contexto “museológico” ...ou as futuras gerações lançarão nova luz sobre ele?

Com esse conjunto de considerações esboçadas acima fica claro que *Design for the real world* tem múltiplas possibilidades de apreensão que o mantém ainda vivo e polêmico. Mesmo, e inclusive, a despeito de toda controvérsia o livro se sustenta hoje como referência relevante em discussões, entre outras, sobre ecologia e o papel social do design.

É nessa direção que essa pesquisa olha, é esse aspecto que enfatizamos para, mais uma vez, nos debruçarmos sobre as ideias desse autor, que tanto contribui para o adensamento crítico da disciplina de design. Acreditamos que suas ideias, apesar de lançadas há mais de 30 anos, ainda continuam válidas, forçando-nos a pensar num outro tipo de design, alinhado na busca por soluções de problemas tanto ambientais, como éticos e sociais.

Juntamente a Papanek, outro autor que exerce fascínio semelhante, porém em escala maior, é Ernst Friedrich Schumacher com seu livro “O negócio é ser pequeno” (*Small is beautiful*), de 1973, que se volta para a questão da organização econômica e tecnológica do mundo moderno. Fonte de inspiração de tendências e práticas (como o Movimento por uma Tecnologia Apropriada), Schumacher expressa nesse livro uma profunda preocupação com as consequências do moderno desenvolvimento econômico e a visão materialista do modo de vida dos países desenvolvidos e em desenvolvimento (MAGDE, 1993).

Contrapondo-se à ideia de que progresso econômico só é alcançável através do poderoso princípio humano do egoísmo, afirma que o colapso da inteligência surge quando os vícios humanos como a

Fig. 08: Capa da primeira edição de *Small is beautiful* (1973) (Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/Small_Is_Beautiful acesso: 16/01/2013)

cobiça e a inveja são cultivados. Permeado pela influência de filosofias orientais, advoga a prudência, a não-violência e uma mudança de atitude humana frente à natureza de modo a assegurar a permanência do homem na Terra.

“O homem moderno não se experiencia a si mesmo como uma parte da natureza, mas como uma força exterior destinada a dominá-la e a conquistá-la. Ele fala mesmo de uma batalha contra a natureza, esquecendo que, se ganhar a batalha, estará do lado do perdedor” (SCHUMACHER, 1983, p. 12).

Fig. 09: E. F. Schumacher (Disponível em: <http://www.guardian.co.uk/politics/2011/mar/27/small-beautiful-david-cameron-big-society> acesso: 16/01/2013)

O pensamento de Schumacher desenvolve-se em torno da proposição de premissas para alcançar um modelo tecnológico e social à medida do homem em substituição ao padrão vigente de culto ao progresso por uma humanidade desvirtuada pelo apreço excessivo ao crescimento econômico ilimitado.

Para tanto, advoga o abandono da busca frenética por avanços tecnológicos em favor de uma melhor aplicação e distribuição dos benefícios da tecnologia já existente. Nessa linha enfatiza a necessidade de uma “tecnologia intermediária” como forma de disponibilizar

democraticamente o conhecimento e suas potencialidades em detrimento do fascínio por tecnologias de ponta (RODRIGUES e BARBIERI, 2008). Conforme Heskett, o conceito de “tecnologia intermediária” aceita

“(...) muito do fundamento lógico da tecnologia moderna mas procurando aplicá-lo a problemas da criação de trabalho e atividades significativas e não a conceitos de eficiência e aumento da produção que substituam trabalhadores. Sua ênfase está nas necessidades das pessoas e não nos produtos” (HESKETT, 1998, p. 212).

É assim que se alinha à defesa de uma política tecnológica baseada no uso de materiais e mão-de-obra locais, respeitando as condições existentes com baixo custo de investimento. Por sua vez, quase como uma dentre as decorrências de economia de “baixo custo”, Schumacher reconhece a necessidade de geração de empregos em áreas rurais, evitando migração para as cidades; indústrias com métodos simples de produção; uso de materiais locais com desenvolvimento regional e uso de tecnologia intermediária. Sem esquecer as críticas desfavoráveis à aplicação de uma tecnologia intermediária, que geram produtos inadequados à exportação, o autor lembra que tampouco o desemprego contribui para exportação (SCHUMACHER, 1983, p.165).

Pondo em contraste a economia moderna e o que desenvolve como sendo um modelo de economia budista, fortemente presente em sua elaboração teórica, o autor observa que devemos estar atentos às reais necessidades humanas e não transformá-las em luxo necessário. Enquanto a economia moderna prioriza o consumo como o único fim e propósito de toda atividade econômica, a economia budista maximiza as satisfações humanas na busca por um “modelo ótimo de consumo”:

“O modelo ótimo de consumo, ocasion[a] acentuado grau de satisfação humana graças a um índice de consumo

relativamente baixo, deixa[ndo] as pessoas viverem sem grande pressão e tensão” (Idem, p. 50)

Considerando a educação como um dos maiores recursos do homem, apresenta a problemática ambiental enfocando o uso adequado da terra. Como romper o círculo vicioso da economia de crescimento rápido para lutar contra a poluição, fruto do elevado crescimento? Os recursos da Terra serão adequados ao subsequente desenvolvimento de um sistema industrial que consome tanto e realiza tão pouco? Quanto ainda existe na crosta terrestre para ser extraído antes da exaustão global? Com questões como essas o autor esboça suas inquietações, que nos fazem lembrar questões semelhantes levantadas também por Papanek.

Embora variem em suas especificidades, as respostas a tais questionamentos parecem coincidir na necessidade urgente de consolidação de novos modos de vida que atribuam às coisas materiais seu lugar apropriado, legítimo, secundário e não primário. O que implicaria num controle dos índices de produção, consumo e descarte conforme princípios orientados para o equilíbrio permanente e sustentável, numa esperança de impedir que a queda da civilização seja uma experiência de gerações futuras.

Consideramos que as ideias e as críticas de Papanek e Schumacher influenciam as discussões atuais sobre a responsabilidade social do designer. Onde se insere uma lista de questões que vão desde o uso adequado dos recursos naturais, produzindo mais com menos, gerando alternativas de reciclagem e reuso dos materiais; poupando a natureza; até o respeito e valorização do ser humano, valorizando as diferenças; trabalhando com áreas negligenciadas, agindo localmente, através do comércio justo e descentralização industrial. Contudo, como

podemos pensar essas questões no contexto contemporâneo? Como pensar estas preocupações hoje? Como algumas propostas de Papanek lançadas, nos anos 1970, podem servir de pontos importantes para discussões contemporâneas no âmbito do design?

É certo que o contexto em que vivemos hoje é bastante diferente do “mundo real” dos anos 1970. Não que os problemas mundiais tenham desaparecido, pelo contrário, eles aumentaram. Estamos nos referindo, por um lado aos países em desenvolvimento, à pobreza, fome, desemprego, falta de acesso à saneamento básico, à luz, à água; e por outro lado, nos países desenvolvidos, nos referimos ao excesso de bens de consumo, poluição, esgotamento de recursos naturais, etc. Como lembra Rafael Cardoso em livro recente, fazendo referência já desde o título ao marco simbolizado pelo pensamento de Papanek, o “mudo real” do qual este falava nos anos 1970 não desapareceu, mas não é mais o mesmo, ele hoje é muito mais complexo, ainda mais com as diferenças aportadas pelo incremento decorrido desde então nas tecnologias de comunicação, com a expansão dos computadores domésticos, da telefonia celular, da internet, etc. (CARDOSO, 2012).

Tal mundo, qual design?

Na produção contemporânea de publicações e estudos no campo do design não é difícil constatar a vigência das ideias e preocupações que permearam tanto o pensamento de Papanek como de Schumacher. Um exemplo disso, numa atitude contrastante com a realidade dominada pela lógica do mercado, que delineia possíveis cenários de atuação social do design pode-se ver nos estudos e trabalhos divulgados em *Design for the other 90%*, publicação da Smithsonian Institution, em que se reclama

Fig. 10: *Design for the other 90%* (Disponível em: <http://www.experientia.com/bl og/design-for-the-other-90-controversy/> acesso: 18/01/2013)

uma tomada de consciência e uma atitude participativa no desenvolvimento de “outro” tipo de design, envolvendo engenheiros, arquitetos e designers. Nos termos de Barbara Bloemink, um dos autores, *Design for the other 90%*,

“(...) represent a chorus of singular voices of designers who are using your creativity, experience, and knowledge to transform the means by which millions of people live (...) who, rather than just adding another object or concept to our consumer culture, are looking around the world, identifying true problems and needs, and working with the users to design solutions to meet them” (Smithsonian Cooper-Hewitt, 2007, p. 8).

Fig. 11: Mobiliário feito a partir de destroços do furacão pelo *Katrina Furniture Project* (Disponível em: <http://archive.cooperhewitt.org/other90/other90.cooperhewitt.org/Design/katrina-furniture-project.html> acesso: 18/01/2013)

Partindo dessa ideia, vários dos exemplos reunidos na publicação fundam seu desenvolvimento em premissas de sustentabilidade ambiental tendo em vista as condições materiais ofertadas pelo meio, buscando atender a demandas detectadas na própria realidade. Assim, aplicam lógicas de reaproveitamento, reuso e reapropriação de objetos descartados, lixo ou mesmo escombros e restos produzidos pela ocorrência de catástrofes naturais, como ilustra o caso extremo do *Katrina Furniture Project*, com a fabricação de mobiliário para os desabrigados de Nova Orleans utilizando-se da “matéria-prima” deixada pela destruição provocada pela passagem do furacão.

Nessa mesma perspectiva aponta Emily Pilloton, autora de *Design Revolution: 100 products that are changing people's lives* (2009), onde expõe vários projetos resultados de iniciativas populares, competições, atribuições escolares, resgate de crises, esforços de grupos, etc. No prefácio do livro, Allan Chochinov lembra que o “bom design”, mais do que o simples casamento de forma e função, manifesta uma economia de materiais, uma clareza de propósito (simplicidade) e um prazer em usar.

Pilloton (2009) acredita que o design somado ao empreendedorismo social forma uma relação simbiótica entre povo, produto e lucro, trazendo design para áreas sociais e fisicamente sustentáveis. Um designer sem treinamento, um profissional de outra área, talvez um fazendeiro da África ou uma criança se tornem mais do que um cliente ou usuário, são co-designers e *experts* em seu ambiente, junto aos quais os designers profissionais projetam mais para comunidades do que para clientes isoladamente.

Essa iniciativa individual de fazer as coisas funcionarem de novas maneiras tem se tornado mais comum. As soluções de designers devem atendê-las e ao mesmo tempo devemos aprender com eles. A autora propõe um “handshake”, um código de conduta para designers industriais que querem trabalhar de maneiras mais responsável, uma ação em sintonia com a defesa de um design mais socialmente engajado feita por Papanek.

Um dos exemplos, nesse sentido, pode-se encontrar no esforço da indústria da moda inglesa na busca por uma nova realidade produtiva de base ecológica. Como relata Matilda Lee em *Eco chic: o guia de moda ética para consumidora consciente* (2009), constata-se um aumento na preocupação do consumidor com quem faz as roupas, como são tratadas e como o processo de produção e distribuição afeta o meio ambiente e também o meio social. De acordo com Lee, existe um mal-entendido em relação ao “negócio sustentável” que não significa a valorização de questões ambientais e sociais acima dos lucros. Ao contrário, segundo ela, implica em

“(...) estratégias de negócio que somem realidade financeira e medidas que visam a proteção, sustentação e melhora dos recursos humanos que serão necessários no futuro” (LEE, 2009, p. 103).

Numa perspectiva mais ampla de um pensamento econômico em sintonia com a realidade de um mundo com recursos naturais limitados, de um “mundo real e pequeno”, em referência a uma síntese possível entre as proposições de Papanek e Schumacher, essas preocupações relativas à produção e consumo no âmbito do design encontram fortes argumentos a seu favor na defesa feita, nesse princípio do século XXI, pelo professor de economia da Universidade de Paris-Sud XI (Orsay), Serge Latouche, do que ele qualifica de “decrescimento sereno”.

Latouche advoga alterações radicais nas esferas da produção, consumo e percepção de valores, orientadas para o estabelecimento de uma forma de vida outra, sustentada noutros valores e princípios em contraponto a uma “sociedade de crescimento”, ou seja, o modelo socioeconômico atualmente vigente, “uma sociedade fagocitada por uma economia cuja única finalidade é o crescimento pelo crescimento” (LATOUCHE, 2009, p. XIII):

“A palavra de ordem ‘decrescimento’ tem como principal meta enfatizar fortemente o abandono do objetivo do crescimento ilimitado, objetivo cujo motor não é outro senão a busca do lucro por parte dos detentores do capital, com consequências desastrosas para o meio ambiente e, portanto para a humanidade. Não só a sociedade fica condenada a não ser mais que o instrumento ou o meio da mecânica produtiva, mas o próprio homem tende a se transformar no refúgio de um sistema que visa a torná-lo inútil e a prescindir dele” (idem, p.4).

O autor considera a preocupação com a verdade, o senso de justiça, a responsabilidade, o respeito da democracia, o elogio da diferença, o dever de solidariedade e a vida espiritual valores que devemos reconquistar a qualquer preço, pois são a base de nosso florescimento e nossa salvaguarda para o futuro.

Na sua sugestão de decrescimento relembra a necessidade de reduzir o desperdício desenfreado, combater a obsolescência programada dos produtos e equipamentos e reciclar os resíduos não utilizáveis diretamente. Ao elaborar uma síntese das ideias que comporiam o “círculo virtuoso” de uma sociedade de decrescimento, as apresenta na forma dos oito “erres”: reavaliar, reconceituar, reestruturar, redistribuir, realocar, reduzir, reutilizar, reciclar; conceitos interdependentes “capazes de desencadear um processo de decrescimento sereno, convivial e sustentável” (Idem, p. 42).

No contexto da passagem do século XX para o XXI, num cenário marcado pela ampliação da consciência ecológica em escala mundial, defendendo um uso mais racional dos recursos e criticando duramente a cultura do consumo e suas consequências sociais e ambientais, percebe-se o aparecimento de visões e posturas voltadas a abrir as disciplinas e campos de saber a novos entendimentos, novos horizontes. A infiltração do nascente pensamento ecológico põe em dúvida o modelo de progresso e desenvolvimento baseado no consumo desenfreado que afeta diretamente os recursos naturais e ambientais disponíveis, diagnóstico já antecipado pelas análises apresentadas desde os anos 1970 pelo Clube de Roma, divulgadas através de obras como “Limites do crescimento” (1972), como também presentes na “hipótese Gaia”, de James Lovelock, que desde a década de 1960 alerta para os graves problemas ambientais – calotas polares derretendo aceleradamente, escassez de água, impacto e rapidez das mudanças climáticas, etc. – enfrentados pela Terra, com consequências em todas as esferas da vida.

Ainda que esteja fora do nosso foco de análise, vale aqui ressaltar um conceito relativamente novo no Brasil, chamado *Cradle to Cradle*, “berço ao berço”, baseado num enfoque do design a partir de questões

ecológicas, que vem sendo desenvolvido por Willian McDonough e Michael Braungart há mais de duas décadas com o objetivo de mostrar a possibilidade da produção de bens e serviços em escala, sem exaurir os recursos do planeta. Alguns dos princípios-chave do *Cradle to Cradle* são: resíduos=nutrientes; uso de cem por cento da energia renovável do sol, entre outras; celebração da diversidade, etc.

Fig. 12: A lógica circular proposta pelo *Cradle to Cradle* (berço ao berço), contrária ao modelo tradicional "cradle to grave" (berço ao túmulo) (Disponível em: <http://facesofdesign.com/report/cradle-cradle-design-part-1-how-be-good-instead-of-less-bad> acesso: 16/01/2013)

O *Cradle to Cradle* defende o uso de economia circular de produção e produtos comecem a serem vistos como serviços. Para tanto, deve-se sempre estar atento às seguintes questões: O que o meu produto oferece? Como ele interage com o ser humano e ambiente? Qual o valor dos materiais utilizados? O que acontecerá com o produto depois

que o cliente decidir que já cumpriu sua função? Se decompõe? Se desmonta? É reciclável? Acaba no lixão, no aterro, no incinerador ou no oceano? Posso recuperá-lo, pois o cliente está apenas pegando emprestado? Ao levantar e apresentar questões como essas, tão urgentes e atuais o *Cradle to Cradle* parece-nos um conceito interessante a merecer estudos mais aprofundados a respeito.

Talvez diante desse mapeamento de mudanças e revisões disciplinares em geral é que possam ser entendidos os novos conceitos contemporâneos do design. Frente às mudanças do cenário atual as intenções se voltam para desenvolvimento de pontos de vista alternativos. Como, por exemplo, considerar o design atualizando e ajustando algumas concepções tradicionais e a realidade contemporânea da produção, distribuição e pluralidade social moderna.

Frente a um mundo complexo, como novas possibilidades e novos conceitos podem contribuir para um repensar acerca do lugar do designer e sua atuação no plano mais amplo de recursos limitados e demandas crescentes? Este é o tema do próximo capítulo.

práticas contemporâneas: o objeto, o usuário

Mesa feita com tambor de máquina de lavar
(Foto: Francisco Sales Trajano Filho)

Autor: Philip Oliver Gunn, ex-professor da FAU-USP.

“Design industrial: processo de adaptação dos produtos de uso, fabricados industrialmente, às necessidades físicas e psíquicas dos usuários ou grupos de usuários”

Definição de design industrial
(Bernd Löbach, 2001)

Dois fenômenos contraditórios, porém simultâneos, caracterizam as últimas décadas: de um lado, um cenário marcado pelo incremento do consumo de marca, de autor, impulsionado pela expansão da economia mundial no rastro das políticas neoliberais e da globalização. De outro, a ampliação da consciência ecológica em escala mundial, também no âmbito da esfera pública e não mais como uma questão marginal, defendendo um uso mais racional dos recursos e criticando duramente a cultura do consumo e suas consequências sociais e ambientais.

É nesse horizonte que se expandem e ganham mais sentido proposições baseadas na metamorfose dos objetos a partir da intervenção dos usuários, sejam movidos por necessidades sociais, improvisos eventuais ou impulsos criativos de caráter experimental, transformando os objetos, subvertendo suas finalidades iniciais e

alterando o curso do ciclo de vida desses objetos. Propondo mudanças baseadas na passagem de uma lógica do descarte e da obsolescência para outra, pautada pela lógica da reincorporação, reutilização, reciclagem.

Essas atitudes em parte identificam-se e explicam em grande parte a emergência, e mesmo a recuperação e atualização de antigas ideias, na forma de conceitos que hoje circulam nos debates e na reflexão sobre as práticas de design contemporâneas, como *non-intentional design* (NID), *low-cost design* e *self-made objects*, entre outros. Conceitos esses que repercutem ou procuram difundir iniciativas e modos de produzir e lidar com o consumo e com a produção de objetos promovidas por movimentos ambientalistas em defesa da sustentabilidade, em ocasiões mesmo assumindo certos contornos sociais. Afinados à dimensão social, encontram-se iniciativas que, trabalhando sobre as mesmas ideias de reaproveitamento, incidem diretamente em realidades de enorme carência social, como em *Design for 90%*, vista anteriormente.

Com esse horizonte como cenário, este capítulo desenvolve-se a partir de algumas indagações e inquietações de fundo: em que medida a expansão de conceitos contemporâneos como o *NID* ou *low-cost design*, por exemplo, supõem não a perda de autoria ou a sua extinção, mas sim a multiplicação indiscriminada e autônoma de autores-criadores, numa correspondência com o fenômeno contemporâneo que hoje se constata no uso das tecnologias da internet, que parecem tornar qualquer pessoa que domine a ferramenta um autor? Quais as consequências disso para o design e como o campo disciplinar e profissional pode lidar e aprender com essa realidade? Frente a um mundo complexo, as possibilidades que esses conceitos apresentam

podem contribuir para um repensar acerca do lugar do designer e sua atuação no plano mais amplo de recursos limitados e demandas crescentes?

Com base nesses questionamentos, este capítulo se organiza a partir de análises sobre práticas que revelam diferentes usos e apropriações de objetos que resultam em “outros” artefatos, segundo processos de reuso criativo que podem alimentar o circuito econômico estimulando a expansão do que passou a ser conhecido nos últimos tempos por “economia social”, ao propor alternativas viáveis de solução de problemas referentes ao design de produtos que abarcam um ambiente macro, através de experiências que acontecem em escalas menores.

A abordagem metodológica que desenvolvemos neste capítulo alia-se à pesquisa empírica, de observação e coleta de soluções tomadas da vida cotidiana das pessoas. Para tanto, inicialmente, consideramos que o design pode e deve permitir multidisciplinaridade e fornecer insumos para análises de estudos da cultura cotidiana. Sendo assim, o trabalho do designer é entendido não apenas como forma possível para aumento da produção, mas atentando também para novos materiais, novas funções e possibilidades de uso. Uma vez que tanto o uso quanto o pós-uso do produto, são aspectos ainda pouco estudados e mesmo negligenciados na cadeia produtiva (BRANTES, STICH e WENDER, 2009).

Aqui se pretende dispor o conceito de design como a materialização de um pensamento. Assim, concordamos com a ideia que design não é mais considerado apenas como parte do processo comercial de fazer coisas mais atrativas aos consumidores, não é mais sobre a aparência das coisas. É também sobre como as coisas são

usadas, como elas estão comprometidas com o mundo e a maneira como são produzidas (KNIGHT, 2009).

Como já se fez referência antes, desde os anos 1970 o design inclui a problemática ambiental em seus requisitos. Porém, pensar design hoje, inclui um mundo complexo, composto de miniaturização, sustentabilidade, sistemas eletrônicos, tecnologia, rápida mudança, programas de computador, internet e até, a extinção do objeto, entre outros. Design é mesmo uma disciplina complexa e pensá-lo hoje inclui um “balaio” de questões. Seleccionamos algumas poucas para expor nossa contribuição.

De maneira geral, Dijon de Moraes lembra que com a nova realidade do modelo globalizado (onde acrescentamos a complexidade), exige-se que o design contemple seriamente várias questões. Primeiramente ele coloca a questão ambiental no projeto. Em segundo lugar, que se esteja atento ao excesso de produtos disponíveis no mercado e à dimensão social, a ser considerada fortemente, como “a questão da terceira idade, das minorias de usuários ainda não contemplados pelas benesses da indústria”. E por fim reclama a consideração sobre os novos fatores de uso, transformados radicalmente através dos tempos. Sem esquecer as novas tecnologias, novos materiais e valores agregados ao design (MORAES, 2006, p.193-194). O que parece reafirmar o pensamento de Papanek quando dizia que

“(...) el diseño industrial, pues, está siempre relacionado con las facilidades de producción y/o manufactura: un estado de cosas que ni hombre ni dios desearía” (PAPANEK, 1977, p.37).

É sobre os exemplos expostos neste capítulo que apontamos a reflexão sugerida por Marinês Ribeiro dos Santos, ao assinalar “sobre

como os hábitos, os costumes, as crenças e os desejos influenciam e são influenciados pelo design” (QUELUZ, 2005, p.9). Ou, no sentido inverso, observando como na utilização dos artefatos, é possível identificar práticas e valores que “podem ser reificados ou ressignificados, dependendo de como ocorre a apropriação do artefato pelas pessoas” (Idem, p. 30).

Voltando às considerações sobre “autoria” expostas no último capítulo, não se pretende aqui glorificar a perda de autoria nem defender a ideia de que qualquer pessoa é um designer propriamente dito e que, por extensão, o design pode ou deve simplesmente deixar de existir. Pelo contrário, temos consciência das particularidades de formação e de conhecimento demandadas no campo do design.

Em um polêmico livro publicado em 2009, *O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*, Andrew Keen – britânico que ganhou fama e riqueza na internet para depois se tornar um crítico feroz de alguns dos mitos correntes sobre o mundo virtual e suas promessas – afirma que nossas atitudes em relação à “autoria” estão mudando radicalmente em consequência da “cultura democrática” com frequência associada à internet. Segundo Keen, é necessário lidar criticamente e, em grande parte das vezes, opor-se à celebração indiscriminada do amadorismo, quando indivíduos bem ou mal informados, postam vídeos, publicam um blog ou alteraram verbetes na Wikipédia. Para ele, o suposto anonimato e autonomia da web não proporcionam a confiabilidade da informação nem podem imediatamente ser equiparadas com outras formas mais tradicionais de produção de informação e conhecimento, como os jornais, por exemplo. Entre as preocupações do autor está a de que

“(...) nossa cultura está se transformando em uma rede de banalidades e desinformação em que qualquer um pode falar o que quiser, sem preocupações com a relevância ou a verdade das informações” (KEEN, 2009).

Tendo em vista esse alerta, caberia perguntar para onde vai então a importância do investimento em educação e treinamento, o esforço e dedicação de horas de trabalho, a experiência adquirida com a carreira profissional se a distinção entre especialista e amador torna-se cada vez mais duvidosa e incerta?

Com base nisso, consideramos seriamente os alertas feitos por Keen (2009) quanto aos riscos e problemas do “culto do amador”, pensando suas consequências para o campo específico do design. É necessário evitar o endeusamento na esfera do design, tanto do designer autoral, como já referimos anteriormente, como da ação do não-designer.

Sem esquecer que design é uma área de trabalho onde deve estar presente a interdisciplinaridade, Clive Dilnot, citado por Richardson (1993), nota que os designers não foram levados a ler filosofia, ética, economia, ciências sociais, nem mesmo história do design. Além de não atentarem para o fato de que sua profissão lida com essas disciplinas diariamente. Assim, pode-se pensar que talvez se exija muito de uma profissão a qual se fornece tão poucos insumos. Outro fato que deve ser considerado ao se analisar a disciplina do design é a problemática da regulamentação da profissão. O design é uma área relativamente nova e generalizada, que é prejudicada muitas vezes, pela falta de normas, exigências, e até titulação para a prática da profissão. Não é necessária formação acadêmica em design para exercer a profissão, enquanto que disciplinas mais antigas e tradicionais são favorecidas com leis e regularizações já bem definidas. O bacharel

em direito para exercer a profissão de advogado é necessário passar por exames antes do exercício profissional, assim como os médicos que, para exercer qualquer especialidade, devem dedicar alguns anos de estudos incluindo provas de especialização de residência.

Assim, para problematizar a questão da autoria no campo do design cremos ser fundamental perguntar: até onde deve ir a intervenção do usuário na obra e quais as implicações e consequências disso?

Ao considerar os conceitos de *obra aberta* e *morte do autor* no campo do design queremos questionar a perda (ou talvez, redução) de autoria do produto, a perda de domínio exclusivo do designer sobre a função do objeto, tanto na fase inicial de concepção onde outros profissionais já atuaram no projeto, quanto na fase de uso, onde esse domínio passa a ser do usuário, consumidor que dispõe de várias possibilidades de “leitura”, interpretação e uso. A participação de não-designers, no caso consumidores, traz um maior enriquecimento para o trabalho se levarmos em conta soluções mais criativas e mais próximas das reais necessidades, visando, não apenas, atender as pressões do mercado por lucros. Além de uma maior preocupação e atenção em relação à forma, função e material, existe a intenção urgente da diminuição do consumo em favor da manutenção dos recursos naturais. Dessa forma, devemos estar atentos para, na crítica ao conceito de autoria, não recair no extremo oposto do “culto do amador”.

Conceitos em (trans)formação

A crítica que elaboramos sobre o design vai ao encontro do que pensam alguns “atores” contemporâneos como, por exemplo, os vários autores

do livro *Design Act: socially and politically engaged design today – critical roles and emerging tactics* (2011). Nos textos reunidos nesse livro, os autores apresentam uma série de considerações sobre a perspectiva crítica em design hoje, quando a proposta principal do design ainda é fornecer novos produtos, menores, mais rápidos, diferentes, melhores (DUNNE e RABY, 2011, p.28-29).

O *Design Act*¹ é um exemplo bem atual de designers que pensam alternativas de projeto realizadas fora da agenda industrial, ou não apenas ligadas ao mercado. Encaram o mercado como uma possibilidade, mas não a única: “it is almost taboo for an industrial designer to reject what the market wants” (DUNNE e RABY, 2001, p.36).

Mesmo que não tão contemporâneas assim algumas classificações de design chamam nossa atenção pela relação direta ou indireta com nossa pesquisa. Bernard Löbach, em seu livro *Design Industrial. Bases para a configuração dos produtos industriais*, publicado pela primeira vez em 1976, apresenta duas classificações sobre design. A primeira é o “design técnico”, no qual a prática de projeto é orientada ao produto, onde os aspectos técnicos adquirem máxima importância e onde o produto ocupa o centro da atividade de projeto. A segunda é o design social, que privilegia soluções onde o produto não é mais o objeto central de interesse e sim o problema social, colocado como ponto de partida dos estudos. O produto é apenas uma forma de resolver determinado problema social (LÖBACH, 2001).

Vemos em alguns aspectos do design técnico, características próprias do design consciente proposto por Louridas (1999), exposto no capítulo anterior. Por outro lado, notamos que, em muitos aspectos, os artefatos analisados neste capítulo se relacionam com grande similitude

¹ *Design Act* é um projeto que destaca e discute práticas contemporâneas de design engajadas com questões políticas e sociais. Traça tendências históricas e atuais através do design como “prática crítica” que se engaja ideológica e praticamente em questões como: WHAT, WHERE, HOW. É um projeto experimental que explora métodos de identificar, apresentar e discutir exemplos da prática do design e da arquitetura. Tem operado através de uma rede internacional de colaboradores, um arquivo *on line* e uma série de eventos públicos. O objetivo tem sido desenvolver uma plataforma para troca de conhecimento e experiência entre praticantes e discussões interdisciplinares e públicas, visando a internacionalização. (Fonte: ERICSON, 2011).

com as classificações tanto do “design social”, proposto por Löbach, quanto do “design inconsciente” apresentado por Louridas.

Vale considerar ainda que, embora tenham se generalizado nas últimas décadas, penetrando todas as esferas da produção e do consumo, gerando o que comumente se chama “consumo verde”, as lógicas determinantes na configuração da noção de “design sustentável” encontram antecedentes, ainda que com marcantes diferenças de origem, no que geralmente se identificava como “artefatos populares de uso cotidiano”.

Com certas ressalvas, práticas como design sustentável, design espontâneo, criação de artefatos populares podem ser vistas como expressões de artefatos resultantes de um *non-intentional design*. Conceito relativamente novo no campo do design, criado por Uta Brandes e Michael Erlhoff, *Non-Intentional Design* (NID) diz respeito a objetos usados, a partir de sua transformação direta ou não, de maneiras diferentes da intenção funcional prescrita, motivados por condições de carência, conveniência ou da intenção dos usuários de “jogarem” com os artefatos e ambientes que vivenciam.

Embora assemelhe-se com práticas e estratégias já estabelecidas e correntes na história da relação entre os usuários e o mundo dos objetos, o *NID* é um fenômeno peculiar da expansão universal do capitalismo, da cultura do consumo moderno e da forma de inserção do design nesse contexto. É justamente nessa realidade que ele adquire pleno sentido:

“The beginnings of Non-Intentional Design are closely linked to development of a product culture which started during the later period of industrialization. In other words, during a period which made it possible to manufacture things in series and as mass consumer goods and during which the new profession of the designer of technical products emerged as a

profession in its own right, hereby differentiating itself from craftsmanship” (BRANTES, STICH e WENDER, 2009, p. 10)

Como estratégia, o NID atua buscando meios de minimizar as diferenças de percepção que acabam por distanciar designers e usuários, propondo um tipo de mediação entre esses agentes a partir dos objetos. O *NID* sempre envolve o uso de produto projetado previamente dentro de um sistema de produção industrial, onde o reuso é tão natural, que as pessoas envolvidas todo dia raramente notam suas proporções. Pode-se apresentar como exemplos de *NID* uma cadeira que se transforma em guarda roupa ou aparador ou escada. Um clipe que serve tanto para prender papéis como para tirar um CD preso no leitor de mídia do computador. Sua nova função tanto pode ser reversível como irreversível quando, por exemplo, uma garrafa de vinho é usada como castiçal (ERLHOFF e MARSHALL, 2008).

Fig. 01: A cadeira-escada, exemplo cotidiano de *non-intentional design* (Fonte: BRANDER e ERLHOFF, 2006)

Entendido como a possibilidade de redesenho contínuo do já desenhado e do existente, conforme esses autores, o *NID* “deals with norms which are ‘abnormally’ transformed – every day, everywhere, by everyone” (idem). Ao mesmo tempo em que estimula uma nova percepção dos desejos dos usuários a partir da forma como estes se apropriam do que é produzido, a noção de *NID* restitui a esses usuários a capacidade de dispor de forma consciente e autônoma sobre o mundo dos objetos, cuja configuração e destino não se encerram na concepção, mas se completam e se transformam quando efetivamente apropriados de várias maneiras possíveis.

As razões potenciais do *NID* seriam a falta de espaço, a consciência quanto aos recursos existentes disponíveis, economia de tempo, de recursos, persuasão pessoal, criatividade, ecologia, individualidade, mobilidade. Um aspecto característico do *NID* é a falta

de tempo para procurar o item perdido ou original, e a necessidade de achar solução imediata para um problema que se apresenta de forma inesperada. Sendo assim, os critérios do *NID* são identificados com espontaneidade e pressão de tempo (BRANTES, STICH e WENDER, 2009).

Como se sabe, a habilidade de usar coisas de maneiras diferentes não é novidade, é uma necessidade humana. Partindo dessa premissa os autores mencionados propõem transferir o conhecimento desta habilidade para o profissional de design projetar produtos. Interessa-nos a abordagem do *NID*, uma vez que ao considerá-la durante o processo de design desperta-se a consciência sobre aspectos empíricos da vida cotidiana das pessoas.

Fig. 02: Espremedor fixado na parede da cozinha, um *low-cost design* exemplar (Fonte: PERRA, 2011)

Para adensar o rol de trabalhos contemporâneos com temática alinhada com a nossa proposta, vale acrescentar a pesquisa do italiano Daniele Pario Perra acerca do que chama *Low-cost design*, um banco de dados constituído de imagens, sem nenhuma descrição textual, relacionadas com mudanças no uso dos objetos e do território através da ação dos indivíduos. O projeto nasce da consideração de que somos cercados de milhares de objetos e estruturas que não seguem regras do projeto convencional, que não são apenas produtos do engenho, mas, sobretudo, indicadores culturais do projeto coletivo (PERRA, 2010).

O *Low-cost design* investiga símbolos que influenciam na definição do conceito de identidade local e pessoal, tanto no estudo do objeto quanto do território. É um trabalho de observação, definição e catalogação da criatividade espontânea com a proposta de discutir questões interdisciplinares de áreas como sociologia, história, economia, política e, inclusive, cultura do design. Esses usos de objetos

representados revelam perspectivas não convencionais e a imaginação como prática cotidiana generalizada (Idem).

O objetivo do autor é demonstrar a evolução projetual e a contaminação cultural. Para tanto, as imagens não põem em evidência exclusivamente os objetos ou as ações, mas os insere no contexto sociológico e cultural. Conforme Emilano Gandolfi, comentando o trabalho de Daniele Pario Perra numa entrevista:

“In un momento di crisi del sistema industriale del design, stai affermando l'estrema ricchezza di stimoli generati dal basso, in una dimensione tipicamente locale e legata in modo imprescindibile a uno specifico contesto economico, sociale e culturale. L'altro aspetto fondamentale mi sembra l'attenzione al processo, alla genesi e all'evoluzione nel tempo di questi gesti creativi” (PERRA, 2010, p.16).

A pesquisa de Perra alinha-se com o nosso pensamento em vários momentos, como no interesse maior no processo que levam as intervenções e não apenas aos seus resultados práticos. Ou na importância que dá as transformações pela não aceitação de nenhum produto como definitivo, ao contrário, olhando para além do que o mercado oferece, com as pessoas no seu cotidiano encontrando constantemente modos próprios de ver, de transformar, de viver fora do contexto circunscrito das regras. Ou até a escolha por apropriações elaboradas por pessoas geralmente sem contato regular com design, que inventam objetos simplesmente para melhorar sua maneira de viver (PERRA, 2010).

Ainda que aparentemente desconectados, o olhar de Perra põe-se em sintonia com a forma de ver da também italiana Lina Bo Bardi. O objetivo principal do trabalho de Perra é favorecer o projeto pesquisando uma vida após a morte dos objetos tanto fisicamente, com

a perda das funções, quanto culturalmente, com a perda de status. Como o próprio autor assinala:

“Paradossalmente parliamo della stessa flessibilità che Charles Darwin sosteneva essere alla base della teoria sull’evoluzione: chi meglio si adatta più è teso a migliorare le proprie condizione di vita, aumentando la capacità di resistenza agli eventi e, soprattutto, tendendo a non estinguersi ma a evolversi” (PERRA, 2010, p.33).

Fig. 03: Espremedor para creme dental, feito com madeira, porca e parafuso, por Fred Becker (Tulla, Irlanda) (Fonte: ARKHIPOV, 2012)

Muitas vezes as intenções originais dos designers podem ser questionadas ou alteradas completamente pela capacidade humana de adaptar objetos a propósitos diferentes dos originalmente pensados (HESKETT, 2008). Neste contexto, vale destacar o trabalho do artista plástico russo Vladimir Arkhipov que é apresentado como *Self-made object*, uma pesquisa de objetos iniciada há quinze anos. Os objetos são feitos por esforço próprio das pessoas que os consideram apenas para resolver problemas do cotidiano e não vêm outros usos para eles a não ser os do dia-a-dia. A certa altura, o autor se espanta com a inabalável honestidade do objeto, pela sua total perfeição estética vazia de qualquer reflexão. Conforme Arkhipov, entre os fatores que influenciam essa criação estão o nível de necessidade do objeto coisa, a habilidade profissional do criador, o nível de educação, fluência cultural e renda, a existência e viabilidade de substituição, o local de moradia (rural/urbano), clima e nível de envolvimento do país de residência do criador na economia global, etc. (ARKHIPOV, 2011).

Segundo Arkhipov, esses *self-made objects* já existem há tempos. Porém, ao contrário dos objetos comuns, não são para venda e não são reproduções exatas. Por definição são anti-design, se entendemos design como uma ferramenta para atrair atenção do consumidor para a aquisição pela compra. Seus criadores não têm objetivo de expô-lo e/ou vendê-los. Servem apenas para si próprios.

Neste sentido são objetos, sobretudo, culturais. Planejados especificamente para a pessoa que o criou, são únicos. O que importa nessa prática é o ato de criação e seu processo, resultando numa forma desprovida de qualquer intenção estética a priori. São itens que fazem parte da cultura material das pessoas, mas que podem ser achados em qualquer lugar, em qualquer país. Podem ser criados por ricos e pobres, a única diferença é que a população pobre com mais frequência transforma o mundo dos objetos ao seu redor com suas próprias mãos (Idem).

Uma peculiaridade do trabalho de Arkhipov é que ele faz questão de identificar o criador, o local e ano da produção do *self-made object*. Quando exibidos em exposições os objetos são acompanhados da história da sua criação contada pelo seu autor ou por alguém, algum parente que conheça tal história.

Em parte todos esses conceitos (*NID*, *Low-cost design*, *Sef-made object*) remetem tanto às ideias de Victor Papanek em defesa de um design aberto e inclusivo, que se preocupe com as necessidades do homem, como também às posturas políticas e ideológicas de grupos como *Superstudio* e *Archizom*, praticantes de um radical design, crítico da produção industrial massiva subserviente às demandas da sociedade de consumo e contra os símbolos de status associados ao design dos objetos.

Ao instigar uma problematização acerca da autoria do produto da ação do designer e apresentá-lo como uma categoria de “obra aberta” cuja identidade parece se diluir coletivamente, a noção desses conceitos retira dessa figura um certo heroísmo que, como demonstrou Adrian Forty, atravessa a historiografia do design, centrada na maior parte na investigação das trajetórias individuais dos profissionais, que

se mantém como tendência de análise ainda nos dias atuais em que “a ênfase [está] na pessoa do designer, com a exclusão de todas as outras considerações” (FORTY, 2007, p.322).

O *NID* afirma-se como uma ação que resulta numa situação/objeto. O *Low-cost design* assemelha-se ao *NID*, porém com grande número de exemplos voltados ao espaço público de cidades e localidades europeias. Enquanto que o *Self-made objects* foca a importância do processo e da autoria, mesmo sendo um processo de design que assume fortes inclinações artísticas quando apresentado em exposições.

Os três conceitos compartilham diversos traços com a nossa visão de design quando as ideias por trás dos objetos/atos são copiadas de, ou baseadas em, instâncias observadas na vida diária das pessoas:

“(...) a circle of interchange, where changes of use from everyday life serves as inspirations for marketing, and where changes of use predefined by marketing strategists themselves contain new potential for unexpected ways of using things differently” (BRANDES; STICH e WENDER, 2009, p. 132).

Contingências e (re)criação

Para efeitos de organização e construção deste capítulo, tomamos por método a observação e análise dos mais diversos usos de objetos feitos cotidianamente pelas pessoas. O que se nota nesses casos é que geralmente esses usos peculiares transformam a necessidade em virtude. Igualmente como acontece em estudos contemporâneos como o *NID*, nosso interesse é focado na vida cotidiana, numa aparente trivialidade que pode ser explorada na observação em design (BRANDES; STICH e WENDER, 2009, p. 132).

Os artefatos selecionados são exemplos de ações espontâneas improvisadas por qualquer usuário, sem restrições de nível de escolaridade ou social, e sem separação geográfica ou cultural. Daí a dificuldade e até impossibilidade de um recorte mais restrito. Vale salientar que esse tipo de abordagem assemelha-se ao *Adhocism*, método teórico aplicado por Charles Jencks e Nathan Silver, em 1970, que propunha “improvising by using arbitrary objects with the objective to satisfy a momentary need” (Idem, p. 15).

Nesse sentido, documentamos aqui nossas observações em relação às maneiras como as pessoas resolvem seus problemas cotidianos, muitas vezes, se valendo de soluções criativas, inventivas, improvisadas. Algumas soluções chegam a ser arbitrárias, sem regras, outras resultam numa ação rápida, fluida, decorrente de uma adaptação, como veremos a seguir. O que se pretende é apresentar e pensar as diferentes motivações que levam as pessoas a gerar novos artefatos e novos usos de objetos para resolver suas dificuldades diárias.

Certamente a escassez de meios tanto econômicos quanto de materiais e até de tempo, configura-se como principal motivação. Um exemplo dentre muitos que respondem a esse fator, encontrados corriqueiramente em contingências de carência social, é dado pela “transformação” de um arame metálico, originalmente parte de um cabide para roupas, num porta-rolo de papel higiênico (Fig. 04). Esse exemplo revela raciocínio prático, engenhosidade e improvisação determinada pela necessidade de responder de maneira prática a uma demanda constatada. Características semelhantes, também motivadas por questões de carência econômica, comparecem numa infinidade de objetos.

Fig. 04: Cabide para toalha de papel, feito a partir de um cabide de roupa, por Maria Gispert (Girona, Espanha). (Fonte: ARKHIPOV, 2012)

Fig. 05: Privada provisória feita a partir de um banquinho, por Alexei Tikhonov (Ryazan, Rússia). Uma observação: essa privada lembra muito o banquinho dobrável que serviu de nosso “banheiro” conforme mencionado na introdução (Fonte: CLARKE, 2011)

Da mesma forma, o arco para pendurar balas (Fig. 06), originário dos “inventos ambulantes” e “instrumentos de trabalho” analisados por Gabriela de Gusmão Perreira (2002), insere-se nessa gama de criações elaboradas com improviso e restrições econômicas, que resultam em objetos de trabalho feitos pelo próprio usuário, vendedor de balas.

Fig. 06: Arco para vender balas (Fonte: PEREIRA, 2002)

É importante ressaltar que a escolha dos componentes de “produção” desse objeto, feito com pedaço de tubo de PVC, arame e arco de vergalhão, responde perfeitamente às necessidades de facilidade de transporte e exposição da mercadoria. Um raciocínio, sem dúvida, peculiar ao universo do *bricoleur*, pela resposta dada a um problema detectado, mas que, na escolha de determinados materiais e não outros, traz muito também da forma de solução buscada pelo pensamento próprio ao “engenheiro”, para usarmos aqui as duas figuras contrapostas por Levi-Strauss.

Alguns objetos como, por exemplo, o cesto de lixo (Fig. 07) feito a partir de um tambor de máquina de lavar-roupas, colocado na calçada de uma residência em Nova Descoberta (Recife/PE) é uma solução elaborada que implica na criação de um objeto voltado a uma nova

finalidade completamente distinta da original. Um novo “produto” executado com baixo custo a partir do aproveitamento criativo de uma “matéria-prima”, cujo destino seria o descarte. Por si só essa ação implica no prolongamento da vida útil de componentes de outros produtos, o que acaba por desempenhar um importante papel na diminuição da quantidade de resíduos sólidos urbanos.

Similar a este último exemplo, é a cesta de basquete (Fig. 08) feita com pedaços de madeira e um balde de tinta usado foi feita pelo próprio usuário. Aconselhado pelo treinador para reforçar os exercícios de modo a melhorar seu desempenho, e sem condições de comprar o equipamento existente no mercado, inacessível financeiramente, o usuário encontrou uma saída econômica, construindo ele mesmo seu próprio equipamento (ARKHIPOV, 2012, p.24).

Não é incomum, em muitos casos, a convergência entre carência material e limitação de recursos com uma ênfase na dimensão social. Esse é o caso dos brinquedos elaborados por monitores e crianças que frequentam a “Brinquedoteca itinerante da Prefeitura do Recife” (Fig. 09 e 10). As atividades da Brinquedoteca (brinquedos e brincadeiras) são realizadas com a doação de material feita pela própria população. Essas ações resultam na confecção de brinquedos a baixo custo, que também prolongam a vida útil de outros produtos ou embalagens, diminuindo a quantidade de resíduos sólidos nas ruas ou nos lixões, já que a matéria-prima básica usada é constituída por garrafas PET, tampinhas de garrafas, papéis e revistas velhas, barbantes, restos de tecidos, lápis usados, etc. Certamente um exemplo que atualiza algumas das possibilidades de um viés social no trabalho do designer pensadas desde a década de 1970 por Victor Papanek.

Fig. 07: Depósito de lixo feito com tambor de máquina de lavar (Nova Descoberta, Recife, 2012). (Foto: Ingrid Moura Wanderley)

Fig. 08: Cesta de basquete e suporte, feita com balde de tinta plástica, madeira e compensado, por Peter Sachsenhofer (Ulrichberg Áustria) (Fonte: ARKHIPOV, 2012)

Fig. 09 e 10: Brinquedos feitos com tampinha de garrafas pet e embalagem de iogurte, pela Brinquedoteca da Prefeitura do Recife (2012) (Foto: Ingrid Moura Wanderley).

Fig. 11: Porta-toalha feito com desentupidor de sucção. (Fonte: PERRA, 2010).

De maneira geral esses exemplos constituem respostas às contingências materiais, ou seja, à falta de meios materiais quando um objeto necessário para desenvolver determinada função não está disponível ou não existe. É de situações assim que surge um vasto universo de objetos (re)criados segundo lógicas de reaproveitamento, reuso e reapropriação, muitas vezes resultado de ações espontâneas e improvisadas. Respostas imediatas em grande parte desprovidas de um planejamento prévio que com frequência fogem do convencional ou dos procedimentos a princípio associados aos objetos originalmente. Um objeto pode revelar uma adaptação por contingência material, como no porta-toalha (Fig. 11) feito a partir de desentupidor de pia de sucção, segundo uma operação não-convencional e consequência de uma associação bastante arbitrária, se levarmos em conta as diferenças de origem e função dos artefatos envolvidos.

Um traço característico que é comum aos objetos recriados ou transformados por usuários motivados por circunstâncias e fatores os

mais diversos, é a recorrência na aplicação de inúmeras formas de desvios de função. Conforme Kasper (2009)

“(...) a problemática do desvio de função remete à nossa capacidade de interpretar o mundo a nossa volta, interpretar no sentido nietzscheano da palavra, isto é, requisitar para novos fins. O desvio toca assim diretamente à questão da criação, não somente artística, mas cultural no sentido amplo...” (KASPER, 2009, p. 5).

Com base nessa ideia geral, propõe três maneiras de refletir sobre os desvios de função. A primeira, “como transgressão de uma norma de uso, frequentemente implícita”, em casos que “uso vira abuso”. Talvez o que chega mais perto dessa ideia seja certa arbitrariedade como jarros de plantas (Fig. 12) e outros tipos de barreiras anti-estacionamento, frequentemente colocadas em frente a residências e espaços comerciais. Ou até mesmo o banco de praça transformado em cama (Fig. 13), uma reapropriação arbitrária em relação às normas convencionais de uso bastante comum.

Fig. 12 e 13: Jarros de plantas usados como barreira contra estacionamento (Fonte: PERRA, 2010) e banco de praça usado como cama (Fonte: BRANDES, STICH e WENDER, 2009).

A segunda perspectiva de Kasper (2009) sobre o desvio de função diz respeito à incorporação do artefato num novo contexto. O que é mais fácil de ser compreendido. Para ilustrar a mudança de

contexto entre os nossos exemplos achamos o banco antigo de trem colocado em área de lazer de uma lanchonete (Fig. 14).

Fig. 14: Banco de trem colocado em área de lazer de lanchonete (Paudalho/PE, 2012) (Foto: Ingrid Moura Wanderley)

Não é forçoso associar tais práticas aos exemplos que encontramos, por exemplo, em certas manifestações do campo das artes, como nas operações dadaístas de Marcel Duchamp (depois banalizadas a partir da arte e cultura pop!) em que mudam tanto o contexto do objeto do cotidiano, sem lhe conferir nenhum tratamento artístico, como torna um objeto inutilizável, “morto” na sua função útil (um mictório, um porta-garrafas ou uma roda de bicicleta) como objetos de arte nos seus *ready-mades*. O conceito dadaísta de deslocar os objetos de seu contexto familiar e apresentá-los como obra de arte alterou radicalmente as convenções da arte visual, o que gera um desvio de contexto e significado também comum ao design.

A terceira maneira de entender o desvio de função de Kasper (2009) tem a ver com as “virtualidades contidas no artefato, das quais podem nascer usos imprevistos”. Dessa forma de desvio são exemplos tanto a cadeira *Consumer’s rest* do grupo Stiletto (ver capítulo 1), como o uso de óculos de mergulho para se proteger ao ralar cebolas, ambas situações de objetos deslocados para novos contexto e dotados de usos imprevistos em sua concepção (Fig. 15).

Fig. 15: Óculos de mergulho usado como protetor para ralar cebola (Fonte: PERRA, 2010).

É importante deixar claro que cada artefato recriado ou transformado apresentado nesta seleção é passível de várias interpretações que se originam nas características e motivações próprias. Na maioria das vezes, essas motivações e características se sobrepõem tornando difícil uma classificação fechada. Optamos por análises mais abertas que proporcionam mais liberdade para expormos as questões que nos são mais relevantes e compõem nosso olhar.

Como foi dito anteriormente, apesar da escassez ser um fator importante, uma produção significativa de intervenções criativas que não são movidas por questões socioeconômicas, mas por uma vontade própria e pessoal ou por um tipo de contingência bem característica dos impulsos criativos na relação com os objetos, que é a falta de tempo ou urgência para solucionar determinado problema. Os objetos surgem dessa demanda cotidiana de tempo a partir de reelaborações que geralmente desviam as finalidades originais para as quais os produtos foram pensados.

Fig. 16: Faca-chave de fenda.
(Fonte: BRANDES e ERLHOFF, 2006.).

Quando usamos uma cadeira como escada, para trocar uma lâmpada ou alcançar o maleiro do guarda-roupas, não significa que não tenhamos uma escada disponível. Significa antes que é mais rápido e prático usar a cadeira por estar mais “à mão” e resolver o conteúdo o problema que se apresenta. O mesmo acontece quando se usa uma faca de cozinha para apertar um parafuso frouxo (Fig. 16). A chave de fenda pode estar guardada na caixa de ferramentas, então é mais rápido usar a faca. A faca não foi projetada para apertar parafusos, mas adquire essa outra função com frequência. Essa ação se caracteriza primeiramente pela rapidez e fluidez da solução, mas também possui propriedades como espontaneidade, criatividade, intuição e adaptação.

Fig. 17: Copo e embalagem de lata customizada usados como porta lápis (Foto: Ingrid Moura Wanderley).

Copos e xícaras usados como porta lápis (Fig. 17) são reusos tão comuns e triviais que nem se nota o desvio de função do objeto. São encontrados em quase todas as casas e escritórios sobre as mesas de trabalho de uma maneira tão banal que não é enxergado como um reaproveitamento. Falta de percepção do alcance ou das instâncias envolvidas, extremamente comum nas práticas de “design não-intencional” (NID).

Como se sabe a habilidade humana de transformar coisas ao seu redor é bem antiga e inerente ao homem. Apesar dos fatores econômicos e materiais serem fortes e frequentes, nos parece que a vontade pessoal muitas vezes está infiltrada dentro de outras motivações nas criações desses artefatos improvisados.

A “extensão de luz” (Fig. 18) elaborada por Marcelo Vieira foi feita com fio, tomada, lâmpada e bocal. Maria José, esposa do Marcelo relata que o marido é uma pessoa engenhosa e “curiosa”, que gosta de criar, ele mesmo, objetos que utiliza em casa. Mesmo existindo uma preocupação de economia financeira, é um exemplo de ação deliberada e intencional que pode ser considerada uma atividade de lazer, hobby ou bricolagem.

Fig. 18: Extensão de luz (Recife, 2012) (Foto: Nanari Luiza Vieira).

Da mesma categoria, e presentes no cotidiano a ponto de tomarmos como algo já naturalizado, artefatos recriados por vontade pessoal de “fazer” (Fig. 19), compreende-se no âmbito da “arte do fazer”, do “faça-você-mesmo”. Ideias e práticas essas que atravessam inúmeras proposições, dentro e fora do campo do design, como no *Whole Earth Catalog*, na noção de bricolagem, como também no pensamento de Papanek, como discutido anteriormente.

Fig. 19: Luminária de balde de lixo, por Renata Cabral (2011). (Foto: Renata Cabral).

Vale aqui trazer questões que ficam mais evidentes quando se analisa os reusos, apropriações e transformações que ocorrem no âmbito do espaço público. Quando se atinge o uso do espaço público o nosso olhar muda o foco para uma questão que se apresenta com maior força: o limite entre soluções aceitas e soluções arbitrárias.

No estudo sobre o *Low-cost design* aparece com muita frequência o espaço público “apropriado” de diversas formas a ponto de assumir quase a configuração de espaço privado. Mesmo “infringindo” normas aceitas e correntes entre espaço público e espaço

privado, cada uma com características e lógicas de apropriação próprias, em muitos exemplos constata-se um melhor aproveitamento do espaço público através das estratégias de apropriação utilizadas, em contraponto ao abandono por parte do Estado e seus dirigentes.

A linha de demarcação do público e do privado torna-se muito tênue. O uso “extrapolado” do público sobre o privado pode ser identificado como uma reinterpretação autônoma e criativa dos indivíduos num território no meio entre responsabilidades e direitos e o desejo de afirmação pessoal de liberdade sobre as normas e convenções estabelecidas (PERRA, 2010). E mesmo que não haja normas escritas em relação ao uso do espaço público, elas existem e são respeitadas pelos usuários.

Sem dúvida, o mau funcionamento do serviço público, na maioria das vezes burocrático e lento, força os moradores a interferirem e resolverem por si sós problemas comunitários. Ruas sem sinalização que ganham identificação por meio da iniciativa particular de moradores, o uso de barreira contra estacionamento abusivos em frente a suas casas e estabelecimentos, ou paradas de ônibus beneficiadas com cadeiras e assentos pelos próprios moradores terem um pouco mais de conforto, em ações livres da presença do poder público e de determinações legais. Esse uso do espaço público como espaço privado para serviços domésticos ou lazer pode ser notado em qualquer cidade.

A resolução de problemas nos espaços públicos e comunitários configura-se como um fenômeno rico para diversas análises. O aproveitamento do espaço público incomodando ou não outros usuários, moradores e frequentadores releva a falta de espaço para estes realizarem suas atividades. Fica evidente a má distribuição geral e

mau aproveitamento do espaço público disponível. As lixeiras presas em postes para evitar furto (Fig. 20) mostra a interferência (improvisada) de um morador-usuário insatisfeito e revoltado com o descaso e vandalismo praticado pela própria população. Enquanto a barra de gol pintada na grade da igreja (Fig. 21) revela a falta de espaço e local apropriado para as crianças brincarem.

Fig. 20 e 21: Lixeiras presas no poste para evitar furto e traves de gol pintadas na grade da igreja (Fonte: PERRA, 2011).

Pensando na abrangência geográfica dos improvisos estudados aqui, nota-se que não se restringem a determinada cidade ou país. Ao contrário, encontram-se em qualquer parte do mundo. Um exemplo que ilustra bem essa abrangência é a maneira como as pessoas secam suas roupas lavadas. Por um problema de falta espaço físico, vários lugares são usados como varal de secar roupas. As roupas podem ser estendidas improvisadamente na varanda (Fig. 22), ou atrás da geladeira, ou em cima do aquecedor. Mais arbitrariamente as roupas podem ser estendidas até sobre sinalização de estrada (Fig. 23), ou em cima de grades (Fig. 24) como fazem os moradores de rua, revelando assim um uso não convencional do espaço público.

Fig. 22, 23 e 24: Sinais de trânsito, sacada de edifício e grade “apropriadas” para secagem de roupa (Fontes: PERRA, 2010; Ingrid Moura Wanderley, foto de sacada de Montevideo/URU; e PEREIRA, 2002)

Essas transformações parecem perguntar: Será que apesar da superabundância e variedade de produtos existentes no mercado ainda existem necessidades não atendidas? (BOUFLEUR, 2006). Esses artefatos recriados, transformados, nascidos com frequência de desvios de funções para quais foram inicialmente concebidos e produzidos revelam muito das necessidades e desejos das pessoas. De certa maneira desnudam todo nosso glamour de designer autoral: os objetos existentes não atendem às nossas necessidades materiais. Atendem antes às necessidades industriais, mercadológicas e políticas do capitalismo.

Como já alertado por vários estudiosos (Tony Fry, entre outros) os objetos são gerados primeiramente pelos interesses mercadológicos, pautados através do marketing e impulsionados pelo fetichismo, num cenário que parece não abrir muito espaço para atender às reais necessidades materiais das pessoas. Ao contrário, confundindo suas necessidades vitais com necessidades materiais.

Pode-se mesmo afirmar que, a despeito das diferenças e peculiaridades de cada um, um forte aspecto compartilhado por esse

conjunto de práticas é o fato de lidarem com que entendemos ser certas “estratégias de desvio” ou “táticas desviacionistas”² (CERTEAU, 1994, p.92), alterando o destino usual e corriqueiro dado às sobras do consumo, do lixo, transformando-as em novos artefatos em resposta a distintas solicitações de uso, muitas vezes completamente diferentes da original, insuspeitados quando em sua concepção, que passam a imbuir os objetos produzidos a partir dessas táticas com outros sentidos, significados e valores (Fig. 25).

² Sem pretender guardar uma fidelidade direta ao conceito trabalhado por Michel de Certeau, propõe-se aqui uma interpretação mais livre da sua ideia de “táticas desviacionistas” por nos parecer coerente no seu sentido para tratar dos objetos sobre os quais se debruça essa pesquisa.

Fig. 25: Mesinha de centro concebida a partir de um tambor de máquina de lavar, por Philip Oliver Gunn (Foto: Francisco Sales Trajano Filho).

Os desvios, improvisos e as variadas modalidades de apropriação pelos usuários, de maneiras que sequer foram consideradas pelo designer no instante da concepção, parecem retirar deste o controle exclusivo sobre o destino de suas criações. Ao indicar a

abertura para a necessidade de uma interação mais criativa e produtiva entre especialistas-designers e leigos-usuários, num circuito de retroalimentação do profissional através da aprendizagem contínua pela observação das formas pelas quais os resultados do seu ofício são alterados assumindo outras identidades, essa noção descortina um entendimento distinto do processo de concepção-produção que extrapola a esfera individual (do designer como autor-criador), conferindo ao design, como disciplina e campo de atuação, uma dimensão social e coletiva ampla.

Essa situação por si só gera uma série de implicações que vão desde a definição profissional da figura do designer, que é tensionada nesse horizonte, ao seu lugar social, passando pela visão de mundo que é transmitida através da sua ação, embutida nos objetos que também devem encarnar as aspirações, desejos e necessidades para quem se destinam.

Artefatos, modos de fazer

Consideramos importante destacar a produção contemporânea de objetos que já revelam preocupações esboçadas nesta pesquisa. Selecionamos alguns produtos, feitos em escala industrial ou semi-industrial, que de certa maneira ilustram questões discutidas neste trabalho como o reaproveitamento de materiais, reuso criativo, geração de renda, atenção à população carente, etc.

“Ao adquirirem novos usos, para além do primeiro descarte, os artefatos ganham uma sobrevida às vezes muito maior do que a ‘vida útil’ que lhes fora destinada por seus fabricantes”
(CARDOSO, 2012, p. 159)

A reutilização de materiais, como pneus velhos, garrafas PET, embalagens de lata ou de vidro que revelam uma preocupação ecológica não podem ser considerados atos espontâneos. Ao contrário, trata-se de uma intenção com propósito bem definido e elaboração projetual direcionada para atingir o objetivo de reaproveitamento de material (Fig. 26 e 27).

Fig. 26 e 27: Cadeira de carcaça de refrigerador e luminária de mesa feita de canetas *Bic*, objetos desenvolvidos na disciplina “Projeto Alternativo do Curso de Arquitetura e Urbanismo”, Universidade do Estado do Mato Grosso (UNEMAT) (Fotos: Jane Eliza de Almeida).

Nota-se nesses exemplos uma forte preocupação com o pós-uso dos produtos, ou parte dos produtos. Por outro lado, essa preocupação ecológica surge como fonte para comercialização de novos produtos. Dentro do contexto atual e complexo da vida contemporânea, onde forçadamente experimentamos a consciência do problema ambiental, é urgente pensar no que fazer com a enorme quantidade de lixo e descarte gerada diariamente. Sendo assim, é fundamental (re)descobrir soluções possíveis para a urgência imposta pelo volume de material destinado ao lixo.

Com os artefatos aproveitados gerados pelo descarte mostrados neste trabalho não queremos cair na armadilha de incentivar

o aumento do consumo de produtos com objetivo de gerar mais desperdício e lixo. No entanto, podemos aprimorar o desenvolvimento de artefatos pensando na facilidade da desmontagem tanto para substituição de partes, como para aproveitamento, reuso e reciclagem de peças e materiais.

Os artefatos mostrados até agora neste capítulo se caracterizam pela unicidade - artefatos improvisados, idealizados e realizados por um único indivíduo - que resultam em produtos únicos cujo objetivo é resolver determinada necessidade, quase nunca sendo comercializáveis. Não são feitos para serem vendidos, não objetivam o lucro a priori, não foram motivados por fatores de comercialização. São únicos e autônomos em relação ao circuito de troca capitalista. Nesse sentido, compreendem-se nas lógicas defendidas pelas noções de *NID*, *Low-cost design*, *self made objects*, entre outros. Identificam-se antes como:

“(...) um raciocínio projetivo, uma ação que, numa ideia generalizada, tem como objetivo principal desenvolver artefatos, ou ainda, soluções para suprir necessidades materiais” (BOUFLEUR, 2006, p.121).

Dessa forma, a grande dificuldade é reconhecer como ação de design abordagens diferentes das convenções já estabelecidas da ideia tradicional de design. Abordagens autônomas, independentes de pressões industriais e comerciais, subordinadas ao império do capitalismo das nossas sociedades. O que queremos é justamente questionar “a possibilidade de se pensar design além do limite industrial” (Idem).

Reforçando essa orientação, Margolin (2002) acredita que o design deve se distanciar da cultura do consumo como principal modelo de sua identidade e achar um terreno onde seu papel no mundo possa ser pensado. Se essa tarefa for bem sucedida será um novo e grande

poder para o designer participar de projetos em prol do bem da humanidade, tanto dentro, como fora da economia de mercado.

Não queremos com isso negar o design industrial tradicional onde se configura uma separação de tarefas. O projeto e as diversas fases do processo de produção são realizados por diversos profissionais, com objetivo de produção em série e lucros obtidos com vendas desses produtos. Queremos antes reforçar que ambas as práticas de design, uma especializada e outra não, são possíveis e podem se retroalimentar.

A solução criativa para determinado problema, com base em necessidades locais específicas pode ter inúmeras aplicações em outros lugares e com outras finalidades. Acreditamos que é importante reconhecer o grande potencial existente para a atividade do design na identificação e numa consideração mais aprofundada das necessidades dos usuários, para além mesmo do meramente funcional.

“Embora os designers possam, portanto, projetar formas tendo em mente propósitos e feitos definidos, a percepção dessas formas e os valores funcionais ou simbólicos a elas atribuídos por usuários e observadores serão condicionais, influenciados por atitudes relativas aos propósitos para os quais os produtos se destinam, e o contexto em que são utilizados. Esse desvio de enfoque do nível de valores fechados e abstratos para uma interpretação relativa não diminui o valor estético de objetos projetados, mas decididamente coloca sua avaliação no complexo e variado contexto da experiência humana cotidiana” (HESKETT, 1998, p.180).

Acreditamos, como vários autores (Papanek, Schumacher, Walter), na potencialidade da produção vernacular, que emprega materiais locais e produz produtos para uso local, que permite redução de custos em transporte e embalagem, além de facilitar a reciclagem. Uma produção baseada no “local” permite aos produtos serem

adaptados para as necessidades locais, refletindo as preferências estéticas locais ou regionais, contribuindo assim para a formação de um identidade cultural e comunitária. Além disso, a “localização” pode ser uma pratica mais sustentável do que o atual sistema de produção em massa e distribuição de produtos (WALTER, 2006).

Além de preocupações puramente ambientais e ecológicas o reaproveitamento e reuso de materiais de objetos velhos ou descartados é uma enorme fonte de matéria-prima para confecção e comercialização de novos objetos: “felizmente para todos nós, o lixo de um é mesmo o luxo de outro” (CARDOSO, 2012, p.158).

No Brasil, começa-se a tomar corpo novas posturas em face do desenvolvimento sustentável, como por exemplo, o conjunto de ações lançadas em 2007 pelo Ministério do Meio Ambiente que visa promover a produção e consumo sustentável que tem como objetivo conscientizar o consumidor, pela educação, da sua responsabilidade para com a sustentabilidade mudando o padrão de consumo e produção (LEPRE e SANTOS, 2008). Outro exemplo de mudança é a aprovação da Política Nacional de Resíduos Sólidos em 2010, cujo texto prevê

“(...) a introdução da responsabilidade compartilhada na legislação brasileira, envolvendo sociedade, empresas, prefeituras e governos estaduais e federal na gestão dos resíduos sólidos. Estabelece, ainda, que as pessoas terão de acondicionar de forma adequada o lixo para o recolhimento do mesmo, fazendo a separação onde houver a coleta seletiva. A indústria de reciclagem e os catadores de material reciclável devem receber incentivos da União e dos governos estaduais” (Disponível em: <http://blog.planalto.gov.br/politica-nacional-de-residuos-solidos-une-protecao-ambiental-e-inclusao-social/> acesso: 19/02/2013)).

É importante destacar que orientações como essa abrem novas frentes de atuação para o design, ainda muito incipiente, porém, com

enorme potencial de contribuição, em que os designers podem atuar em busca de soluções mais humanas e sustentáveis.

Mesmo sendo este um assunto para ser desenvolvido em futuros estudos vale citar aqui o “Manifesto de Resíduos” apresentado por Margolin (2010) que descreve a economia do desperdício e faz uma convocação à luta. *“The aim of a sustainable waste economy is to reuse as much waste as possible, even to the point of reducing waste surplus to zero”* (MARGOLIN, 2010,p.72). O autor sugere estratégias para criação de uma economia global sustentável dos resíduos, e adverte quanto à urgência de medidas para evitar o nível de desastre ambiental que vemos hoje no mundo das finanças.

Como já referido nos capítulos anteriores, o problema do consumo moderno, materialista, parece estar no insaciável desejo de adquirir objetos, em que, com frequência, os prazeres sonhados quando transformados em realidade não são atingidos, deixando uma constante sensação de frustração (WHITELEY, 1998). Daí o círculo vicioso e contínuo de desejo e consumo não ter fim. O consumo de bens materiais pode saciar a necessidade material, às vezes nem isso. Porém, não resolve as necessidades vitais como afeto, carinho, amor, etc.

Alguns artefatos selecionados neste capítulo se encontram dentro do espectro de uma economia do reuso criativo. A comercialização desses artefatos configurados a partir de reuso de materiais diversos pode servir como opção de aumento da renda familiar. Abrange desde uma alternativa de sobrevivência dos mais despossuídos de meios, mas também atinge classes sociais mais altas que circulam entre altos níveis de consumo especializado que foca produtos diferenciados na busca por uma identidade própria.

A churrasqueira de tambor (Fig. 28) não deixa de ser uma adaptação criativa. Identificada como um prática de reuso de objeto (tambor de embalagem para transporte de líquidos) implica, portanto no prolongamento da vida útil dessa embalagem. Uma ideia que foi transformada numa produção de pequeno e médio porte, talvez por algum “visionário”, alguém que identificou nesse reaproveitamento uma maneira de fazer negócio.

Fig. 28: Churrasqueira de tambor, produzida por fábrica de pequeno porte e comercializada (Florianópolis/SC, 2012) (Foto: Francisco Sales Trajano Filho).

Existem, é claro, outros modos de comercialização feitos a partir de reuso e reaproveitamento de materiais. Dentre os quais destacamos empresas e designers que trabalham na confecção de produtos

diferenciados, para um mercado em expansão que atende pessoas em busca de identidade diferenciada e podem pagar por isso. Geralmente são empresas com produção limitada. Os objetos das Figuras 29, 30 e 31 constituem bons exemplos de transformação de material com alto valor agregado, alto valor estético, em que se constata o potencial criativo e original dos seus autores. E geralmente são produtos que indicam certo “interesse” ecológico.

Fig. 29, 30 e 31: Respectivamente, luminária de meias, de Barbara Caveng (Disponível em <http://www.a-r-m.net/arm/e/projekt.htm>, acesso em: 31/01/2013); fogão de brinquedo feito com embalagem de lata (Disponível em: <http://www.rafinesse-tristesse.com/paperroll.html>, acesso em: 31/01/2013) e relógio Atum (Foto: Francisco Sales Trajano Filho).

A produção da designer Barbara Caveng reflete preocupações com a sustentabilidade ambiental, incorporando o reuso de embalagens de lata na confecção de seus produtos, algo bem próximo dos típicos brinquedos de lata vendidos em feiras populares. O que em princípio detinha o caráter de aproveitamento de descarte para uma produção de pequena escala determinada por urgência social, aparece agora transformada em produção emblemática para atender um determinado nicho de mercado voltado para comercialização de objetos diferenciados, com valor agregado advindo da sua natureza “ecológica” e cultural.

Fig. 32: *Cau Sospensione*, lâmpada amarrada em cordas, de Martí Guixé (Disponível em: <http://www.dezeen.com/2009/08/04/cau-sospensione-by-marti-guixe-for-danese/>, acesso em 04/12/1012)

Fig. 33: *Copa Beer*, de Jesse Braun: taça de cerveja, baseada na estrutura clássica da latinha de alumínio (Fonte: ASENSIO, 2008).

Fig. 34: *Jimmy*, de Dan Black e Martin Blum: chaveiro-abridor magnético que pode ser fixado à porta da geladeira (Fonte: ASENSIO, 2008).

De certa maneira, artefatos reunidos neste capítulo revelam uma necessidade de personalização, com a interferência do usuário na montagem, confecção e utilização dos produtos. O que pode até ser entendido como a atual forma de “customização” em reação à despersonalização da imagem de objeto seriado associado ao design moderno funcional clássico.

“Os produtos puritano-racionalistas [devido à difusão das ideias da Bauhaus, especialmente após 1945] são considerados por muitos usuários como impessoais, anônimos e frios. Não raro se constata que os usuários desses produtos pobres em informação introduzem, eles mesmos, algumas interferências como decalques, adesivos, pintura em spray etc. Isso acontece também com conjuntos habitacionais com casas padronizadas. Com o tempo, cada morador modifica sua fachada, colocando um ‘toque pessoal’ de individualidade. Mediante o incremento na complexidade dos produtos se alcança uma originalidade que adapta o produto às ideias e emoções individuais”. (LÖBACH, 2001, p.177).

Soluções inspiradas em objetos existentes estão disponíveis no mercado de produtos diferenciados, como a luminária de Martí Guixé, designer espanhol que nos anos 1990 trabalha com projetos conceituais e a relação de troca entre consumidor e produto, dentro do grupo *Droog Design* (Fig. 32). Em geral são artefatos criados antes dentro de uma perspectiva crítica, como o *Copa Beer* (Fig. 33), ou até inspirados por práticas de apropriações que às vezes sugerem mais de uma função e modo de uso como no chaveiro imã-abridor de garrafa (Fig. 34).

O que se percebe em produtos como estes últimos é rápida passagem da lógica do improvisado para a lógica da racionalização produtiva, das práticas típicas de um não-design, da bricolagem, para a esfera especializada do design. São cada vez mais numerosos os exemplos de soluções encontradas para um problema imprevisto tornar-se objeto de design, produzido industrialmente. Um artefato

transformado, recriado por pessoas simples e sem ligação com design é passível de ser reproduzido em série, já que seu uso corriqueiro de antemão assegura sua eficiência do desempenho de certas funções, de utilidade comprovada. Isso acontecendo em vários níveis de produção e comercialização.

Um exemplo esclarecedor é o ralador de coco (Fig. 35 e 36) utilizado na feira de Casa Amarela, bairro popular do Recife, foi executado por um “cara” de Nova Descoberta, outro bairro popular vizinho. Provavelmente uma pessoa com habilidade manual e engenhosidade para aparatos elétricos e mecânicos, talvez até com visão empreendedora, uma vez que cria, produz e comercializa para os feirantes venderem coco já ralado para seus fregueses. O ralador é feito com um motor elétrico de centrífuga, uma bacia plástica que armazena, uma tampa, que protege o ralador de poeira e de acidentes, e a lâmina de ralar feita em madeira torneada com dentes em aço inox. Um produto bastante elaborado e de fácil utilização, onde se nota um pensamento de projeto com alto nível de execução, comercializado para atender solicitações específicas dos feirantes.

Fig. 35 e 36: Ralador de coco elétrico (Recife, 2012) (Foto: Ingrid Moura Wanderley).

Outro exemplo de passagem de uma lógica do imprevisto para um desenho racionalizado é o do varal para secar roupas da residência estudantil do CRUSP. O que a princípio era uma solução de imprevisto determinada pela falta de espaço apropriado secar roupa, tornou-se um equipamento incorporado à lógica do projeto. Assim, a observação de práticas “não-planejadas”, no caso, a conversão das janelas em varal de roupas, acabou sendo incluído como elemento funcional e estético no projeto do prédio do CRUSP. Essa conversão transforma-se numa solução bem resolvida para secar roupas, pois, ao se observar da rua para a fachada principal do prédio não se notam as roupas expostas ao ar livre (Fig. 37, 38 e 39).

Fig. 37, 38 e 39: Contraponto entre os antigos (à esq.) e os novos varais (à direita) adotados tanto estética quanto funcionalmente no projeto de edifício de moradia estudantil da Universidade de São Paulo.

Convém reconhecer, entre os valores contemporâneos que acabam por imbuir o objeto de múltiplas possibilidades de uso e apropriação, a ênfase crescente na busca por interatividade. Como num jogo, certos objetos propõem ou instigam brincadeiras que só são possíveis com a participação dos usuários, cujas interferências resultam em objetos próprios, personalizados e únicos com escolhas pessoais.

É claro que estamos aqui diante de certas práticas já incorporadas na história do design, e que remetem tanto às proposições

do *Archigram*, no que se refere a uma maior participação do usuário e contra a rigidez da produção seriada, como também ao pensamento de um design interativo defendido há muito tempo por Papanek. Essa interação “participativa”, contudo, não está livre de questionamentos. O que se constata frequentemente é que essa participação do usuário é extremamente limitada, uma vez que a interação entre objeto e usuário dá-se segundo procedimentos já definidos anteriormente pelo designer, restando ao usuário apenas “seguir-los”, conformando-se a diretrizes de projeto antecipadas na concepção. Ou seja, essa interação ocorre em muitas vezes apenas na etapa final, no consumo, não influenciando desde o princípio do processo (Fig. 40 e 41).

Como já referido no capítulo anterior, os artefatos compilados em *Design for the other 90%*, pensados e desenvolvidos para populações com carência social, dialogam com o *Design for the real world* e com *Small is beautiful*. Principalmente no que tange à aplicação de tecnologias apropriadas, de baixo impacto, com uso de produtos e técnicas de produção locais, típicos do design vernacular e dotados de preocupações ecológicas, de conservação de recursos naturais e também sociais. Tais artefatos compõem o rol de produtos contemporâneos onde se nota o aprendizado extraído da convivência com comunidades simples de países do Terceiro Mundo. Mas nem por isso pobres de vontade de “viver a pesar de”. Soluções muitas vezes simples com processos produtivos que podem ser realizados e comercializados pela própria população.

Como já sugerido por Papanek, devemos aproveitar mais as soluções geradas em populações carentes de recursos materiais, classes sociais baixas, ou periferias como grande potencial de troca e aprendizado para o design. Buscamos olhar numa dimensão social mais

Fig. 40: *Chairfix*, de Ben Wilson. Inspirado nos modelos de aeroplanos para montar, construído numa única folha de compensado, usa uma moldura lisa como embalagem tornando-o leve e fácil de transportar. As peças individuais são tiradas da folha e se encaixam sem necessidade de cola ou parafusos. O design convidou artistas plásticos para customizar as cadeiras. (Fonte: BROWER, MALLORY e OHLMAN, 2009).

Fig. 41: *Do Scratch*, de Martí Guixé. Luminária que permite que o usuário faça desenhos livremente liberando áreas pelas quais a luz possa passar. (Disponível em: http://www.guixe.com/products/DR_OOG_do_scratch/do_scratch.html, acesso: 21/02/2013)

ampla influenciando novas diretrizes econômicas em sintonia com preocupações ambientais de reaproveitamento material.

Embora exista atualmente um *boom* do design para sustentabilidade, e ainda considerando como Cardoso (2012), que essa preocupação ambiental é um dos diferenciais do mundo complexo atual, cabe ressaltar exemplos de iniciativas que incorporam soluções populares como fonte de inspiração “real” visando resolução de problemas “*for the real world*”.

Fig. 42: Rádio *Bay Gen*, de Trevor Bayliss (Disponível em: <http://windupradio.com/trevor.htm> acesso: 31/01/2013).

O rádio criado e desenvolvido por Trevor Bayliss, *Baygen Freeplay* (Fig. 42), foi gerado a partir de um sistema que funciona sem energia ou bateria, aproveitando o uso do vento, é produzido e vendido a baixo preço de modo a ser acessível a populações da África, em sua maioria pobre, rural e sem acesso à eletricidade. O rádio começou a ser produzido na cidade do Cabo (África do Sul) em 1995, inclusive, usando pessoas com deficiência na linha de montagem (CARDOSO, 2012).

Ainda nos anos 1960 Victor Papanek e George Seeger, no North Carolina State College, desenvolveram um receptor de rádio para ser usado em países do Terceiro Mundo, em lugares em que a população não tivesse acesso à energia elétrica, nem pilhas (ver figura no segundo capítulo). O rádio é feito com embalagem de lata descartada e cera de parafina e pavio como fonte de energia. A cera pode ser substituída por papel ou esterco de vaca seco (ótimo como fonte de calor). O custo total de produção era calculado em nove centavos de dólar. Esse “dispositivo de fabricação caseira” foi entregue a UNESCO que o divulgou pela Indonésia. O receptor sintoniza várias estações de rádio ao mesmo tempo. Porém, regiões de países em desenvolvimento só captam uma emissora de rádio, sendo assim ideal para uso desse receptor (PAPANЕК, 1977).

Muitos dos produtos pensados para circunstâncias de acentuada carência social e econômica já incorporam soluções “populares”, espontâneas, como fonte de inspiração. O *Qdrum* (Fig. 43) e o rolo de água *Hippo* (Fig. 44) parecem ter sido inspirados no barril de transporte de água usados por populações sem acesso a água potável. Por sua vez, a luminária *Ubiqua* (Fig. 45) nada mais é do que a nova versão da “extensão de luz”, já mostrada neste capítulo na Fig. 18.

Fig. 43, 44 e 45: O *Qdrum*, container durável para transportar de água limpa e potável. (Fonte: DESIGN FOR THE OTHER 90%), rolo de água *Hippo*, de Johan Joker e Pettie Petze (Fonte: PILLOTON, 2009) e luminária *Ubiqua* - Seletti (Disponível em: <http://www.seletti.it>, acesso: 31/01/2013)

Ao mesmo tempo, por outro lado, nota-se uma forte tendência meramente decorativa tomando emprestada ideias originadas em práticas espontâneas de design. A Fig. 46 ilustra bem essa tendência que, apesar de trabalhar com reaproveitamento e reuso de materiais de maneira única, criativa e original são muito mais um sintoma da moda enquanto o ecologicamente correto é “cult”.

Mais uma vez reconhecemos a armadilha que transforma boas ideias, inclusive com intenções válidas, em tendência de moda para aumentar comércio, visando o lucro de uma pequena parte. Em outras palavras, os interesses mercadológicos capitalistas parecem ser o que mais importa. Toda ideia por trás de um objeto é transformada em moeda de troca, não importando nesse processo a qualidade, contanto

Fig. 46: Luminária feita com garrafões de vinho (Expo Flora, Holambra/SP, 2012) (Foto: Francisco Sales Trajano Filho)

que venda. Transformando-se, inclusive, em objetos banais pela recorrência com que aparece tudo que adquire conotação de tendência de moda, ou “modinha”.

Ultimamente alguns experimentos iniciais de design de objetos funcionais cotidianos têm sido feito através da criação de artefatos com peças sem uso, valendo-se de ferramentas simples e trabalho local, dispensando a mecanização profunda da produção, como os artefatos experimentados por Stuart Walker (2006). Neles, partes da produção em massa são combinadas com componentes produzidos localmente, itens reutilizados ou materiais reciclados. Não são concebidos como produtos viáveis comercialmente, mas também não se encaixam na categoria de designs artesanais. Talvez sejam melhor compreendidos numa categoria híbrida, com elementos de produção em massa, produção semi-mecanizada e fabricação manual. Tal forma de pensar e produzir design, explorando modos e arranjos pouco convencionais, pode ser uma perspectiva apropriada de pesquisa de design e se constitui numa alternativa construtiva para a prática profissional (WALKER, 2006, p.80).

Neste capítulo tentamos mostrar que as intenções originais dos designers com frequência são questionadas e inclusive transformadas radicalmente com o uso. Isso se deve à grande capacidade dos indivíduos em adaptar objetos a finalidades distintas das originais, de subverter lógicas, conceitos e normas segundo suas próprias necessidades, desejos e vontades. Um exemplo banal, ainda que revelador dessas práticas, é a cadeira que, concebida para se sentar, pode também ser utilizada para empilhar papéis, etc. Essas funções adicionais podem complementar ou ampliar a intenção original do objeto (HESKETT, 2005).

De certa maneira, essas intervenções criativas, movidas por questões socioeconômicas ou não, implicam no questionamento da noção de autor no design, na ideia de projeto acabado de antemão, fechado a intervenções. Intervenções essas que se constituem como práticas rotineiras, cotidianas, feitas muitas vezes sem uma pretensão consciente de questionar a noção de autoria ou a figura do designer como detentor único do trabalho criativo.

Sendo assim, entendemos que, se ocorre de fato uma perda de autoria, tal fato não enfraquece o design, ao contrário, o fortalece, mudando o foco de atenção pautado no designer-produto para focar então a relação usuário-produto. Não seria essa a essência do design?

Com as considerações expostas neste capítulo queremos apontar para a importância do bom funcionamento dos objetos. As pessoas querem artefatos que funcionem, que resolvam seus pequenos problemas cotidianos, que facilitem seu dia-a-dia. A forma pode ser qualquer uma, contanto que a função seja realizada. Segundo Walter (2006): “beauty can be captured in object through what it represents, and not simply through its appearance” (p.59). Afinal, “o design bem sucedido não é o produzido e sim o usado” (Fig. 47).

Por outro lado, na maioria desses processos criativos de apropriação e transformação a autoria não importa, com o anonimato sendo um traço comum. Interessante é perceber que essa “desimportância” do autor nos objetos advindos de práticas “não-design”, compartilham um aspecto muito característico da produção em série em cuja origem e desenvolvimento foi fundamental a atuação do design. Tal como nas práticas “marginais” ao campo disciplinar do design, ilustradas abundantemente neste capítulo, da mesma maneira um objeto produzido em série tem sua autoria perdida, dissolvida

Fig. 47: Vara e molinete de pesca feitos com várias peças e materiais recuperados do descarte (Daniel Andrade, Cosmópolis/SP, 2012) (Fotos: Francisco Sales Trajano Filho)

quando vendido e consumido em massa. Embora a figura do autor, do designer, faça parte desse processo, ao chegar às mãos dos usuários o que prevalece é sua dimensão de produto “sem cara”, marcada por um acentuado anonimato.

É claro que o anonimato de um objeto nem sempre significa a ausência de autoria, mas de um autor “ausente”, desconhecido. A série *Piccoli grandi oggetti* (ANÔNIMO, SCONOSCIUTO, IGNORATO, 1999) elenca vários objetos cotidianos bem desenhados e usados por todos nós, que ilustram o anônimo, do clipe de papel, ao saquinho de chá, chave, anzol de pesca, pegador e roupas, zíper de roupas, etc.

“Molti prodotti sono venduti senza il nome dell'autore, e vi sono oggetti che vengono prodotti da molti anni e che si vendono bene solo perche sono ben fatti e non perché sono stati progettati da un divo del design” (Bruno Munari in ANÔNIMO, SCONOSCIUTO, IGNORATO, 1999, p.92).

Através da observação empírica, a nossa visão alinha-se na abordagem do trabalho amador com objetivo, de um dia, atingir o trabalho profissional. Como Walker (2006) sugere, precisamos ser diletantes e profissionais, capazes de encantamento e deleite com a beleza diversa do mundo. Em abordagens como no *NID*, em que o foco desloca-se do objeto em si para o seu uso, é a análise desse uso que recondiciona a avaliação das qualidades do objeto. Existe ainda uma distância enorme entre o design(er) e o usuário: ao se enfatizar o uso reduz-se o déficit nesta relação.

“I posit that they [the designers] know too little about the people for whom they design their products. How they live, what their true desires are and also what they definitely do not want. How could they? In their professional life, they have no direct contact with the consumer, they cannot directly influence him. At worst, between them and the person Who selects and buys there are: hierarchies of decision making at

the manufacturer's, the representative of the manufacturer, the procurement manager of the wholesaler, the procurement manager of the retailer, shop windows, brochures, catalogues, advertisements, magazines and finally the salesperson" (JOSEF KREMERKOTHEN *apud* BRANDES; STICH e WENDER, 2009, p. 12).

Admitimos o caráter amplo e difuso da recriação, social e economicamente, mas delimitamos o design como horizonte de projeto e sociedade, optamos por partir de uma natureza crítica tentando pensar certas contingências como de tempo, material e econômica. No sentido de colocar o design como artefato de transformação de pequenas sociedades, e com essa experiência micro tentar atingir o macro. É viável primeiro experimentar dentro de uma escala pequena, para depois partir para experiências em escalas maiores. Assim, pretendemos contribuir, com esta pesquisa, para a atuação do designer num cenário que tem como sujeitos principais o design e as estratégias de apropriação e recriação pelos usuários.

Finalmente, a esse conjunto de considerações esboçadas neste capítulo, fica clara nossa sugestão em favor de uma abordagem de design aberto. Tal interpretação fornece um quadro no qual o objeto pode comunicar seu significado e sua “usabilidade”, mesmo sendo possíveis, ainda, várias interpretações. O importante é que sugere opções não autoritárias. (BRANDES; STICH e WENDER, 2009). Um design aberto que compartilha da ideia de “obra aberta”, onde o usuário é que interpreta o objeto de acordo com suas vivências, seu contexto, seus desejos e necessidades. Talvez surja daí o papel do não-design na realidade de produção e consumo atual. As práticas apresentadas neste capítulo servem de instrumentos para mudar a perspectiva de como enxergamos e avaliamos o mundo dos objetos, representando assim a esperança de enriquecimento da nossa percepção.

...ao não-design (e vice-versa)

Relógio Atum, exposto na loja do MAM/RJ
(Foto: Francisco Sales Trajano Filho)

Autor: informação não encontrada

“Designers do not have ideas, they have the ability to substantiate ideas and turn them into products”

Brandes; Stich e Wender, 2009

Ao abordar o que chamamos “design dos outros” nesse estudo tomamos tal expressão como aquela que é capaz de dar conta, de englobar em seu sentido, várias outras acepções e práticas de design correntes, identificadas por uma grande diversidade de nomes: design popular, vernacular, espontâneo, design inconsciente, anônimo, sem intenção, de baixo custo, social, design mais humano, sustentável.

Enfocando as maneiras e práticas através das quais as pessoas corriqueiramente se apropriam, repensam e transformam os objetos no seu uso cotidiano, procuramos lançar nosso olhar para áreas pouco estudadas, para não dizer desprezadas pelo design. A mensagem que queremos passar vai reforçar a ideia de que é imprescindível estudarmos o design em suas múltiplas manifestações, em ambiências e situações as mais diversas entre si.

É certo que a responsabilidade social deve ser compartilhada com todos os indivíduos em todas as profissões, não sendo um aspecto peculiar ou exclusivo do designer. Compreendidos como cidadãos, os designers têm responsabilidades a cumprir, dando assim sua contribuição para um mundo mais sustentável, refletindo sobre os problemas e soluções mais viáveis na perspectiva de preservação do futuro (KNIGHT, 2009). Nesse sentido, estamos de acordo com o que Cardoso assinala de que os

“(...) designers precisam se libertar do legado profissional que os estimula a trabalharem isoladamente, de modo autoral, como se um bom designer fosse capaz de resolver tudo sozinho” (CARDOSO, 2012, p.23).

Acreditamos que a produção do conhecimento de e em design acontece tanto dentro como fora da academia, em classes ou escritórios ou qualquer outro lugar onde as pessoas se juntem para dividir conhecimento e aprendizado com o objetivo de resolver problemas e criativamente melhorar a qualidade de vida para todos. Pensamos que é um desafio não só de limites disciplinares, mas também institucionais, governamentais e políticos. Procuramos pontuar ao longo da tese trabalhos e iniciativas que esboçam nossas preocupações.

Concordamos com o pensamento de Ericson e Mazé (2011) de que talvez não seja escopo do design resolver a larga escala problemática prevalecente de ordem política, social e econômica. Mas, achar e articular ideias subjacentes e suas implicações, com práticas críticas torna mais acessível o entendimento, o debate e a mudança. Em outras palavras, o design não pode mudar o mundo, mas pode deixá-lo mais agradável e humano.

De qualquer modo, a análise de Cardoso sugere que:

*“É comum a planejadores e administradores preconizarem uma política de inclusão social baseada no aumento de consumo. É corrente entre ambientalistas, ao contrário, a convicção de que a tão desejada sustentabilidade passa necessariamente por uma diminuição do consumo, ou até seu refreamento. O conflito potencial entre as duas posições afeta diretamente aos designers que atuam no projeto de bens de consumo. Como conciliar esses dois anseios mais do que legítimos – o de **consumir mais, para gerar riqueza, e o de consumir menos, para preservar recursos?** Trata-se de uma questão grande e complexa, talvez uma das mais difíceis que o mundo enfrenta neste início de século XXI” (CARDOSO, 2012, p.250, grifo nosso).*

O autor prossegue afirmando que resolver esta questão é tarefa para toda sociedade, pois como questiona Heskett:

“(...) se todos os requisitos básicos forem atendidos, o mundo vai passar a consumir de maneira exagerada? Quais seriam as consequências desse fato? ...será que esses profissionais [designers] se limitarão a atuar como tecnocratas, trabalhando para quem fizer a melhor oferta financeira, sem considerar os objetivos finais de sua obra? Ou existe uma dimensão de objetivos sociais e ambientais que deve ser explorada? ...até que ponto os valores embutidos no trabalho dos designers terão, como principal objetivo, a geração de lucro, o apoio às pessoas e o estabelecimento da harmonia com questões ecológicas? Será que todos esses elementos podem coexistir de maneira equilibrada e viável sob ótica comercial?” (HESKETT, 2008, p.141-142).

O excesso de consumo talvez possa ser desacelerado, decrescido serenamente se levarmos mais em conta práticas de restauro, conserto, reuso e reaproveitamento. O consumidor deve então assumir um papel mais ativo e consciente do seu poder de escolha e decisão se quisermos contribuir para uma sociedade mais justa e saudável em termos econômicos, ambientais e sociais.

Como mostram as reflexões expostas neste trabalho, acreditamos que considerar sobre outras bases, sociais, ambientais e culturais o seu trabalho torna-se assim uma questão que deve ocupar a

ordem do dia na reflexão do designer. Dentro de um espectro tão amplo de atuação dos designers e da disciplina do design, torna-se cada dia mais certo e urgente a atenção ao esgotamento e limite dos recursos naturais, à necessidade de se consumir menos e de maneira mais consciente, ao bem estar e às necessidades inerentes dos usuários, com a geração de alternativas como o design aberto, participativo e interativo, que estimule o reuso e reaproveitamento de produtos industriais em contraponto à celebração narcisista do design autoral. Nesse sentido, talvez uma questão a pautar a ação e a prática do design(er) para essa nova realidade de constatação de “mundo pequeno” seja a de conceber produtos baseados na lógica do desmonte e separação das partes componentes do produto de modo a assim facilitar seu reuso, tornando isto uma característica inerente no momento da concepção de novos produtos e na recriação de antigos.

Optamos por não recortar geograficamente a pesquisa, uma vez que os fenômenos, ou melhor, as práticas pesquisadas podem se realizar em qualquer circunstância histórica, cultural, social e econômica do mundo, nas cidades, no campo, nas periferias, entre pobres, ricos e remediados, entre necessitados socialmente ou não. De modo que, considerando a possibilidade de aprendizagem que essas práticas trazem para o pensamento e a execução no design, concordamos com Heskett ao aconselhar o desenvolvimento de metodologias apropriadas para serem usadas em trabalhos com/de design, compreendendo os problemas e soluções encontrados a partir das ferramentas que sejam as mais ajustadas a cada situação, a cada realidade:

“(...) a observação comportamental em busca de insights sobre as dificuldades que as pessoas enfrentam em diversos contextos, como no ambiente de trabalho, nas lojas ou em escolas. A observação detalhada, levando-se em conta o tempo e o espaço, é capaz de revelar as dificuldades que

podem ser abordadas por novas soluções de design” (HESKETT, 2008, p.59).

Não podemos esquecer que existe um enorme campo ainda não explorado pelo design, nem pela indústria e comércio. Uma enorme faixa da população mundial ainda não é beneficiada pelo design de objetos: pessoas com necessidades especiais, idosos, crianças, deficientes físicos, psíquicos e/ou motores, população de baixa renda, moradores de países periféricos sem acesso a luz, água potável, esgoto, saneamento, equipamentos médico/hospitalar, etc. Por isso mesmo, essas são áreas carentes de estudos e investimentos onde o design pode ser extremamente importante e aproveitado na sua melhor essência.

Existe uma preocupação deste trabalho em não se transformar em algo meramente utópico. De certa maneira, essa inquietação em relação à utopia e até mesmo “ingenuidade” se desfaz no momento em que constatamos movimentos em favor de uma preocupação mais humana da disciplina do design. O *4th International Forum of Design as Process*, realizado em setembro de 2012, em Belo Horizonte, teve como tema central justamente “Design e Humanismos”. Nesse encontro, confirmamos que nossas preocupações não são em vão, nem se sustentam no vazio. Como se declarou neste evento, um primeiro momento do industrial design teve como centro o produto, uma segunda fase do design focou sua atenção nas mercadorias e no consumo, e na terceira fase, o momento contemporâneo, o principal fator de atenção no design deve ser o homem, a pessoas e suas relações entre si e com os objetos que permeiam sua existência cotidiana (Flaviano Celaschi, sessão de abertura do *4th International Forum of Design as Process*, 20 de outubro de 2012).

De acordo com as proposições avançadas neste fórum, está se consolidando uma nova área de design caracterizada pelo acentuado

humanismo como uma hipótese promissora, a ser investigada como dimensão inovadora dos processos de design. Como mostramos ao longo dessa trajetória vários movimentos e autores, desde mesmo *o Arts and Crafts* buscaram juntar o lado mais humano na produção de objetos.

Não posso deixar de observar que, na redação das linhas finas deste trabalho, deparei-me e lembro finalmente, como numa espécie de revelação, a inspiração oculta na figura da “rainha da gambiarra”, dona Astrid, minha mãe. Como num *flash* me vêm as imagens de todas as soluções engenhosas realizadas por essa pessoa ao longo da minha existência. Do “tosco, porém funcional”: inúmeros varais de secar roupas nas casas de praia alugadas nos verões nordestinos tão desejados. Ou as fitinhas coloridas que vinham em embalagens de presente que eram enroladas em canetas para serem reaproveitadas depois de várias maneiras. Ou o potinho de embalagem que é usado para guardar algodão. Pequenos frascos aproveitados de remédios usados como embalagens de desodorante, creme hidratante e xampu para reduzir volume e peso nas viagens e identificados com pedaço de esparadrapo (Fig. 01). Aliás, rótulos feitos com esparadrapo é um uso bastante comum na nossa casa.

Fig. 01: Frascos pequenos de remédio usados para colocar desodorante e hidratante, para reduzir peso e volume na bagagem de viagens (Recife/PE) (Foto: Carolina Cavalcanti)

Essas transformações e reusos são geralmente soluções para pequenas dificuldades na esfera doméstica. Mesmo que inconscientemente, parece que recebi estímulos criativos de práticas cotidianas de transformação de artefatos. De alguma maneira, esses estímulos hoje se configuram como meu tema de estudo. Numa escolha de antemão definida que me deu rumo, ao se articular a área de estudos sobre design espontâneo, que agora parece clara. Aqui está minha resposta e contribuição ao que se desenha como uma herança familiar, ao lembrar os estoques e aproveitamos feitos já pela minha avó.

Essa pesquisa e o exposto neste trabalho foram parte da minha tentativa de deixar claro que o design está longe de ser apenas uma profissão de glamour, fundada em preocupações formais e estéticas. Buscamos através das análises das práticas de recriação de artefatos cotidianos (re)descobrir soluções possíveis para agora e para o futuro que visem convivências pacíficas, saudáveis, ecológicas e mais humanas.

Fig. 02: Palito de dente espetado no limão para direcionar as gotas (Florianópolis/SC, 2012) (Foto: Francisco Sales Trajano Filho).

Observando os detalhes ocultos nos artefatos recriados, aproveitados, transformados pelas pessoas, muitas vezes sem ligação com design, encontramos soluções geniais para resolver problemas específicos e cotidianos que revelam desejos e necessidades concretas. Enxergamos essa matéria-prima constituída por essas práticas e seus objetos como uma possibilidade alternativa de criação de uma nova cultura mais ética e responsável de produção e consumo. Uma enorme fonte de aprendizado e insumos para entendermos o complexo mundo dos objetos construído pelo intrigante, polêmico e não menos fascinante design (assim como também pelo “não-design”!) (Fig. 02).

bibliografia

Re Bottle Set

Concebido por Walking-Chair para água mineral Vöslauer

Disponível em: <https://shop.walking-things.com/eu/rebottle.html>.

Acesso em: 31/01/2013.

AFONSO, Ana Carla Silva. *O artefato anônimo como potenciador do desenvolvimento em design*. Dissertação de mestrado. Universidade de Aveiro. Departamento de Comunicação e Arte, 2010.

ANDRADE, Erica Ribeiro. *O balaio de difusão do design popular da Bahia como facilitador da inserção da cultura popular no 5º ano do ensino fundamental 1 da Escola Municipal de Parque São Cristóvão Professor João Fernandes da Cunha*. Monografia de conclusão do curso de Pós-graduação Latu Senso em Arte Educação: Cultura Brasileira e Linguagens Contemporâneas da Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia, disponível em: [http //creativecommons.org/licenses/by-nc-as/3.0/BR/](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-as/3.0/BR/) Acesso em: setembro de 2011.

ANÔNIMO, SCONOSCIUTO, IGNORATO. *Domus*, n. 811, jan. 1999.

ASENSIO, Óscar. *Drink design*. Barcelona. World-wide design, 2008.

ARGAN, Giulio Carlo. *Progetto e oggetto. Scritti sul design*. Milano: Meduza, 2003.

ARKHIPOV, Vladimir. *Home-made Europe*. Contemporary folk artifacts. London: Fuel, 2012.

ARKHIPOV, Vladimir. "Functioning Forms/Anti-Design", in: CLARKE, Alison J. (ed). *Design anthropology. Object culture in the 21st century*. Springer: Wien; New York, 2011.

BARBOSA, Lara Leite. *Design sem fronteiras: a relação entre nomadismo e a sustentabilidade*. Tese de doutorado FAU-USP. São Paulo, 2008.

BARTHES, Roland. "A morte do autor" in *O rumor da língua*. 2ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BARDI, Lina Bo. *Tempos de Grossura: o design no impasse*. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1994.

BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1973.

BENJAMIN, Walter. *Reflexões sobre a criança, o brinquedo e a educação*. São Paulo: Duas Cidades; Ed. 34, 2002.

BENJAMIN, Walter. "A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica" in *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história de cultura*. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BICKNELL, Julian and McQuiston, Liz. *Design for need. The social contribution of design*. London: Pergamon Press, 1977.

BLASSE DINGE. *WERKBUND UND WAREN 1945-1949*. Werkbund-archiv. Ausstellungsmagazin.

BONSIEPE, Gui. *Design, cultura e sociedade*. São Paulo: Blucher, 2011.

BONSIEPE, Gui. *Do material ao digital*. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

BONSIEPE, Gui. *A tecnologia da tecnologia*. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 1983.

BONSIEPE, Gui. *Teoría y práctica Del diseño industrial. Elementos para una manualística crítica*. Colección Comunicación Visual. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A., 1978.

BOUFLEUR, Rodrigo Naumann. *A questão da gambiarra: formas alternativas de desenvolver artefatos e suas relações com o design de produtos*. Dissertação de mestrado. FAU-USP: São Paulo, 2006.

BRANDES, Uta e ERLHOFF, Michael. *Non intentional design*. Cologne: Daab, 2006.

BRANDES, Uta; STICH, Sonja e WENDER, Miriam. *Design by use. The everyday metamorphosis of things*. Board of International Research in Design. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser, 2009.

BRITO JUNIOR, Antonio Barros de. “O conceito de vanguarda a partir da reflexão sobre a obra aberta, de Umberto Eco”. *Sínteses – Revista dos Cursos de Pós-Graduação*, v.12, p. 87-96, 2007.

BROWER, Cara; MALLORY, Rachel; OHLMAN, Zachary. *Experimental eco-design. Architecture/fashion/product*. Rotovision, 2009.

BÜRDEK, Bernhard E. *Historia, teoria e pratica do design de produtos*. São Paulo. Edgard Blücher, 2006.

CABRAL, Claudia Piantá Costa. *Grupo Archigram, 1961-1974: uma fábula da técnica*. Tese de Doutorado. UPC-ETSAB, 2001.

CAMPANA, Humberto. *Cartas a um jovem designer: do manual à industria, a transfusão dos Campana*. Rio e Janeiro: Elsevier, 2009.

CARDOSO, Fernanda de A. *Design gráfico vernacular. A arte dos letristas*. 2003. Dissertação Programa de Pós-Graduação em Design. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro-PUC-RIO.

CARDOSO, Rafael. *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CELANT, Germano. “Radical architecture”. In: AMBASZ, Emilio (Ed.). *Italy: the new domestic landscape. Achievements and problems of Italian design*. New York: The Museum of Modern Art, 1972.

CERTEAU, Michel de. *A Invenção do cotidiano*. Petrópolis: Editora Vozes, 1994.

CHALK, Warren. “La arquitectura como producto Del consumidor”. In: HEREU, Pere; MONTANER, Jose Maria; OLIVERAS, Jordi. *Textos de arquitectura de La modernidad*. Madrid: Nerea, 1994.

CLARKE, Alison J. (Ed.). *Design anthropology. Object culture in the 21st century*. Vienna: Springer Wien New York. Edition Angewandte. Book Series of the University of Applied Arts Vienna edited by Gerald Bast, Rector. 2011.

COLQUHOUN, Alan. *La arquitetura moderna uma historia desapasionada*. Barcelona: editorial Gustavo Gili, AS, 2005.

COSTA, Jurandir Freire. *O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. 2 ed. Bauru: EDUSC, 2002.

DENIS, Rafael Cardoso. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2001.

DENIS, Rafael Cardoso. "Design cultura material e fetichismo dos objetos". *Arcos*, Rio de Janeiro, n.1, 1998.

DESIGN EXELENCE BRAZIL 2003/2006.

DESIGN FOR THE OTHER 90%. Smithsonian Cooper-Hewitt, National Design Museum. New York, 2007.

"Dois objetos". *Habitat*, n.5, p.64, 1952.

DORMER, Peter. *Design since 1945*. London: Thames & Hudson, 2003.

DUNNE, Anthony and RABY, Fiona. Designer as author. In: ERICSON, Magnus and Mazé, Ramia. *DESIGN ACT. Socially and politically engaged design today – critical roles and emerging tactics*. Berlin: IASPI, Interactive Institute, Sternberg Press, 2011.

ECO, Umberto. *Obra Aberta. Forma e Indeterminação nas Poéticas Contemporâneas*. 8 ed. São Paulo: Perspectiva, 1991.

EL LIBRO DE LOS COLECTIVOS. Buenos Aires, colección Registro Gráfico La Marca Editora, 2005.

ERICSON, Magnus and MAZÉ, Ramia. *DESIGN ACT. Socially and politically engaged design today – critical roles and emerging tactics*. Hässleholm: Interactive Institute, Sternberg Press, 2011.

ERLHOFF, Michael. *St. Moritz Design Summit*. Armoldsche Verlagsanstalt GmbH, 2007.

ERLHOFF Michael e MARSHALL Tim. *Design Dictionary. Perspectives on design terminology*. Basel, Boston, Berlin: Birkäuser, 2008.

ESQUEF, Marcos. *Desenho industrial e desenvolvimentismo: as relações sociais de produção do design no Brasil*. Rio de Janeiro: Synergia, 2011.

FATHERS, James and BONSIÉPE, Gui. "Peripheral vision: an interview with Gui Bonsiepe charting a lifetime of commitment to design empowerment". *Design Issues*: v.19 n.4 autumn, 2003, p.44-56. The MIT Press. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/1512091>. Acesso em: 10/10/2011.

FAJARDO, Elias. *Consumo consciente, comércio justo: conhecimento e cidadania como fatores econômicos*. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2010.

FERNANDEZ, Silvia; BONSIÉPE, Gui (coord.). *Historia Del diseño em América Latina y El Caribe*. São Paulo: Blücher, 2008.

FINEDER, Martina e GEISLER, Thomas. "Design criticism and critical design in the writings of Victor Papanek (1923-1998)." *Journal of Design History*, v.23, n.1. Disponível em: jdh.oxfordjournals.org na Universidade de São Paulo em: out. 2010.

- FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FORTY, Adrian. *Objetos do desejo: design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FRANÇA, Rosa Alice. "Design e artesanato: uma proposta social". *Revista Design em Foco*, v.II, n.2. Salvador: EDUNEB, 2005.
- FRY, Tony. *Reconstruções: ecologia, design, filosofia*. São Paulo: Edusp, 2009.
- FRY, Tony. "Contra uma teoria essencialista de necessidade: algumas considerações para teoria do design". *Revista Design em Foco*. Universidade do Estado da Bahia. UNEB. Revista técnico científica, v.11, n.1, jan/jun, 2005.
- FUAD-LUKE, Alastair. *The eco-design handbook. A complete sourcebook for the home and office*. Thames & Hudson.
- GREEN DESIGN. Mark Batty Publisher. New York, 2007.
- GUARNIERI, Andrea Bocco. *Bernard Rudofsky: a human designer*. Wien; New York: Sprinter, 2003.
- GUTIERREZ, Gabriel. *Objeto vernacular urbano: comunicação de necessidade*. Trabalho Final de Graduação. FAU USP, 2009.
- HAMID, Nacify; GABRIEL, Teshome H. *Otherness and media. The ethnography of the imagined and the imaged*. Harwood Academic Publishers GmbH, 1993.
- HESKETT, John. *Design*. Trad. Marcia Leme. São Paulo: Ática, 2008.
- HESKETT, John. *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona. GG Diseño, 2005.
- HESKETT, John. *Design: a very short introduction*. Oxford Press, 2002.
- HESKETT, John. *Desenho industrial*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.
- HIGHMORE, Bem (Ed.). *The design culture reader*. London and New York: Routledge, 2009.
- HOBSBAWM, Eric. *Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- JULIER, Guy. *La cultura Del diseño*. Trad. Marcos Muslera. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2010.
- KASPER, Christian P. "Aspectos do desvio de função"(IFCH/Unicamp). (Disponível:
<http://aforcadascoisas.files.wordpress.com/2011/07/aspectos-do-desvio-de-func3a7c3a3o.pdf>

KATINSKY, Júlion Roberto. “Desenho Industrial e artesanato”. In: LEON, Ethel. *Design Brasileiro: quem fez, quem faz – Brazilian Design: who did, who does*. Rio de Janeiro: Viana & Mosley, 2005.

KEEN, Andrew. *O culto ao amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

KNIGHT, Alison. “Hidden histories: the story of sustainable design”. *Discovery Guides*. ProQuest, 2009. Acesso em: 16/09/2011.

KRUCKEN, Lia. *Design e território: valorização de identidades e produtos locais*. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LANG, Peter; MENKIING, Willian. *Superstudio. Life without objects*. Milão: Skira, 2003.

LATOUCHE, SERGE. *Pequeno tratado do decrescimento sereno*. Tradução Claudia Berliner. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

LATOUCHE, SERGE. *Salir de La sociedad de consumo. Voces y vías del decrecimiento*. Traducción del francés de Magalí Sirera Machado. Barcelona: octaedro, 2012.

LEE. MATILDA. *Eco chic: o guia de moda ética para consumidora consciente*. Prefacio Katharine Hamnett; tradução Sheila Mazzolenis e Mario Ribeiro. São Paulo: Larrousse do Brasil, 2009.

LE CORBUSIER. *A viagem do Oriente*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

LEMOIS, Fernando. *Na casca do ovo, o princípio do desenho industrial*. Coleção TextosDesign. São Paulo: Edições Rosari, 2003

LE VAN, Marthe. *Fabulous jewelry from found objects: creative projects, simple techniques*. New York: Lark Book, 2007.

LEON, Ethel. *Design Brasileiro: quem fez, quem faz – Brazilian Design: who did, who does*. Rio de Janeiro: Viana & Mosley, 2005.

LIPOVETSKY, Gille. *O império do efêmero. A moda e seu destino nas sociedades modernas*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LÖBACH, Bernd. *Design industrial. Bases para a configuração de produtos industriais*. Trad. Freddy Van Camp. Sao Paulo: Blucher, 2001.

LOURIDAS, Panagiotis. “Design as bricolage: anthropology meets design thinking”. *Design Studies* v.20, n.6 novembro 1999, p. 517-535.

MADGE, Pauline. “Design, ecology, technology: a historiographical review”. *Journal of Design History*, v. 6, n. 3 (1993), pp. 149-166 Published by: Oxford University Press on behalf of Design History Society.

MAGALHÃES, Aloísio. *E Triunfo? A questão dos bens culturais no Brasil*. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1985.

MAGALHÃES, Aloísio. "O que o desenho industrial pode fazer pelo país?" In: *Revista Arcos*, Rio de Janeiro, v. 1, 1998, pp. 8-12.

MALDONADO, Tomaz. *Design industrial*. Lisboa: Edições 70, Lda., 2003.

MANZINI, Ezio. *Design para inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Cadernos do Grupo de Altos Estudos v. I. Rio d Janeiro: E-papers, 2008.

MANZINI, Ezio e VEZZOLI, Carlo. *O desenvolvimento de produtos sustentáveis. Os requisitos ambientais dos produtos industriais*. São Paulo: EDUSP, 2005.

MARGOLIN, Victor. *The politics of the artificial: essays on design and design studies*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 2002.

McDONOUGH, Willian and BRAUNGART, Michael. *Cradle to Cradle: remake the way we make things*. New York: North Point Press, 2002.

MEADOWS, Dennis L. e outros. *Limites do crescimento*. 2 ed.. São Paulo: Perspectiva, 1978.

MOLLEURP, Per. *Collapsibles*. United Kingdon: Thames & Hudson, 2001.

MONTANER, Josep Maria. "Arquitectura y antropologia" in *Después del movimiento moderno. Arquitectura de la segunda mitad Del siglo XX*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A., 1993.

MORACE, Francesco. *Consumo autoral: as gerações como empresas criativas*. Trad. Kathia Castilho. São Paulo: Edição das Letras e Cores Editora, 2009.

MORAES, Dijon de. *Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem*. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

MORAES, Dijon de. *Limites do design*. São Paulo: Studio Nobel, 1999.

NOGUEIRA, José Francisco Sarmiento. "Etnodesign e cultura brasileira: memória, resgate e identidade". Disponível em: http://www.neppi.org/anais/textos/pdf/etnodesign_cultura_brasileira.pdf. Acesso em 03/08/2008.

NORMAN, Donald A. *Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia*. Trad. Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. *Cultura e patrimônio: um guia*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

PACEY, Philip. "Anyone designning anything? Non-professional designers and the history of design". *Journal of Design History*, v.5, n.3, London, 1992.

PAIN, Gilbert. *A beleza sob suspeita: o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

PAPANEK, Victor. *Design for the real world: human ecology and social change*. Chicago: Academy Chicago Publishers, 2000.

PAPANEK, Victor. *Diseñar para el mundo real: ecologia humana y cambio social*. Madrid Hermann Blume Ediciones, 1977.

PAPANEK, Victor. *Arquitetura e design – Ecologia e Ética*. Lisboa: Edições 70, 1995.

PAPANEK, Victor. *The future isn't what it used to be*. (Manuscrito)

PAPANEK, Victor. *Design with a human face: tem approaches to humanizing technology*. (Manuscrito)

PAPANEK, Victor. *Interlude: The Lolita Project* (Manuscrito)

PAPANEK, Victor. *Design for human scale*. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 1983.

PEREIRA, Gabriela de Gusmão. *Rua dos Inventos: ensaio sobre desenho vernacular*. Rio de Janeiro: F. Alves, 2002.

PERRA, Daniele Pario. *Low-cost design*. Vol. 1. Milano: Silvana Editoriale, 2010.

PERRA, Daniele Pario. *Low-cost design*. Vol. 2. Milano: Silvana Editoriale, 2011.

PERREIRA, Juliano Aparecido. *A ação cultural de Lina Bo Bardi na Bahia e no nordeste (1958-1964)*. Dissertação de mestrado. EESC-USP: São Carlos, 2001.

PETROSKY, Henry. *A evolução das coisas úteis: cliques, garfos, latas, zíperes e outros objetos do nosso cotidiano*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

PILLOTON, Emily. *Design revolution: 100 products that are changing people's lives*. London: Thames & Hudson, 2009.

POOLE, Buzz. *Green design*. New York: Mark Batty Publisher, 2007.

PRESS, Mike. "All that is solid melts into craft: crafting a sustainable future from today's rubbish", 1996. Disponível em: <http://www.culturalreuse.org/solid.pdf>. Acesso em: 03/08/2008.

QUELUZ, Matilda Lopes Pinheiro. *Design & cultura*. Coletânea de textos do grupo Design & cultura do CEFET-PR. Curitiba: Editora Sol, 2005.

RAIZMAN, David. *History of modern design. Graphics and products since the Industrial Revolution*. London: Laurence King Publishing, 2010.

ROCHE, Daniel. *História das coisas banais: nascimento do consumo nas sociedades do século XVII ao XIX*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

RODRIGUES, Ivete e BARBIERI, José Carlos. “A emergência da tecnologia social: revisitando o movimento da tecnologia apropriada como estratégia de desenvolvimento sustentável”. *Revista de Administração Pública*, v. 42, n.6, nov./dez., 2008, p. 1069-94.

ROSSETTI, Eduardo Pierrotti. “Tensão moderno/popular em Lina Bo Bardi: nexos de arquitetura”. *Arquitextos*, São Paulo, 03.032, *Vitruvius*, jan, 2003. Disponível em: <http://vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/03.032/717>. Acesso em: maio de 2011.

ROTH, Manuela (ed.) *Ecological design*. New York: teNeues, 2008

RICHARDSON, Adam. “The death of the designer”. *Design Issues*, vol. 9, n. 2 (autumn, 1993), p. 34-43.

RUDOLFSKY, Bernard. *Architecture without architect*. Garden City, New York: Doubleday, 1965.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. *As cidades de plástico e papelão*. Tese de Livre-docência. São Paulo, FAU-USP, 2003.

SADLER, Simon. *Archigram. Architecture without architect*. Massachusetts Institute of Technology, 2005.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo. “Castoff/Outcast Living on the Street” in T. Corre! e P. Polk (Eds.) *The Cast-off Recast Recycling and the creative Transformation of Mass-Produced Objects*. Los Angeles: UCLA Fowler Museum of Cultural History, 111-139, 1999.

SCHNEIDER, Beat. *Design – uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico*. Trad. Sonali Bertuol, George Bernard Sperber. São Paulo: Editora Blücher, 2010.

SCHUMAKER, E. F. *O negócio é ser pequeno (Small is beautiful). Um Estudo de Economia que leva em conta as pessoas*. 4ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.

SENNET, Richard. *O artífice*. Trad. Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2009.

ST. MORITZ DESIGN SUMMIT. Arnoldsche. Germany, 2002

SUDJIC, Deyan. *A linguagem das coisas*. Trad. Adalgisa Campos da Silva. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

VALESE, Adriana. *Design vernacular urbano: a produção de artefatos populares em São Paulo como estratégia de comunicação e inserção social*. Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica. PUC/SP. São Paulo, 2007.

VERMAAS, Pieter E.; KROES, Peter; LIGHT, Andrew; MOORE, Steven A. *Philosophy and Design. From Engineering to Architecture*. Springer, 2008.

VERSANI, Daniela Beccaccia. “Considerações sobre a noção de autor”. *Revista Literatura em Debate*, v.3, n.4, p.1-20, 2009.

WALKER, Stuart. *Sustainable by design explorations in teory and practice*. London: Earthscan, 2006.

WALKER, Stuart. “Desmascarando o objeto: reestruturando o design para a sustentabilidade”. *Revista Design em Foco*, v.2, n.2, Universidade do Estado da Bahia, 2005.

WAN, David. *Deep design. Pathwyas to a livable future*. Washigton, D.C., 2009.

WHITELEY, Nigel. *Design for Society*. Great Britain: Reaktion Books, 1998.

WHITELEY, Nigel. “O designer valorizado”. *Arcos*, v.1 número único, 1998, p.63-75.

WHITELEY, Nigel. “Toward a throw-away culture. Consumerism, ‘stile obsolescence’ and cultural theory in the 1950s and 1960s”. *Oxford Art Journal*, vol. 10, n. 2, The 60s (1987), p. 3-27.

Seminário Internacional Além da Sustentabilidade. O conceito “berço ao berço” de economia circular e a política nacional de resíduos sólidos. Organização e realização: ABRAMPA – Associação Brasileira dos Membros do Ministério Público de Meio Ambiente. Auditório do Tribunal de Contas do Estado de Pernambuco –Recife, de 16 a 18 de abril de 2012.

4th International Forum of Design as a Process. A DIVERSIDADE: DESIGN/HUMANISMOS. Encontro temático científico da Rede Latina para o Desenvolvimento do Design como Processo. Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG. Belo Horizonte, Minas Gerais, de 19 a 22 de Setembro de 2012.