

## PROJETO MONOGRAFIA: O DISCURSO DE SUSTENTABILIDADE E OS PRODUTOS DO DESIGN GRÁFICO

**SOUZA, Helen Pinho**

Universidade Federal de Pelotas  
*helen.pinho.souza@gmail.com*

**FARIA, Mônica Lima**

Universidade Federal de Pelotas

### 1 INTRODUÇÃO

Você já pensou de onde vem todas as coisas que compramos e para onde vão quando jogamos tudo fora? [...] o que o livro falou é que as coisas passam por um sistema: da extração à produção, distribuição e disposição. [...] essa não é a estória [sic] completa. Tem muita coisa faltando nesta explicação. De fato, o sistema parece estar bem. Sem problemas. Mas a verdade é que o sistema está em crise. E a razão pela qual está em crise é porque é um sistema linear e vivermos num planeta finito e você não pode operar um sistema linear num planeta finito indefinidamente (LEONARD, The history of stuff<sup>1</sup>).

Nossa sociedade necessita de novidade, de rapidez, de coisas que preencham as lacunas deixadas pela nossa falta de tempo. Assim nos tornamos a sociedade do consumo, das empresas, das marcas.

Esse modo de vida frenético exaure nosso planeta, então nos anos 60 os movimentos ecológicos começam a alertar a sociedade sobre a problemática da exaustão do planeta (KAZAZIAN, 2005). Hoje a responsabilidade ambiental é assunto contínuo, contudo sofremos diariamente com a poluição, excesso de lixo, alterações climáticas, evidenciando que o discurso está em alta, mas a prática certamente é insuficiente.

O designer atua diretamente na criação e desenvolvimento de bens de consumo, sendo assim necessitamos conhecer e compreender as limitações ambientais e nosso compromisso ao desenvolver um projeto.

Esta pesquisa se propõe a realizar um estudo que envolve design gráfico e sustentabilidade, discurso e prática. Incentivando assim uma postura ética e responsável do designer e da sociedade.

### 2 METODOLOGIA

No presente estudo realizaremos uma pesquisa com abordagem qualitativa (SEVERINO, 2007), por sua característica de não delimitação obrigatória e rígida de aspectos processuais, enfatizando mais os aspectos conceituais da pesquisa qualitativa, que tem sua base na busca do entendimento das relações, causas e circunstâncias dos fatos, mais do que comprovar ou excluir sua existência, e quantificar sua intensidade:

---

<sup>1</sup> LEONARD, Annie. The history of stuff. Vídeo disponível em:  
<[http://www.youtube.com/watch?v=3c88\\_Z0FF4k](http://www.youtube.com/watch?v=3c88_Z0FF4k)>. Acesso: 15 abr. 2010

Quando se fala de pesquisa quantitativa ou qualitativa, e mesmo quando se fala de metodologia quantitativa e qualitativa, apesar da liberdade de linguagem consagrada pelo uso acadêmico, não se está referindo a uma modalidade de metodologia particular. Daí ser preferível falar-se de *abordagem quantitativa*, de *abordagem qualitativa*, pois como essas designações, cabe referir-se a conjuntos de metodologias, envolvendo, eventualmente, diversas referências epistemológicas. São várias metodologias de pesquisa que podem adotar uma abordagem qualitativa, modo de dizer que faz referência mais a seus fundamentos epistemológicos do que propriamente e especificidades metodológicas (SEVERINO, p. 119, 2007).

Para analisamos praticamente, os assuntos teóricos estudados, usaremos a técnica *estudo de caso*, na qual determinada situação será analisada profundamente para inferir conceitos e diretrizes.

O estudo de caso não será apresentado neste momento, tendo em vista que trata-se de uma pesquisa em andamento, contudo abordaremos a problemática no campo teórico, afim de demonstrar a importância desta discussão para a sociedade.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em diversas ocasiões onde o assunto relaciona-se a consumismo, ouvem-se comentários sobre o design, como elemento fomentador e causador desta prática, tendo em vista que popularmente a atuação do designer se restringe a finalização do produto, ou seja, na maquiagem, embelezamento.

Porém, é sabido que o papel do designer assim não se restringe. Devemos interferir e desenvolver o projeto, da peça ou produto desde a sua concepção. Adequando a ergonomia à funcionalidade, a vida útil a sustentabilidade, como afirma Raymond Loewy “o desenhista industrial astucioso é aquele que, com lucidez, sente a zona de choque em cada problema específico” (KAZAZIAN, 2005, p.16).

É fundamental entendermos que a preocupação ambiental é essencial para o desenvolvimento de projetos eticamente responsáveis e comprometidos com a sociedade e seu futuro, tendo em vista que a produção de bens de consumo sempre irá interferir no meio ambiente:

Fundamentalmente, o produto ecológico não existe. Qualquer produto terá impactos ambientais. Assim, podemos dizer que o ecodesign – ou a ecoconcepção – é uma abordagem de melhora contínua, já que nenhum estado é definido ou encerrado (KAZAZIAN, 2005, p. 55).

Assim sendo, sustentabilidade no design envolve um projeto cuidadosamente pensado e avaliado continuamente, buscando sempre novas soluções “porque se o ideal compartilhado por todo criador, for alcançar o melhor resultado com o mínimo possível de meio (...) esse é igualmente o ideal de todo o sistema eco-nômico” (KAZAZIAN, 2005, p. 67).

### 4 CONCLUSÕES

A evolução do sistema econômico mundial marcou a história da humanidade de diversas maneiras e uma das mais impressionantes foi à retirada

do poder das mãos do Estado para as mãos das empresas. Podemos citar a Revolução Industrial como um marco definitivo desta transição, porém é necessário entender que a mudança se deu por um conjunto de fatores, como o desenvolvimento das cidades e o renascimento do comércio, ressaltando ainda a Revolução Francesa e o Iluminismo.

Essa reestruturação foi fundamental para o desenvolvimento do mundo capitalista e para a mudança na forma de dominação dos indivíduos que deixa de ser pela força e passa a ser estabelecida pela ideologia<sup>2</sup> divulgada na forma de discurso. Como exposto por Rodrigues (2009) a mídia estabelece uma relação estrita com o discurso, pois é um meio de propagação com abrangência mundial.

O discurso é efetivo, pois é realizado de forma pacífica (em oposição, por exemplo, às guerras), gradual e contínua, assim não distinguimos nossos desejos da política vigente de comportamento, encaramos a estrutura social atual como um fato social (DURKHEIM, 2001).

Porém, o sistema capitalista não faz parte da natureza tampouco as estruturas empresariais. Estes conceitos foram criados, desenvolvidos e sustentados por homens e podem ser modificados pelos homens e para os homens. No livro “Haverá a idade das coisas leves” (KAZAZIAN, 2005) este pensamento é explícito:

a empresa poderia estar na origem de uma profunda mutação a passagem de uma sociedade de consumo baseada no produto para uma sociedade de utilização cuja principal modalidade seria o serviço, e que teria por finalidade uma economia leve (KAZAZIAN, 2005, p. 27).

Desde modo, acreditamos que é o possível o estabelecimento de uma nova ordem e que a academia tem possibilidades de alavancá-la, através da formação de profissionais qualificados e socialmente críticos, além de seu poder de fomentar a pesquisa com caráter transdisciplinar.

Pensando em um futuro desenvolvido a partir da estrutura vigente os designers ocupam uma posição de fundamental importância nesta transição, como afirma Victor Papanek “a única importância, no design, é sua relação com as pessoas” (KAZAZIAN, 2005, p. 21), assim suas bases necessariamente têm de estar na ecologia, no homem e na ética. Ao projetar um produto/peça gráfica, devemos nos preocupar com a funcionalidade, usabilidade, vida útil e descarte pós-uso, pois possuímos responsabilidades com o usuário, com o meio ambiente e com as gerações vindouras, assim devemos ser sustentáveis em nossas práticas.

A questão da sustentabilidade não é novidade, ela está presente nos meios de comunicação e publicidade de diversas empresas. Contudo os problemas ambientais aumentam, a desigualdade social se fortalece, o desenvolvimento ocorre apenas nos países já desenvolvidos, deixando claro que neste trajeto discurso/ação existem desconexões, falhas, inverdades.

Entretanto, reconhecem-se muitas conquistas na área. E por essa razão se analisa o percurso do discurso sustentável no Brasil, suas ações e possibilidades. A fim de estabelecer um pensamento crítico a respeito da questão,

---

<sup>2</sup> Definição do Aurélio: s.f. Ciência que trata da formação das idéias. / Conjunto de idéias próprias de um grupo, de uma época, e que traduzem uma situação histórica: a ideologia burguesa dicionário.

analisar suas ações e resultados obtidos, Lewis Carrol (CARROL apud BAUMAN) afirma, “Agora, aqui, veja, é preciso correr o máximo que você puder. Para permanecer no mesmo lugar. Se quiser ir a algum outro lugar, deve correr pelo menos duas vezes mais depressa do que isso!”.

A citação acima impulsiona a vontade de trabalharmos com a questão da sustentabilidade, que apesar de tão falada necessita de ações efetivas para seu desenvolvimento. Reconhecemos a existência de ações na área, contudo acreditamos que há um longo percurso a ser percorrido, a fim de estabelecer realmente uma mudança social.

Apesar da mocidade da profissão de designer, assim como as discussões sobre a delimitação de sua área de atuação, acreditamos ser evidente o nosso papel como agente comunicador. Ao passo que cada peça gráfica projetada tem o objetivo de informar algo a comunidade, reafirmamos o nosso poder junto à sociedade. E, uma vez sabido que com o poder aumenta-se a responsabilidade, pensamos que devemos aceitá-la, a fim de corroborar com a construção de uma sociedade justa e igualitária.

Colaborar para o desenvolvimento de um sistema econômico mais justo, através da prática sustentável nas empresas que visa uma estrutura leve, justa e comprometida com o futuro: este é o objetivo desta pesquisa.

## 5 REFERÊNCIAS

HOLANDA, Aurélio. **Dicionário Aurélio**. Palavra de busca: ideologia. Disponível em <<http://www.dicionariodoaurelio.com/>> Acesso 15 de junho de 2010 as 23:15h

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahal, 2001.

DURKHEIN, Émile. **Pragmatisme et sociologie**. Paris: Vrin, 2001.

COSTA, Joan. **A imagem da marca: um fenômeno social**. São Paulo: Edições Rosari, 2008.

LEONARD, Annie. **The history of stuff**. Vídeo disponível em: <[http://www.youtube.com/watch?v=3c88\\_Z0FF4k](http://www.youtube.com/watch?v=3c88_Z0FF4k)>. Acesso: 15 abr. 2010

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves**. São Paulo: Senac, 2005.

KOOP, Rudinei. **Design Gráfico cambiante**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.

RODRIGUES, Márcio. **O Ministério da Verdade é uma abstração: Reflexões e relatos acerca da cumplicidade da mídia com o processo de empresarização do mundo**. 2009. 16f. Artigo (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.