

SALA
DE
SERIGRAFIA



INSTITUTO
TOMIE OHTAKE

portal **Vitruvius**

Arquitextos

Arquitetismo

Documento

Drops

Entrevista

Minha cidade

Projeto institucional

Resenha online

AGITPROP  REVISTA BRASILEIRA DE DESIGN **ATUALIDADES**

Ano: II Número: 20
ISSN: 1983-005X

AGENDA

ATUALIDADES

ENSAIOS

LEITURA

REPERTÓRIO

LINKS

CONTATO

CADASTRO

CONSELHO

APOIADORES

BUSCA

Design e Desenvolvimento Sustentável

Suzana M. Sacchi Padovano

Eco Design e a Construção do Futuro Sustentável foi o tema de duas palestras do arquiteto e designer Marco Capellini, da Design & Consulting e Matrec de Milão e Roma, que esteve em São Paulo no final de agosto e falou na Fiesp e na Fundação Getúlio Vargas.

Capellini possui uma vasta experiência metodológica e pragmática para o desenvolvimento de produtos e serviços sustentáveis.

Como ele mesmo cita, a palavra sustentabilidade está muito desgastada e muitos nem sabem bem o que ela significa. Nos últimos anos temos observado uma crescente preocupação das autoridades, associações ambientalistas e científicas com as questões ambientais, sugerindo prováveis catástrofes para o nosso planeta.

Infelizmente, nosso sistema produtivo ainda provém de uma noção de bem estar construído pela mente social, num contexto industrial localizado no último século na Europa e na América do Norte, onde a compreensão dos limites era escassa e os recursos naturais eram dados por certo. Era o bem estar baseado no produto.

No começo da era industrial com o desenvolvimento da tecnologia e da ciência foi possível a materialização dos serviços na forma de produtos, por exemplo, os serviços de lavanderia deram surgimento às máquinas de lavar roupa, serviços de tocar música, rádios, vitrolas ou gravadores. A industrialização possibilitou a democratização do acesso, aumentando-se a quantidade de produtos disponíveis por preços cada vez menores.

Isto trouxe uma forma particular de bem estar, o bem estar de possuir, depois possuir para aparecer, para ter status, e consumir mais e mais produtos, o que caracterizou um modelo atual insustentável de produção e consumo. O problema é que esta noção de bem estar que permanece até hoje, é insustentável.

Para combater esta noção têm surgido uma série de normas que tentam coibir o uso desenfreado dos recursos naturais do nosso planeta; intervêm nos processos de produção que causam poluição; exigem tratamentos contra poluição dos efeitos criados por produtos industriais e, finalmente, tentam reorientar o comportamento social através do consumo sustentável.

Alguma coisa está mudando, isto todos nós estamos percebendo.

Nunca as campanhas publicitárias se orientaram tanto para a venda de produtos ecológicos como hoje. Surgiram centenas de produtos mais “verdes”, leves, menores, mais baratos, feitos para serem consumidos mais rapidamente. Foram feitos também para conversar com a moda, como relógios que mudam em cada virada de estação, celulares e câmeras. Produtos que se aproximam da efemeridade e do descarte absoluto. Este tipo de produto e de campanha é chamada de “green washing” (lavagem verde). Este descarte sem critério ou afetividade, faz que sejamos a geração do “throw away” (jogue fora), sem herança cultural para deixar às futuras gerações. Fazem-se certificações e marcas ambientais, que correm o risco de criar mais confusão do que informação.

Será que existe verdade em tudo o que dizem? E como nós poderemos saber?

A sustentabilidade não pode ser medida, pesada, tocada ou cheirada. Ela só pode ser integrada ao produto através dos valores ambientais, sociais e econômicos.

Materiais, processos produtivos, transporte, consumo e fim de vida são todos os aspectos que caracterizam a sustentabilidade de um produto. A tarefa dos designers e das empresas consiste em criar e produzir novos produtos levando em consideração todos os aspectos ambientais e sociais.

A tarefa do designer é aquela de procurar encontrar a melhor



ok

sustentabilidade do produto através da escolha de materiais primários ou virgens e secundários (renováveis ou não) ou reciclados (pré ou pós consumo); dos processos produtivos; embalagem; sistemas de transporte; estocagem e funções de uso, sem esquecer a questão do descarte (pós uso). Enfim, deve-se pensar se o produto será restaurado, recuperado ou se se perderá por inteiro.

A tarefa da empresa é de aperfeiçoar-se continuamente na escolha responsável de materiais, tecnologias e funcionalidades. Não basta vender um produto com a palavra Eco. Mas sim produzir valor de modo competitivo, oferecendo para seus consumidores e para a sociedade em geral, soluções para garantir ou melhorar seu bem estar por consumir menos recursos e regenerando a qualidade do seu contexto sócio-ambiental.

A tarefa do consumidor é aquela de conscientizar-se que tem uma grande força. Ele vai decidir o que comprar e usar e vai legitimar a existência de um produto ou serviço. É um consumo crítico. Um consumismo verde. Todas as pessoas devem agir como co-designers e co-produtores. Repensar o conceito de bem estar. Em vez do consumo exacerbado, consumir menos com mais qualidade. Descartar menos.

Entretanto um dos pontos mais enfatizados por Capellini na sua palestra foi que o consumidor só poderá executar a sua tarefa se os aspectos de sustentabilidade presentes no produto forem comunicados.

Sem comunicação ou informação o usuário não poderá ser formado. Não terá condições de reconhecer, comparar e escolher o valor sócio-ambiental de um produto.

Suzana M. Sacchi Padovano é mestre em Design Industrial, titular do Studio Sacchi Designers e Consultora em design industrial do NUTAU/USP.

Esta palestra foi uma prévia do programa chamado Brasil Itália Desenvolvimento Sustentável 2009 criado por Adriana Gagliotti Fortunato que terá ainda este ano um Forum, cuja coordenação cultural será feita pelo Nutau/USP representado por sua consultora em design industrial Suzana M. Sacchi Padovano em conjunto com o Centro de Estudos de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas, representado por sua coordenadora Roberta Simonetti.

Capellini estará presente também na *Mostra Design Italiano per la Sostenibilità*, a ser realizada em 2010 pelo mesmo programa Brasil Itália. E igualmente na 8ª Bienal de Arquitetura em 2009. Adriana G. Fortunato é a representante da Capellini Design & Consulting, Milano e Roma no Brasil.

RETORNAR

© 2007 - Todos os direitos reservados ■ Contato