



**FACULDADE DE TECNOLOGIA SENAI CIMATEC
ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGN DE PRODUTOS INDUSTRIAIS**

FÁBIO MOURA SANTOS

**A CRISE DO SUJEITO E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
POR OUTRO PRODUTO**

Salvador

2015

FÁBIO MOURA SANTOS

**A CRISE DO SUJEITO E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
POR OUTRO PRODUTO**

Trabalho de Conclusão de curso apresentado ao Curso de Especialização em Design de Produtos Industriais da Faculdade de Tecnologia SENAI Cimatec como requisito final para obtenção do título de Especialista em Design de Produtos Industriais.

Orientador: Prof. Msc. Marcus Vinicius Mendes Gomes

Salvador

2015

FÁBIO MOURA SANTOS

**A CRISE DO SUJEITO E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
POR OUTRO PRODUTO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito final para a obtenção do título de Especialista em Design de Produtos Industriais, Faculdade de Tecnologia SENAI Cimatec.

Aprovada em 03 de junho de 2015.

Banca Examinadora

Msc. Marcus Vinicius Mendes Gomes – Orientador
Faculdade tecnologia SENAI CIMATEC

Msc. Rodrigo Luz Santos
Faculdade tecnologia SENAI CIMATEC

Msc. Suzana Angélica da Silva Mascarenhas Pina
Faculdade tecnologia SENAI CIMATEC

03 de junho de 2015

Dedico esse trabalho a todo espirito que vive de suas ideias.

AGRADECIMENTO

Agradeço aos meus familiares, em especial minha querida Lorena Lopes e Pamela Moura que muito me apoiaram na realização deste trabalho, aos meus pais Frank Farias e Maria de Lourdes por nunca terem me deixado desistir dos meus sonhos e um especial agradecimento à minha mãe Mercedes Moura por me fazer compreender as façanhas do espírito humano.

Aos meus colegas do curso, que me apoiaram e batalharam a meu lado em toda a trajetória, em especial Jackeline Nunes. Agradeço à equipe do colegiado do curso, Suzi Marino e Suzana Angélica que me ajudaram com observações e sugestões durante a realização deste trabalho. Um agradecimento especial ao meio orientador Marcus Mendes por me conduzir nesta jornada e me mostrar as potencialidades existentes neste trabalho. Concluindo, agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para esta construção.

“Toda verdade passa por três estágios: Primeiro é ridicularizada. Segundo, é violentamente combatida. Terceiro, é aceita como se fosse auto evidente.”

Arthur Schopenhauer

RESUMO

Desde a revolução industrial na Inglaterra, o consumo em larga escala tem posto em risco a perspectiva de futuro da raça humana no planeta. Assim, devido à escassez crescente dos recursos, a sustentabilidade se tornou uma necessidade para o homem contemporâneo. Na perspectiva do desenvolvimento sustentável, o designer de produto tem a grande responsabilidade de pensar o produto não apenas para o consumo pelas pessoas do presente, mas também para a reutilização dos recursos usados na sua própria confecção em novos produtos para gerações futuras. Desta forma, para o entendimento da sustentabilidade é importante estudar o tema o design e o objeto sociedade. Dentro desta ideia, procura-se refletir sobre os principais desafios do designer para absorver a responsabilidade social. Para isso, é necessário estudar como a relação homem versus produto nasceu, através de retrospectos históricos, e quais foram os principais produtos e agentes sociais que dinamizaram essa estrutura do capital e a transformou no que aí está.

Palavras-chave: 1. Desenvolvimento sustentável – Design de produto. 2. Produto – Desenvolvimento sustentável. 3. Design de produto. 4. Objeto sociedade.

ABSTRACT

Since the industrial revolution in England, the large-scale use has jeopardized the prospects for the future of the human race on the planet. Thus, due to the increasing scarcity of resources, sustainability has become a necessity for the contemporary man. The perspective of sustainable development, the product designer has a great responsibility to think the product not only for consumption by people of the present, but also for the reuse of resources used in its own manufacturing into new products for future generations. Thus, for the understanding of sustainability it is important to study the subject design; and the object society. Within this idea, a reflection on the main challenges the designer to absorb social responsibility. For this, we need to study how the relationship between man versus product was born, through historical flashbacks, and what were the main products and social agents that this streamlined capital structure and turned into what there is.

Keywords: 1. Sustainable Development - Product Design. 2. Product - Sustainable Development. 3. Product Design. 4. Object society.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Perspectiva de sociedade sustentável.....	19
Figura 2: Máquina de fiar.....	25
Figura 3: Máquina à Vapor.....	25
Figura 4: Peça produzida por William Morris.....	26
Figura 5: Bule de café de Christopher Dresser.....	28
Figura 6: Charles Chaplin no filme "Tempos Modernos".....	29
Figura 7: Lâmpada do Corpo de Bombeiros na Califórnia.....	32
Figura 8: Linha de produção do Modelo T.....	33
Figura 9: Anuncio do Modelo T.....	35
Figura 10: Carro da Adler desenhado por Walter Gropius.....	35
Figura 11: Modelo Fusca desenhado por Porsche.....	36
Figura 12: Condomínio Habitacional em Portugal.....	37
Figura 13 : Duck, granja na região de Vegas.....	38
Figura 14: Castelo do Mundo desenhado por Aldo Rossi.....	39
Figura 15: Cafeteira desenhada por Aldo Rossi.....	39
Figura 16: O bombardeiro Mosquito desenhado por R.E.Bishop.....	40
Figura 17: O modelo da cadeira MB-118 ou Cesca 118 de Marcel Breuer.....	41
Figura 18: O modelo de Frankfurt Kitchen 1926-7 de Margarete Schutte-Lihotzky....	42
Figura 19: Linha Topperware desenhado por Earl Topper.....	43
Figura 20: Earl Topper apresentando um modelo Topperware.....	43
Figura 21: Sk4 Record player/Radio dos designers Dieter Rams e Hans Gugercot.....	44
Figura 22: O modelo Ecko Ad 65 de Wells Coates.....	44
Figura 23: Walkman desenhado por Nobutoshi kihara em 1978.....	45
Figura 24: Evolução da marca da Apple.....	47
Figura 25: Computador Macintosh desenvolvido pela Apple em 1984.....	48
Figura 26: Ipod da Apple® em 2001.....	49
Figura 27: Ipod da Apple® em 2007.....	49
Figura 28: Iphone da Apple® em 2007.....	50
Figura 29: Think Chair, designers Glen Oliver Low de 2008.....	52
Figura 30 : Pirâmide de Maslow.....	77

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Comparativo entre Indicadores sociais vs produção de energia.	66
Gráfico 2: Notas de Autoavaliação do Stress.....	71
Gráfico 3: Nivel de Stress.	71
Gráfico 4: Comparativo com o Stress do passado.....	72
Gráfico 5: Doenças e Transtornos Associados ao Stress.	72
Gráfico 6: Comparativo do que criava mais Stress.....	73
Gráfico 7: Relacionamentos considerados mais estressantes.....	73
Gráfico 8: Taxas de divórcio no Brasil.	75

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Consumo de Energia no Brasil (1996)	66
Tabela 2: Maneiras de lidar com o próprio Stress.	74

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	OBJETIVOS	14
2.1	Objetivo geral.....	14
2.2	Objetivos específicos.....	14
3	REVISÃO DA LITERATURA	15
3.1	Design sustentável.....	15
3.2	Justificativa do tema Design Sustentável	19
3.3	Objeto de estudo: sociedade	20
3.4	Justificativa do objeto.....	22
4	CONTEXTO HISTÓRIO	24
4.1	Proletariado e o tempo.....	24
4.2	A lâmpada e a grande ideia.....	31
4.3	O Ford Modelo T correndo com a modernidade.....	32
4.4	A Condição pós-moderna e o fim do modernismo.	36
4.5	A Religião Macintosh.....	47
4.6	Cradle to cradle	51
5	O DESENHO DE SOCIEDADE PELO CAPITAL	53
5.1	A persuasão do capital.....	53
5.2	O Helenismo Feminino.....	57
5.2.1	O que é esperança?	60
5.2.2	O que é a liberdade?	61
5.3	A perversidade do consumo.....	63
5.4	A crise do sujeito.....	68
5.5	Outro produto.....	80
6	CONCLUSÃO	83
7	REFERÊNCIAS	85

1 INTRODUÇÃO

Desde a revolução industrial na Inglaterra, o consumo em larga escala tem posto em risco a perspectiva de futuro da raça humana no planeta. Assim, devido à escassez crescente dos recursos, a sustentabilidade se tornou uma necessidade para o homem contemporâneo. Dentro desta perspectiva, o homem deveria cada vez mais usar os recursos dentro de um limite sustentável. Porém, no entendimento da maioria, movida pelo frenesi do dia a dia e da necessidade de procurar meios de sobrevivência dentro do sistema do capital, adia a compreensão de uma sociedade mais sustentável.

O processo de maturação da sociedade dentro desse panorama tem sido adiado pelo fundamentalismo do consumo, que visa um falso crescimento econômico em detrimento de uma estrutura do capital. A ideia presente é fazer um estudo da relação histórica que o homem criou com os produtos que foram desenvolvidos ao longo da estrutura industrial. É importante ressaltar que a história a ser descrita nesta monografia, não é uma história da arte, nem uma história do design; nem história da arquitetura; nem história do cinema, e sim uma história da relação do homem versos o produto.

Este trabalho demonstra como o sistema do consumo desvia o olhar do design de sociedade mais sustentável, e, como a humanidade, que precisa pensar outra sociedade, adia a reflexão da sustentabilidade devido às relações sociais estabelecidas por ela mesma. De certo modo, o homem está preso em sua armadilha, no entanto, precisa sair dela para sobreviver à próxima crise.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Refletir sobre os principais desafios do designer para absorver a responsabilidade social.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Revisar a historia do design para estudar a relação do homem com o produto.
- Criticar o pensamento capitalista de consumo.
- Analisar a influencia do sistema monetário na crise do bem estar baseado nos bens de consumo.
- Mostrar que o homem hoje é designer de si próprio.
- Refletir sobre o novo papel do homem enquanto produto da sociedade.

3 REVISÃO DA LITERATURA

3.1 DESIGN SUSTENTÁVEL

Entendendo-se o significado de design, tem-se que:

“design significa ter e desenvolver um plano, um projeto, significa designar. É trabalhar com a intenção, com o cenário futuro, executando a concepção e o planejamento daquilo que virá a existir. Criar, desenvolver, implantar um projeto – o design – significa pesquisar e trabalhar com referências culturais e estéticas, com o conceito da proposta. É lidar com a forma, com o feitio, com a configuração, a elaboração, o desenvolvimento e o acompanhamento do projeto.” (MOURA, 2009, p.118 apud PRÉCOMA, 2013, p. 90)

“Em inglês a palavra design funciona como substantivo e verbo (circunstância que caracteriza muito bem o espírito da língua inglesa). Como substantivo significa entre outras coisas: ‘propósito’, ‘plano’, ‘intenção’, ‘meta’, ‘esquema maligno’, ‘conspiração’, ‘forma’, ‘estrutura básica’, e todos esses significados estão relacionados a ‘astúcia’ e a ‘fraude’. Na situação de verbo – to design – significa, entre outras coisas ‘tramar algo’, ‘simular’, ‘projetar’, ‘esquematar’, ‘configurar’, ‘proceder de modo estratégico.’” (FLUSSER, 2007, p. 181 apud FRANZATO, 2010, p. 91)

Assim, pode-se dizer que o designer tem papel significativo na sociedade; pois é capaz de designar, planejar, projetar e pensar o futuro. Deste ponto de vista, é possível compreender que o designer não é apenas aquele indivíduo que estudou para ser designer, mas todo aquele agente social que pensa antecipadamente como será o resultado, ou seja, o designer de produto é todo agente pensante que vislumbra a otimização e criação de um produto para, em teoria, resolver problemas do cotidiano ou criar novos. De certo modo como comenta Manzini o designer tem de abrir mão do seu monopólio da disciplina para poder emprestar a outras. Obviamente que todo processo de criação é tentativa e erro, deste modo este produto ao invés de resolver um problema pode acabar gerando novos.

Na perspectiva do desenvolvimento sustentável, o designer de produto tem a grande responsabilidade de pensar o produto não apenas para o consumo pelas pessoas do presente, mas também para a reutilização dos recursos usados na sua própria confecção em novos produtos para gerações futuras. A aplicação do conceito de sustentabilidade à realidade requer, no entanto, uma série de medidas tanto por parte do poder público como da iniciativa privada; bem como exige um consenso mundial. O Relatório Brundtland (Nosso Futuro Comum, 1991), foi o primeiro a ser elaborado e apresentado na ECO 92 no Rio de Janeiro com a ideia de desenvolvimento sustentável, porém, não havia o entendimento de que o crescimento econômico não refletia o desenvolvimento humano, então, houve a possibilidade

de aproximar ambos, o crescimento econômico e o desenvolvimento sustentável, dentro da reflexão:

“Os governos e as instituições multilaterais tornam-se cada vez mais conscientes da impossibilidade de separar as questões relativas ao desenvolvimento econômico das questões relativas ao meio ambiente: muitas formas de desenvolvimento desgastam os recursos ambientais nos quais se deviam fundamentar, e a deterioração do meio ambiente pode prejudicar o desenvolvimento econômico” (Nosso futuro Comum, 1991, p. 03-04).

No desenvolvimento sustentável pensado pelo Relatório Brundtland pela ONU em 1987, pode-se perceber que não diz respeito apenas ao impacto da atividade econômica no meio ambiente, mas se refere principalmente às consequências dessa relação na qualidade de vida e no bem-estar da sociedade tanto presente quanto futura. Naquela época, havia apenas o entendimento do crescimento econômico, pois não existia a compreensão de desenvolvimento humano. Motivo pelo qual, havia uma preocupação do relatório em ressaltar a necessidade de desenvolver de forma sustentável sem deixar o crescimento econômico de lado. Neste ponto de vista, para o relatório de Brundtland, a necessidade do crescimento econômico era

fundamental para resolver a questão da pobreza, que é o principal inimigo do desenvolvimento sustentável.

No entanto, hoje, já se sabe que o crescimento econômico e desenvolvimento humano são coisas distintas, mas que em alguns casos pode estar relacionado. Este trabalho compreende que o relatório de Brundtland, por ser o primeiro a trazer o pensamento do desenvolvimento sustentável atrelado à necessidade de crescimento econômico, trouxe uma enorme compreensão do impacto do processo de produção para sociedade. Logo, para o relatório, o conceito de desenvolvimento sustentável é:

“O desenvolvimento sustentável- de garantir que ele atenda as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as gerações futuras atenderem também as suas. O conceito de desenvolvimento sustentável tem, é claro, limites - não limites absolutos, mas limitações impostas pelo estágio atual da tecnologia e da organização social, no tocante aos recursos ambientais, e pela capacidade da biosfera de absorver os efeitos da atividade humana. Mas tanto a tecnologia quanto a organização social podem ser geridas e aprimoradas a fim de proporcionar uma nova era de crescimento econômico. Para a comissão a pobreza generalizada já não é inevitável. A pobreza não é só um mal em si mesma, mas para haver um desenvolvimento sustentável é preciso atender às necessidades básicas de todos e dar a todos a oportunidade de realizar suas aspirações de uma vida melhor, um mundo onde a pobreza é endêmica estará sempre sujeito a catástrofes ou de outra natureza.” (Nosso futuro Comum, 1991, p. 09-10)

“O entendimento das necessidades básicas requer não só uma nova era de crescimento para as nações cuja à maioria da população é pobre, como garantia de que esses pobres receberão uma parcela justa dos recursos necessário para manter esse crescimento.” (Nosso futuro Comum, 1991 P.10)

“Para que haja um desenvolvimento global sustentável é necessário que os mais ricos adotem estilos de vida compatíveis com os recursos ecológicos do planeta.” (Nosso futuro Comum, 1991, p.10)

Há uma preocupação do relatório de Brundtland, do aumento populacional intensificar a pressão sobre o planeta. Esta preocupação é devido à elevação dos padrões de vida da sociedade, pois este padrão de vida deve estar em harmonia com o potencial produtivo do ecossistema. Deste modo, a troca de informação mútua entre os países é necessária para trazer o maior entendimento do planeta, e assim poder usar o capital ambiental com uma maior racionalidade com o ecossistema. Este entendimento da sociedade desenhada pelo processo de industrialização precisa mudar, pois não tem como todos viverem no mesmo planeta com um padrão de vida alto, porém, é difícil desassociar o processo de industrialização do processo de distribuição de renda.

“Muitas das necessidades humanas básicas só podem ser atendidas por bens e serviços industriais, e a transição para o crescimento sustentável deve ser estimulada por um fluxo contínuo de riqueza proveniente da indústria.” (Nosso futuro Comum, 1991, p.18)

“No início do século, nem o número de seres humanos, nem a tecnologia eram capazes de alterar radicalmente o sistema planetário no findar do século, não só o imenso número de seres humanos e suas atividades são capazes disto, como estão ocorrendo mudanças inesperadas na atmosfera, nos solos, nas águas, na flora e na fauna, assim como nas relações entre todos eles. O ritmo da mudança vem suplantando os conhecimentos científicos e nossa capacidade atual de avaliação e aconselhamento. Vem frustrando as tentativas das instituições políticas e econômicas de se adaptarem a um mundo diferente, mais fragmentado. E causa enorme preocupação às várias pessoas que buscam maneiras de inserir essa questão.” (Nosso futuro Comum, 1991, p.24-25)

Esta mudança que foi gerada inicialmente pela revolução industrial, foi levada para outros países através do processo de globalização, e este ônus do desenvolvimento, enfrenta evidentes ameaças à vida dentro desses novos ecossistemas. Porém, a necessidade de diminuição da pobreza através do processo de industrialização faz com que estes países enfrentem processos de desertificação, desmatamento e poluição, para crescerem economicamente.

“[...]Compete a todas as nações fazer algo para alterar essas tendências e corrigir um sistema econômico internacional que aumenta em vez de reduzir a desigualdade, que aumenta em vez de reduzir o número de pobres famintos. [...]” (Nosso futuro Comum, 1991, p.24-25)

“[...]Há muitas maneiras de uma sociedade se tornar menos capaz de atender no futuro as necessidades básicas de seus membros – a exploração excessiva dos recursos é uma delas. Dependendo da orientação do progresso tecnológico, alguns problemas imediatos podem ser resolvidos, mas podem surgir outros ainda maiores. Uma tecnologia mal empregada pode marginalizar amplos segmentos da população. [...]” (Nosso futuro Comum, 1991, p.47)

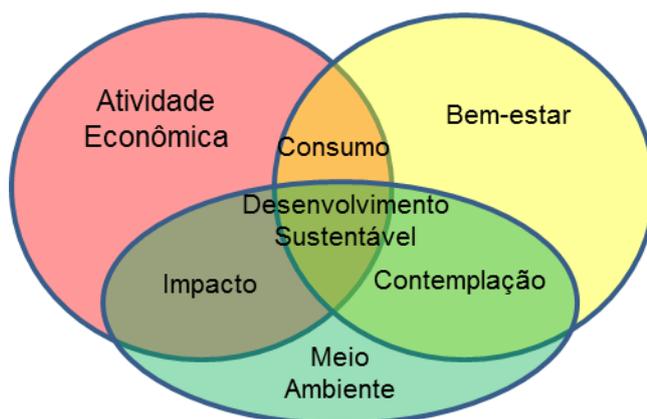
“[...]Não é que de um lado existam visões e de outro vítimas. Todos estariam em melhores condições se cada um considerasse os efeitos de seus atos sobre os demais. Mas ninguém está disposto a crer que os outros agirão desse modo, e assim todos continuam a buscar seus próprios interesses. [...]” (Nosso futuro Comum, 1991, p.50)

“[...]A pobreza reduz a capacidade das pessoas para usar os recursos de modo sustentável, levando-as a exercer maior pressão sobre o meio ambiente. [...]” (Nosso futuro Comum, 1991, p.52)

Dessa forma, o relatório de Brundtland entende que o desenvolvimento sustentável só é possível com o fim da pobreza, e de certo modo, este fim vem com a industrialização. Neste

sentido, a atividade econômica, meio ambiente e bem-estar da sociedade, formam o tripé básico no qual se apoia a ideia de desenvolvimento sustentável, como mostra a figura 1. É dentro desta perspectiva de desenho da sociedade, que este trabalho busca se encaixar dentro de um tripé de desenvolvimento sustentável proposto pelo Relatório de Brundtland.

Figura 1: Perspectiva de sociedade sustentável.



Fonte: Elaborada pelo autor.

3.2 JUSTIFICATIVA DO TEMA DESIGN SUSTENTÁVEL

“Numa primeira assunção, Design é considerado arte e, por isso, nada tem a haver com a Ciência. Como já houve oportunidade de mencionar, o Design encontra-se, muitas vezes, associado a aspectos estéticos, o que nos leva a questionar se Design é arte ou é Ciência. Na verdade, definir Design como uma Ciência ou como uma arte é controverso, porque Design como actividade é, simultaneamente, arte e Ciência. “Perhaps, ‘design’ rather than ‘art’, can play a more powerful and appropriate role in bridging the communication gap” (Wheeler et al, 2007:10 apud SANTOS, 2011, p.31).

O tema Design Sustentável presente neste trabalho vem do ponto de vista do design social, “aquele que contempla as questões socioambientais globais como necessidade de consumo, equidade, ética, impacto social e eficiência total do recurso, além dos objetivos tradicionais do ecodesign” (Lewis; Gertsakis, 2001 apud SILVA, 2007). “Aquele que promove a capacidade do sistema produtivo de responder à procura social de bem-estar utilizando uma quantidade de recursos ambientais drasticamente inferior aos níveis atualmente praticados” (Manzini; Vezzoli, 2002 apud SILVA, 2007). “A mudança de padrões éticos, que sempre foram regidas por interesses políticos e econômicos, e as regras sociais e éticas de convívio e conduta não evoluíram em justa proporção com as técnicas de domínio e controle da natureza” (Bobbio, 2000 apud SILVA, 2007).

Existe, então, uma carência social cada vez mais profunda na produção de indivíduos mais racionais com seu ecossistema. Assim, o tema não é apenas o design, mas o design do ponto de vista sustentável, pois é certo dizer que definitivamente o ecossistema está entrando em um verdadeiro colapso devido a exploração irracional do meio ambiente. O fator principal para este trabalho ter como tema a sustentabilidade é para entender o design não do ponto de vista da causa e efeito, mas de uma visão mais holística das relações do designer com a sociedade.

“[...] onde “todos projetam”, onde as capacidades de design são, por necessidade, particularmente difusas (Giddens 1990, 2000). De fato, gostando ou não, todos os dias as pessoas devem projetar e reprojeter seus negócios, sua vizinhança, suas associações e seus modos de vida. O resultado é uma sociedade que se mostra como trama de redes projetuais: um complexo e entrelaçado sistema de processo de design que evolui indivíduos, empreendimentos, organizações não lucrativas, instituições locais e globais que imaginam e colocam em prática soluções para uma variedade de problemas sociais e individuais.” (Tuomi, 2003; von Hippel, 2004 apud MANZINI, 2008 p. 96).

“[...]Os designers sempre criaram pontes entre a sociedade e a tecnologia. Até agora, mantiveram seu foco principalmente na inovação técnica e, a partir das novas oportunidades que ela oferece, desenvolveram artefatos com algum significado social. Esse modo de fazer, isto é, esse modo de cruzar essas pontes, permanece válido. Mas, agora, a mesma ponte deve ser cruzada em outra direção: é necessário olhar para a inovação social, identificar os casos promissores, utilizar sensibilidades, capacidades e habilidades de design para projetar novos artefatos e indicar novas direções para inovação técnica. [...]” (MANZINI, 2008 p. 98).

“[...] uma nova atividade de designer está emergindo, convidando os designers a exercerem um novo e fascinante papel. Aceita-lo significa reconhecer positivamente que não é mais possível manter um monopólio sobre o designer. Se bem compreendida, esta mudança no papel dos designers na sociedade não significa uma redução mas, pelo contrário, uma valorização. [...]” (MANZINI, 2008 p. 98).

3.3 OBJETO DE ESTUDO: SOCIEDADE

Os conceitos de sociedade entre autores são bem específicos para o que determina a criação ou predisposição de uma sociedade, por exemplo: Durkheim (2002), observa que o homem que pertence ao um determinado grupo passa a seguir determinadas regras.

“[...] Uma moral é sempre obra de um grupo e só poderá funcionar se esse grupo proteger com sua autoridade. Ela é feita de regras que comandam os indivíduos, que os obrigam a agir de uma determinada maneira, que impõem limites a suas inclinações e os impedem de ir mais longe. [...] Na medida em que o indivíduo é abandonado a si mesmo, na medida em que ele está livre de toda coerção social, ele está livre também de toda coerção moral. [...] Mas

uma moral não se improvisa. Ela é obra do próprio grupo ao qual deve aplicar-se. Quando ela falta, é porque esse grupo não tem coesão suficiente, porque não existe suficientemente como grupo, e o estado rudimentar de sua moral não faz se não exprimir esse estado de degradação.” (DURKHEIM, 2002, p.9 e p.17)

Desta forma, seguindo o conceito de Durkheim (2002), é possível refletir: o indivíduo é produto do grupo, e sendo ele pertencente à sociedade que cria as regras, pode ele mesmo vir a alterá-las. Do contrário, ele não é um agente de seu destino e não possui escolhas livres. Ou seja, se considerarmos que ele é sim um agente do seu destino, pode ele mesmo vir a contribuir com a sociedade e ao mesmo tempo ser fruto dela, e também pode torná-la mais coesa. Seguindo esta linha de pensamento, não é um único indivíduo que altera a sociedade, mas é toda sociedade que altera o indivíduo; pois se seu julgamento e atitude não tiverem significado para esta sociedade, pode-se supor que este pensamento e atitude serão descartados, do contrário, se a sociedade entender o significado do julgamento e das atitudes dos indivíduos irão segui-las; desta forma, este terá alterado a sociedade, mas nunca o teria feito sozinho. Portanto, uma única pessoa não poderia passar a diante seu pensamento e atitudes se não tiverem significativo ou relevância para a sociedade.

Para Marx (1983) a sociedade sendo heterogênea, é constituída por classes sociais que se dividem entre os que possuem o controle dos meios de produção e os que possuem a força de trabalho, o proletariado. Neste contexto, o capitalista acumula bens materiais, enquanto que o bem-estar coletivo é secundário. Numa sociedade dividida em classes, o trabalhador troca sua força de trabalho pelo salário, que é suficiente apenas para ele e sua família se manterem vivos, enquanto que o capitalista acumula capital (lucro) através da mais valia.

A exploração do proletariado pelo capitalista é percebida através da mais-valia. Na mais-valia a produção é superior ao que o proletário recebe de salário, ou seja, a produção chega até um patamar onde o capital empregado para a mesma, paga todo seu funcionamento e a partir deste patamar gera o lucro de um determinado produto para o capitalista, que é o proprietário dos meios de produção. Porém, sendo o proletariado dono da sua força de trabalho, e se esta força de trabalho pode ser interpretada de forma numérica como o dinheiro, é possível considerar que esta força de trabalho não está sendo dividida através da venda dos produtos fabricados, pois existe uma disparidade entre o salário pago e o valor do trabalho produzido, logo está ocorrendo assim a mais valia.

Encontrando o meio termo entre as teorias apresentadas de Durkheim (2002) e Marx (1983) chega-se até o pensamento do filósofo Foucault (1999), que faz uma leitura mais contemporânea sobre o conceito de poder na sociedade. Ele diz que:

“[...] o poder não se dá, nem se troca, nem se retorna, mas que ele se exerce e se existe em ata; o poder não é primeiramente manutenção e recondução das relações econômicas, mas, em si mesma, primariamente, uma relação de força. [...] O poder é essencialmente o que reprime. E o que reprime a natureza, os instintos, uma classe, indivíduos. E, quando, no discurso contemporâneo, encontramos essa definição repisada do poder como o que reprime, afinal de contas, o discurso contemporâneo não faz uma invenção. Hegel fora o primeiro a dizer, depois Freud, depois Reich. Em todo caso, esse órgão de repressão é, no vocabulário de hoje, o qualificativo quase homérico do poder. Então, a análise do poder não deve ser antes de mais nada, e essencialmente, a análise dos mecanismos de repressão? [...] se o poder é mesmo, em si, emprego e manifestação de uma relação de força, em vez de analisá-lo em termos de cessão, contrato, alienação, em vez mesmo de analisá-lo em termos funcionais de recondução das relações de produção, não se deve analisa-lo antes e acima de tudo em termos de combate, de enfrentamento ou de guerra? Teríamos, pois, diante da primeira hipótese - que é: o mecanismo do poder é, fundamental e essencialmente, a repressão -, uma segunda hipótese que seria: o poder é a guerra, é a guerra continuada por outros meios. [...]” (FOUCAULT, 1999, p.21-22).

Sendo a guerra uma arte de dominação que subjuga o perdedor às suas normas e condições, pois este é o argumento último da relação de poder sobre o fato social entre povos, é possível considerar que a arte da guerra tem por fim, segundo Sun Tzu (2002), a paz, ou seja, o não enfrentamento. Porém, seguindo o pensamento contemporâneo de não guerra é possível observar essa relação de poder nas relações sociais atuais, principalmente do ponto de vista capitalista visto por Marx (1983).

“E, se e verdade que o poder político pára a guerra, faz remar ou tentar fazer reinar uma paz na sociedade civil, não e de modo algum para suspender os efeitos da guerra ou para neutralizar o desequilíbrio que se manifestou na batalha final da guerra. O poder político, nessa hipótese, teria como função reinserir perpetuamente essa relação de força, mediante a uma espécie de guerra silenciosa [...]” (FOUCAULT, 1999, p.23).

3.4 JUSTIFICATIVA DO OBJETO

Para justificar o objeto de estudo, que é a sociedade, é necessário entender como os conceitos de sociedade, sustentabilidade e design podem se acomodar dentro da proposta desse trabalho. Assim, é importante entender os pensamentos de Deleuze (1992) e Manzini (1993, apud SANTOS, 2011), que dizem:

“[...] Os conceitos se acomodam uns aos outros, superpõem-se uns aos outros, coordenam seus contornos, compõem seus respectivos problemas, pertencem à mesma filosofia, mesmo sem ter histórias diferentes. Com efeito, todo conceito, tendo um número finito de componentes, bifurcará sobre conceitos, compostos de outra maneira, mas que constituem outras regiões do mesmo plano, que respondem a problemas conectáveis, participam de uma concriação. Um conceito não exige somente um problema

sob o qual remaneja ou substitui conceitos precedentes, mas uma encruzilhada de problemas em que se alia a outros conceitos coexistentes.” (DELEUZE, 1992, p.30).

“[...]design significa, hoje em dia, dar início a novas sequências formais. [...] O design implica a capacidade de nos movermos através desta rede de modelos sobrepostos e conexos, negociando pontos de convergência entre organismos sociais, debatendo e determinando a cada instante, finalidades e significados” (MANZINI, 1993, p. 54 e p.55, apud SANTOS, 2011, p.25).

Logo, se as teorias de Durkeim (2002), Marx (1983) e Foucault (1999) forem pensadas de forma simultânea em planos no espaço, assim como diz Deleuze (1992), e essas teorias se tocarem e formarem interseções, é possível observar que elas estão relacionadas e pensam a sociedade: Durkeim (2002), por meio de regras; Marx (1983) por meio das classes sociais; Foucault (1999) por meio do poder. Esta intercessão de planos formularia a ideia de que a sociedade, formada de camadas sociais, precisa de regras para que a relação de poder sobre a camada com menos capital ocorra.

Alguns pensamentos elegem uma matriz para ser formulado, e isto não significa que este pensamento esteja errado ou falacioso; pois se apurado com atenção, é possível observar que seus planos se tocam criando conceitos mais elaborados. A sociedade é objeto de estudo deste trabalho, por ficar entendido que esta é ponto de partida para a mudança de paradigma que vai tornar o sistema social mais sustentável. O fato é que este tipo de mudança ocorre de maneira lenta, progressiva e caótica.

Segundo Edward Norton Lorenz (1917-2008), pensador da teoria do caos, os fenômenos aparentemente simples têm um comportamento tão caótico quanto a vida. O pensamento de Edward Norton Lorenz é que um pequeno gesto como "o bater das asas de uma borboleta no Brasil causasse, tempos depois, um tornado no Texas".

Sendo o design um membro da sociedade, pode ser ele o responsável pelo bater de asas da borboleta? Pode este gerar as mudanças dos fatos sociais? É possível, desta forma, deslumbrar uma possível mudança do paradigma em favor de uma sociedade mais sustentável através de um re-design da sociedade e de seus produtos? Porém, será ele mesmo, o design, aquele que estudou tal arte, o impulsionador desta mudança? Ou será outro profissional responsável por esta mudança? De fato, este agente “design” pode vir de qualquer lugar, de qualquer camada social. É necessário estudar como a relação homem versus produto nasceu e, quais foram os principais produtos e agentes sociais que dinamizaram essa estrutura do capital e a transformou no que aí está.

4 CONTEXTO HISTÓRIO

4.1 PROLETARIADO E O TEMPO

Desde a revolução industrial na Inglaterra (século XVIII), o homem moderno, e depois o pós-moderno, teve sua luta contra o tempo iniciada devido à grande concorrência gerada pelas máquinas, e à velocidade com que estas produziam os produtos. Havia então, promessa de que o processo industrial trouxesse a possibilidade de fazer com que todos pudessem obter os produtos necessários para sobrevivência através da produção industrial.

É lamentável observar que, apesar dessa revolução ter, de certa forma, alcançado este objetivo dentro de uma escala do capital, trouxe também muitos outros problemas e outras necessidades que torna todo o sistema em um consumidor voraz, entrando em desacordo com o meio ambiente. Antes da revolução industrial, por exemplo, o sapateiro demorava 18h para produzir um sapato, pois ele realizava todas as etapas de produção. Este serviço era de excelente qualidade com bons materiais e acabamentos que valorizava seu trabalho. Porém, este produto final de excelência, tinha pouca oferta, custava caro e poucas pessoas podiam comprá-lo.

Já no processo de produção industrial, de divisão das etapas do trabalho e com a máquina realizando ou ajudando algumas destas etapas, o sapato poderia estar pronto a cada 20 minutos. Desta forma, o homem produzia mais por causa da máquina e da divisão do trabalho e por isto a sua produtividade cresceu. E desta forma, o homem moderno que é industrializado pode vender mais produtos, por causa do aumento da oferta, consequentemente o preço do produto diminui, o deixando mais acessível para aqueles que possuíam pouco capital.

O processo de industrialização tem sua força motora baseada no trabalho da máquina. Segundo o documentário - Revolução industrial na Inglaterra, três máquinas vão ser de fundamental importância para impulsionar a industrialização, são elas: a máquina de tear manual (figura 2), o tear mecânico e a máquina a vapor (figura 3). A máquina de tear manual é um grande exemplo de como o ser humano não tem como competir com a máquina; as primeiras máquinas poderiam substituir sozinha o trabalho de 100 homens, por isto, após a invenção da primeira máquina de tear por James Hargreaves (1720-1778), os seus colegas de trabalho, com medo de perderem os seus empregos, a destruíram. Mas o processo de industrialização era inevitável e James Hargreaves não desistiu de sua máquina.

Com a construção da primeira máquina de tear manual, abriu-se caminho para novas ideias que ajudaram no processo de fabricação de tecidos; como no caso do tear mecânico,

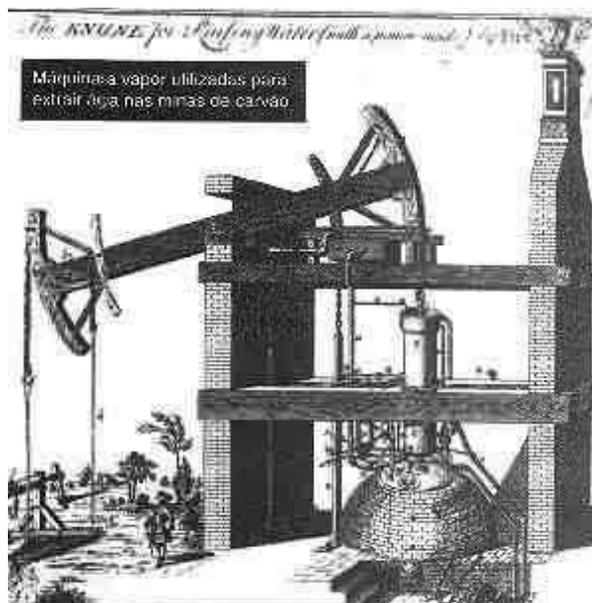
que foi inventado pelo Reverendo Edmund Cartwright (1743-1823). Antes, a máquina de tear necessitava do trabalho braçal para funcionar, já o tear mecânico usava a força da água para funcionar. Deste modo, o tear mecânico dispensou o trabalhador desta função. Hoje, esse processo de substituição da mão de obra humana pela máquina, ganhou outro significado através do processo de globalização.

Figura 2: Máquina de fiar.



Fonte: Infopedia @, 2015.

Figura 3: Máquina à Vapor



Fonte: Apoioescolar24horas @, 2015.

O tear mecânico era muito grande e muito caro para ser usada nas casas dos tecelões, abrindo o novo paradigma no sistema doméstico de manufatura, que predominava na Inglaterra naquela época. A partir de então essas máquinas foram colocadas em grandes

galpões e os trabalhadores passaram a trabalhar dentro de um novo sistema de fabricação. Desde então, o tecelão deixou de trabalhar em sua casa e passou a trabalhar em um lugar e morar em outro. Antes da estrutura fabril estes operários trabalhavam para o mestre tecelão, que continha a técnica e a estrutura onde residiam, e mantinham os trabalhadores em uma estrutura rudimentar, manufaturada, e de certo modo familiar e de subsistência; provocando estranheza nesses operários que passaram a trabalhar em sistemas de horários nas fábricas.

Neste contexto da revolução industrial o designer William Morris (1833-1896) considerava a máquina para produção têxtil uma ameaça, não pelo aspecto da substituição do trabalho em si, mas o modo como esta estava transformando a vida do homem. Ele entendia que a máquina deveria melhorar a vida das pessoas, logo deveria produzir tecidos dentro de uma cadeia de produção que não maltratasse seu trabalhador. Sua resposta para o processo industrial seria quase como desacelerar o modo como às coisas eram feitas. William Morris então começa a produzir peças mais elaboradas (figura 4) para competir com as grandes produções em massa do século 19.

Figura 4: Peça produzida por William Morris.



Fonte: Dealmasincera.blogspot @, 2015.

Entretanto, a grande máquina que mudaria o rumo da industrialização, é a invenção da máquina a vapor. A máquina a vapor foi inventada pelo mecânico inglês Thomas Newcomen (1664-1729), que criou a máquina para drenar a água acumulada nas minas de carvão em

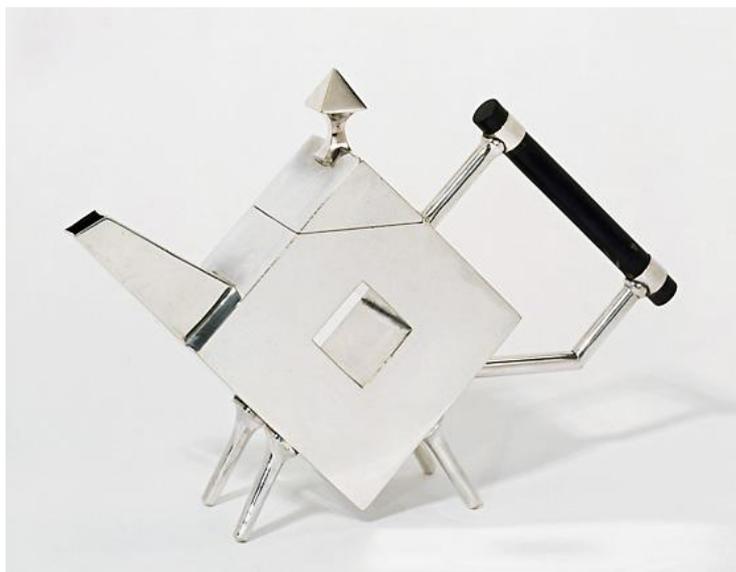
1705; porém, uma dessas máquinas foi levada até a oficina do escocês James Watt (1736-1819) que aperfeiçoou e patenteou em 1781. Seu invento serviu para mecanizar toda a indústria da época. A energia a vapor substituiu, com muitas vantagens, as energias muscular, hidráulica e eólica, até então utilizadas para movimentar as máquinas. Em 1814, o inglês George Stephenson (1781-1848) utilizou a máquina a vapor para impulsionar uma locomotiva, revolucionando os transportes e diminuindo as distâncias. Com o motor a vapor de James Watt e as técnicas de beneficiamentos do aço, a revolução industrial tornou-se um acontecimento inevitável.

Desde o surgimento da Revolução Industrial, em um curto prazo de 100 anos surgiram grandes cidades, pois a necessidade do trabalho nas grandes fábricas fez com que as pessoas migrassem do campo para as cidades. Nesse período, o produtor de tecidos, que antes do advento da revolução industrial era o mestre tecelão, passou a ser o capitalista que possuía muitos teares e era empregador de centenas de trabalhadores.

Porém, outro designer - na contra mão de William Morris, influenciou o processo da industrialização: Christopher Dresser (1834-1904) entende que o processo industrial do ponto de vista do produto, deslumbra novas possibilidades. Christopher Dresser, então, fabrica diversos produtos em escala industrial - antes produzidos pela manufatura dos artesãos; e seus produtos (exemplificado na figura 5), levavam sua assinatura e vendiam seu nome como uma marca. Christopher Dresser modifica o modo de pensar industrial, potencializando e dando um novo significado ao papel do designer.

No início da Revolução Industrial, projetava-se (design) durante o processo de fabricação. Porém, o processo de massificação do marketing não ocorria da mesma forma que no Pós Segunda Guerra nos Estados Unidos, e de certo modo o designer ainda tinha um papel de pouca expressão na indústria da época. Entretanto, é importante observar que surgia a ideia de marketing pessoal do design.

Figura 5: Bule de café de Christopher Dresser



Fonte: Vam.ac.uk®, 2015.

Nesta época, a Inglaterra se transformou na fábrica do mundo no século XIX. Não muito diferente do papel dos Estados Unidos durante as Guerras Mundiais e dos chineses na atualidade. Todavia, o quadro pintado pelo capital na Inglaterra naquela época, não era diferente do de hoje, só que dentro de uma escala de funcionamento menor. Ou seja, enquanto o inglês rico daquela época usufruía de todas as maravilhas, o proletariado vivia em plena miséria. A vida do proletariado na época da evolução industrial era difícil; tinha que trabalhar das 5h da manhã até às 20h, além de ter que competir sua força de trabalho com a da máquina; fato representado no cinema em 1936 através do filme “Tempos Modernos” de Charles Chaplin (figura 6).

Figura 6: Charles Chaplin no filme "Tempos Modernos".



Fonte: Musicaecinema ®, 2015.

A verdade é que este novo poderio econômico e a supremacia do comércio mundial Inglês, não diferentemente de outros sistemas capitalistas, era sustentado pela mão de obra do proletariado que vivia em moradias sub-humanas e em miséria, suportando horas contínuas de trabalho, pois tinham que acompanhar o ritmo da máquina. O homem daquela época vivia em simbiose com suas invenções e pode-se dizer que ainda vive. Mas, é importante perceber que assim como o processo de industrialização tinha a capacidade de reproduzir (copiar) uma mesma peça ou produto em milhares, havia o risco de que esses produtos fossem pirateados, como ainda hoje é possível observar.

No entanto, em 1839, surge a necessidade de criar um sistema de propriedade industrial, para proteger os produtos que eram produzidos pelas fabricas, evitando que eles fossem pirateados. Desde então, a patente mantém o controle do mercado na mão do capitalista que o originou. O processo de industrialização, assim como seus produtos, foi importado para outras regiões, levando seus problemas e seus benefícios materiais.

Foi neste período, que o sistema capitalista fora percebido por Karl Marx (1818-1883) e a luta de classes tornou-se um fato dentro da realidade da revolução Russa; e o processo de

Globalização potencializou os conflitos. Desde então, a luta contra o tempo pelo capital, nesta escala global, foi para reduzir o tempo através de sistemas de transporte, sistemas de comunicação, processo de fabricação; modificando o espaço e a sociedade e transformando o conceito da competitividade de qualidade para quantidade. É a luta do proletariado contra o tempo, para produzir mais em menos tempo, para assim competir com a máquina.

O trabalho entendido como mercadoria, quanto mais se tem à disposição, menor é o seu preço e a sua qualidade. Depois da revolução industrial, o homem construiu novos produtos que potencializaram a luta pela inovação, e que, em teoria, pudessem ajudar no dia a dia. Porém, outros problemas acompanharam de forma caótica essa necessidade do homem de não só facilitar a sua vida, mas também de inventar novas maneiras de ganhar o capital. Maneiras de produzir energia, de comunicar e de transportar, transformaram-se em novas necessidades básicas no mundo cada vez mais globalizado, onde se é possível ganhar dinheiro com esses serviços.

Entretanto, inexoravelmente, o tempo que deveria estar sendo reduzido pelo trabalho das máquinas e pela velocidade da comunicação e transporte, dilata o próprio tempo, fazendo com que o homem, que antes competia com a máquina primitiva, agora tivesse que competir com a máquina moderna, não alterando em nada, ou muito pouco, a sensação de correria e stress gerado pela velocidade com que as coisas acontecem em um mundo cada vez mais veloz. Esta correria, é principalmente para se vender novos produtos e serviços gerados não mais pelo trabalho braçal, e sim pelo trabalho intelectual, hoje, presente principalmente em países desenvolvidos; e nessa forma de trabalho (trabalho intelectual), há a luta contra o tempo pelo serviço mais rápido e de melhor qualidade.

Porém estas propostas entre tempo e qualidade é inversamente proporcional, pois quando se executa um serviço com maior rapidez, este serviço será de menor qualidade quando comparado ao mesmo serviço executado com menos tempo. A partir daí, procurou-se equilibrar tempo e a qualidade, ambos sendo cotados pelo capital. Ou seja, quem tem mais capital compra o de melhor qualidade e com obsolescência programada maior; e quem tem menos, se contenta em comprar o de menor qualidade e com obsolescência programada menor.

O homem contemporâneo ou o homem pós moderno, assim como não sabe se é objeto ou sujeito, também não sabe se é proletariado ou capitalista, pois durante seu dia a dia, pode experimentar as duas posições, criando mais uma confusão na contemporaneidade.

“Até hoje, não existiu diferença entre industrialismo e desenvolvimento. Seja em um tigre asiático, no Chile, em Cuba, ou na Hungria, a ideia de desenvolvimento estará sempre associada ao progresso da industrialização. Pode-se dizer, inclusive, que o liberalismo e o socialismo são as duas faces ideológicas dessa mesma moeda. E é esta a utopia que entrou em crise depois de ter prestado grandes serviços, por dois séculos, aos mais diversos tipos de formações sociais”. (VEIGA, José, 1991)

4.2 A LÂMPADA E A GRANDE IDEIA

A grande ideia surgiu. Foi apresentada, em 1879, a lâmpada incandescente fruto do trabalho árduo de Thomas Edson (1847-1931) que após tantos fracassos chegou à conclusão: “Fracassos? Não sei do que falas, em cada experiência descubro um dos motivos pelo qual a lâmpada não funciona. Agora sei mais de mil maneiras de como não fazer a lâmpada.” Dentro deste ideal, surgiu a invenção da lâmpada e de todo o processo de inovação tecnológica para se fazer uso desta invenção.

Assim, com o advento da lâmpada veio um emaranhado de fios, conexões, circuitos, grandes usinas para produção de energia. Após Thomas Edson anunciar que havia conseguido fazer um filete da lâmpada durar 1000h, houve grande esforço humano para se projetar um filete ainda mais resistente. Desde então foram feitas lâmpadas que duravam anos; porém, à medida que as lâmpadas foram ganhando mais longevidade, foi-se percebendo que este processo de aumento de longevidade da lâmpada descapitalizava as indústrias produtoras de lâmpadas. Como nem todos tinham acesso aos meios de se ganhar o capital, nem todos poderiam comprar a lâmpada.

Dentro deste quadro econômico, rapidamente as lâmpadas eram consumidas por um pequeno mercado consumidor. Por ter uma grande longevidade, a lâmpada demorava muito para aqueles que possuíam o capital, tivessem a necessidade comprar uma nova. Como o crédito não era fácil, quem não tinha o capital não poderia comprar a lâmpada; e normalmente estes indivíduos viviam, ou de uma agricultura de subsistência ou do favor alheio. Neste mercado limitado, a produção em série de lâmpadas com uma vida útil longa era obsoleta. Então, havia a necessidade de que a lâmpada tivesse uma vida útil pequena para assim ter uma rotatividade no consumo necessário para manter a produção e o mercado do produto.

Neste momento, surge, pela necessidade de sobrevivência no mercado, um cartel das produtoras de lâmpadas para a redução da vida útil das lâmpadas. No documentário “A história secreta da obsolescência programada” o historiador Helmut Hegel de Berlim tenta provar a existência deste cartel. O fato é que as horas de vida útil das lâmpadas foram

reduzidos e se deixou de pesquisar lâmpadas que durassem mais; e hoje é possível perceber que elas duram muito menos que alguns anos atrás. Recentemente, o espanhol Benito Morus criou uma lâmpada para durar mais de 100 anos; porém, já existe uma lâmpada que dura 100 anos residindo na central de bombeiros na Califórnia (figura 7) tendo sido instalada em 1901; logo, o fato é que ele não criou nada de novo, apenas demonstrou mais uma vez, que é possível. Desde então, a lâmpada de 60 watts funciona 24 horas por dia, operando com cerca de 4 watts.

Figura 7: Lâmpada do Corpo de Bombeiros na Califórnia



Fonte: Jmc®, 2015.

Benito Morus, que é presidente do *Sin Obsolescencia Programada* (SOP), criou um novo tipo de lâmpada com a intenção de evidenciar a questão, e seu argumento é que os produtos que duram mais se usam menos matéria prima na confecção de novos. Do ponto de vista da sustentabilidade este argumento parece ser correto, porém, é possível notar que apesar de se gastar menos matéria prima esta política desestrutura as bases do capitalismo e da sociedade contemporânea. É possível perceber que os produtos que são adquiridos hoje, duram bem menos que aqueles produtos feitos há alguns anos atrás. De fato os designs e engenheiros são propensos a desenhar produtos com menos vida útil e de baixo custo de confecção devido à necessidade de manter as fábricas funcionando.

4.3 O FORD MODELO T CORRENDO COM A MODERNIDADE.

Henry Ford foi um revolucionário de sua época, com o capital inicial de 28 mil dólares o equivalente hoje a 700 mil dólares, ele funda na cidade de Detroit a Ford Motor Company, em 16 de julho de 1903. A revolução de Ford estava na capacidade de produzir carros,

produzindo 15 carros por dia. O primeiro automóvel desenvolvido por Ford foi o modelo A, porém, foi após abertura da 1ª filial fora da América que a Ford consegue lançar o Modelo T (figura 8) em 1908, sendo o primeiro veículo no qual Henry Ford pode introduzir suas ideias revolucionárias.

Figura 8: Linha de produção do Modelo T



Fonte: Site da Ford®, 2015.

O modelo T era um veículo extremamente simples e confiável, de construção robusta que revolucionou o conceito do carro. O seu processo de produção era extremamente rápido para a época; com custo de produção baixo, o automóvel era produzido em larga escala, e deste modo, aumentou a oferta, obtendo um baixo valor no produto final, chegando a custar US\$ 825,00. Rapidamente o Modelo T estava nas ruas de todo o mundo. O Modelo T popularizou o uso do carro, logo, outras montadoras foram seguindo o exemplo da Ford e o carro passou ser uma realidade nas cidades.

Com o advento do carro, as cidades ganharam uma nova configuração funcional, que antes da flexibilidade no espaço proporcionado pelo automóvel não era possível. O movimento moderno surge não apenas de um contexto da funcionalidade da época, mas de todo o benefício possibilitado pelas inovações de Henry Ford. Sua linha de produção revolucionou a indústria, sendo copiadas por outras empresas de diversos produtos.

A modernidade é fruto de todo desenvolvimento tecnológico da época, e tem no automóvel, nas suas máquinas e invenções, a fonte de inspiração dos grandes artistas da época. A mudança fundamental da modernidade na arte é a mudança do pensamento de como as coisas eram produzidas, e neste ponto de vista, a arte vai sofrer um grande golpe. Antes da revolução industrial o homem era mais independente intelectualmente e a arte cumpria uma função que ia além da estética.

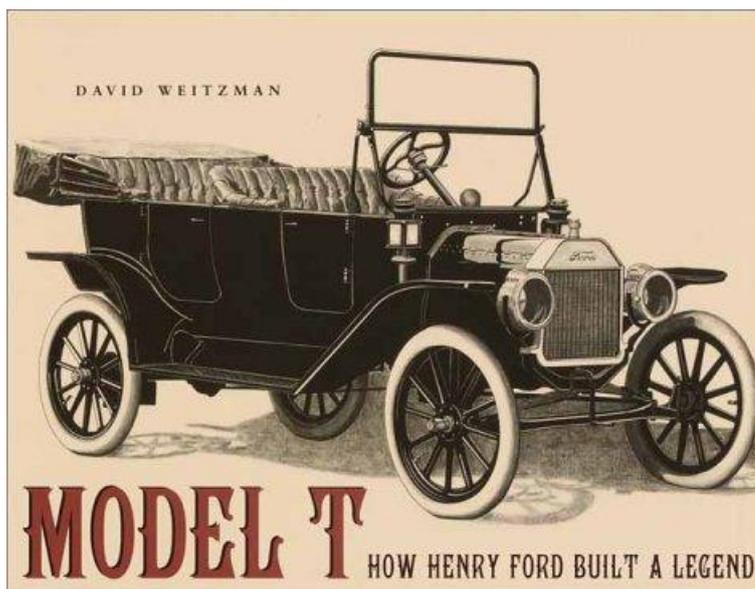
A algum tempo atrás, o artista, além de produzir peças de arte, também produzia produtos; assim, estes produtos também eram arte. Esta compreensão de arte vem da compreensão grega de que a arte tem um fim em si mesmo, ou seja, a finalidade da arte para os gregos estava relacionada também a técnica; neste sentido, o artesão também é um artista para o grego. Por exemplo, uma cadeira quando executada através das técnicas de marcenaria, tem uma finalidade em si mesma que é a de sentar. Neste sentido, a cadeira também era arte para o grego

No entanto, com advento do processo de industrialização, o artesão perdeu esta função de artista, assim como no processo de descoberta da fotografia o pintor perdeu sua função de fotografar através da pintura; e neste momento a arte plástica desenvolveu outras características para continuar sobrevivendo. O artesão perdeu a função de criação e desenvolvimento daquele produto e passou a fazer apenas uma parte do todo; porém, dentro deste contexto, assim como as artes plásticas desenvolveram outras capacidades para sobreviver, o artesão acabou desenvolvendo outras maneiras de sobreviver, hoje é possível dizer que o grande artesão dentro do processo de industrialização é o design.

O modelo T da Ford possuía características muito simples, praticamente era uma carroça motorizada, assim como os carros da época; porém, sua otimização de técnicas construtivas o fazia barato e acessível para maioria das pessoas, democratizando o uso do automóvel. Apesar de um design simples e funcional, as características que marcam o design do Ford Modelo T é o desenho de seus para-lamas que marcam a dianteira do carro com o farol arredondado e radiador exposto. O desenho do carro segue as características do jargão reproduzido pelo movimento moderno, funcionalidade.

Pode-se dizer, que o Modelo T influenciou o movimento moderno e o surgimento do design. Logo, a expressão “funcionalismo”, que foi inspirada nas máquinas que começaram a surgir após o avanço tecnológico, proporcionado pela revolução industrial, foi o slogan da escola que iria fundar o designer na Alemanha, a Bauhaus, fundada por Walter Gropius (1883-1996) em 1919. A figura do designer aparece nessa escola, onde a engenharia e as artes começam a andar juntas e o Modelo T (figura 9) é uma prova da necessidade de uma busca pela arte, pois apesar de seu desenho ser simples e funcional, não é um carro com um designer de bom gosto, pois nele faltou o repertório e o conhecimento das artes.

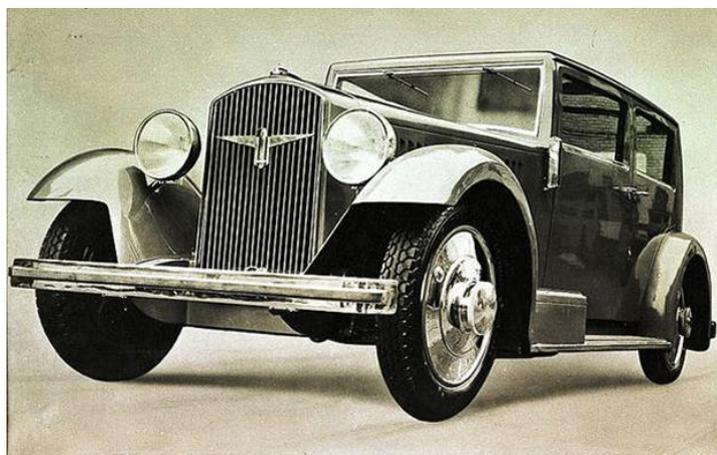
Figura 9: Anuncio do Modelo T



Fonte: Google Images ®, 2015.

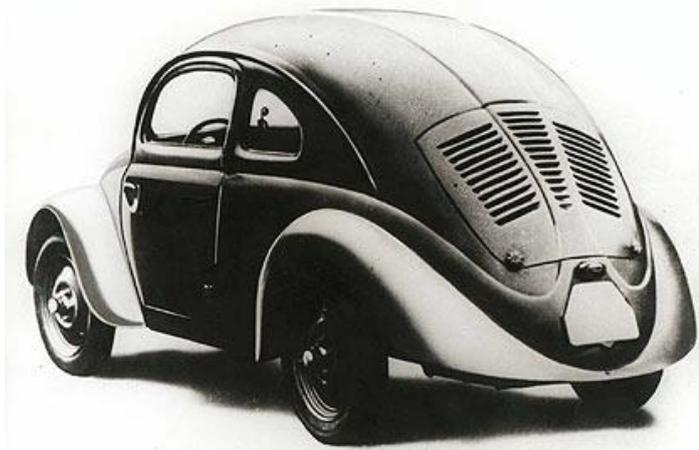
É possível perceber que o designer do Modelo T é uma construção do que haveria de ser o carro moderno desenhado (figuras 10 e 11), por exemplo, pelo próprio Walter Gropius, o Adler. Até então, a mudança evolutiva do desenho da carroça até chegar ao que seria o desenho do automóvel teria o entendimento da forma do Modelo T. O movimento moderno assim como o Modelo T surgiu de uma necessidade de mudança no paradigma das classes e a nova necessidade do trabalho dentro das dinâmicas da cidade. As estruturas que ali estavam não representavam as exigências da nova sociedade que se formava dentro das estruturas da velha cidade e da velha sociedade que almejavam algo novo. Essa busca pelo novo, fez surgir diversos movimentos políticos, do socialismo russo ao extremismo do nazismo alemão.

Figura 10: Carro da Adler desenhado por Walter Gropius



Fonte: Revistaveneza ®, 2015.

Figura 11: Modelo Fusca desenhado por Porsche



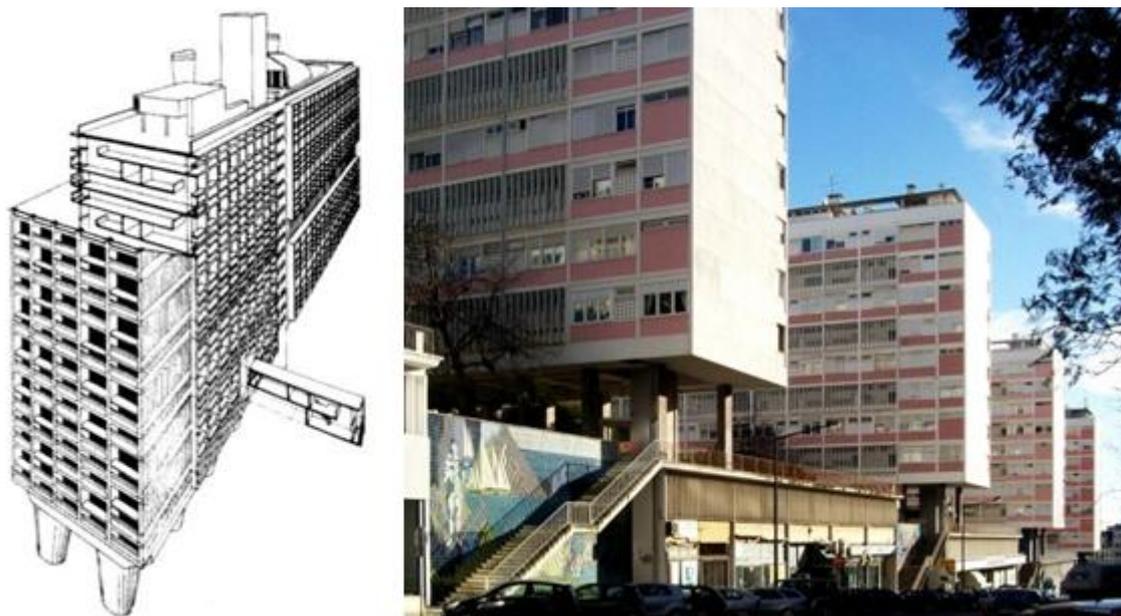
Fonte: AndreCerberus ®, 2015.

4.4 A CONDIÇÃO PÓS-MODERNA E O FIM DO MODERNISMO.

Com avanços da ciência e da tecnologia, a grande precursora da sociedade moderna foi a ciência. No entanto, no final da Segunda Guerra mundial, em meados de 1945, após alguns anos é instalada no mundo, a Guerra Fria entre Estados Unidos e União Soviética, ambos ganhadores da Segunda Guerra. Porém, os dois tinham regimes econômicos distintos: União Soviética era Socialista, e Estados Unidos, Capitalista. Logo, as duas forças começaram a competir no mundo para ditar qual regime era o melhor.

Com o advento do Movimento Moderno (figuras 12), a necessidade da larga escala do funcionalismo, vigora inspirado pelo cientificismo e pela ideia socialista, pois, apenas a larga escala do modernismo, poderia dar conta de toda à destruição que havia ocorrido no mundo europeu após a Segunda Guerra.

Figura 12: Condomínio Habitacional em Portugal.



Fonte: Vitruvius®, 2015.

Após anos de confrontos entre capitalismo e socialismo, em diversos países foram instaurados regimes ditatórias para tentar controlar o frenesi da sociedade da época, que vivia a discursão da dualidade entre os dois regimes. No entanto, com a queda do muro de Berlim, foi marcado o fim dessas lutas e a do próprio socialismo que resiste apenas em alguns dos países.

No entanto, em meados de 1960, na cidade de Las Vegas, um Arquiteto chamado Robert Venturi percebia que a necessidade do mercado fazia com que as construções obtivessem outra configuração que a tornassem mais rápidas na sua execução; para isto, a cidade de Las Vegas passou a construir galpões ao invés das construções funcionais do modernismo. A decoração que antes fora abandonada pelo modernismo, agora passou a decorar os galpões para torná-los mais persuasivos, desmistificando o funcionalismo da época.

A possibilidade de se usar o mesmo galpão para outras funções abolia o lema moderno de que a forma deveria seguir a função; agora a forma passa a ser definitiva e a função tem a possibilidade de mudar. Venturi também percebeu, após ter visto uma granja em forma de pato (figura 13), que a arquitetura seguia a lógica mercadológica, ou seja, a própria arquitetura vai representar o produto que ela está vendendo. Isso, de certo modo, assim como os produtos que eram produzidos na época, criou outra dinâmica na sociedade da época. Com o capitalismo selvagem ditando o mercado, os produtos passaram a ter na forma o poder de

persuasão necessário não somente para cumprir sua função, mas para também persuadir o comprador ou fruidor.

Figura 13 : Duck, granja na região de Vegas



Fonte: Google Images ®, 2015.

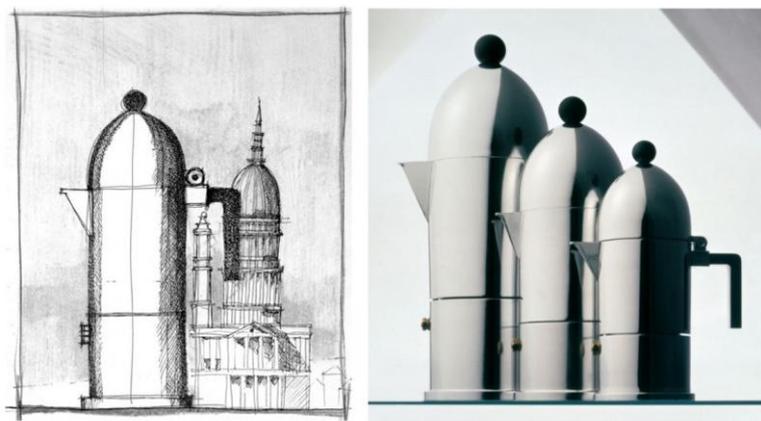
Outro arquiteto e designer que vai compreender a lógica da forma pensada pelo mercado, será o arquiteto Aldo Rossi (figuras 14 e 15). Para ele, o design da arquitetura marca sua história no tempo. Um design de formas simples é conseguido através do estudo prévio da morfologia da cidade, ou seja, o arquiteto consegue achar uma forma básica que remete a uma memória urbana. Esse design de forma simples irá marcar não pela sua complexidade, mas por sua simplicidade, cabendo ao coletivo identificar e reconhecer rapidamente aquela forma. É o design que se mimetiza pela cidade. A cidade torna este tipo de arquitetura mais persuasiva, pois suas formas remetem ao designer de outros elementos marcantes da cidade.

Figura 14: Castelo do Mundo desenhado por Aldo Rossi



Fonte: Angelosaysdotcom ©, 2015.

Figura 15: Cafeteira desenhada por Aldo Rossi



Fonte: Pinterest ©, 2015.

Assim, a mimese persuadiu o fruidor através da forma simples que remete a alguma coisa ou algum lugar. Neste aspecto, Aldo Rossi estava percebendo que a forma não somente segue a função, mas ela define e marca o indivíduo pelo seu valor semiótico no tempo. Este pequeno resumo na mudança do paradigma da forma e sua significância na sociedade, servem para demonstrar que a necessidade da compra, que começa a ficar crescente devido à obsolescência consciente, traz o entendimento de que tudo não precisa apenas se tornar funcional, mas também significativo para assim ser vendável. A arquitetura estava “engatinhando” neste sentido; porém para o design, o processo da pós-modernidade começa com certa antecedência.

A ideia da pós-modernidade no design começa no fim da produção do Modelo T em 1926, sete anos depois da criação da Bauhaus. O fato que poderia marcar o fim do modernismo no design, foi a possibilidade dos concorrentes da Ford descobrirem que eles poderiam fazer mais. Enquanto o Modelo T seguia sua racionalidade funcional, as concorrentes descobriram que elas poderiam usar a linha de montagem de Ford e ainda fazer carros com maiores possibilidades não somente sendo uma carroça motorizada.

O Modelo T democratizou o uso do carro e já havia um novo mercado que ainda não tinha sido pensado por outras montadoras. Já que Ford pode democratizar o uso do carro, os concorrentes ofereceram algo além da carroça, com uma estética mais elaborada ao qual os compradores do antigo modelo T não tinha. Então, os concorrentes ofereceram carros mais persuasivos com uma pintura diferente, um desenho e acabamento mais elaborado, por um preço um pouco maior que Ford.

Esta possibilidade de tornar os produtos mais vendáveis é interrompido pela Segunda Guerra Mundial. Surge, então, uma nova possibilidade de deslocamento com o invento do avião, que vai ter uma enorme importância na guerra, se destacando o design de R.E. Bishop com seu modelo do Mosquito Air Craft (figura 16) do ano de 1940. A sua estrutura leve, feita de madeira compensada, e seu desenho aéreo dinâmico tornaram o Bombardeiro Mosquito ágio, possuindo a manobrabilidade parecida com um caça, podendo atingir a velocidade máxima de 650km/h.

Figura 16: O bombardeiro Mosquito desenhado por R.E.Bishop.



Fonte: Wikipedia ©, 2015.

Com o avião, o homem poderia se deslocar mais rapidamente pelo espaço. O avião possibilitaria chegar mais rápido aos destinos, mesmo possuindo uma grande distância, além de atravessar oceanos e grandes montanhas.

Porém, foi no final da guerra que a pós-modernidade pode começar a tornar-se factível para os designers. Apesar dos avanços alcançados pela Bauhaus para a modernidade, também é possível perceber nesse período toques da pós-modernidade, ao adicionar a função estética e artística nos produtos. Porém, é importante perceber a diferença estabelecida nestes valores estéticos. Por exemplo, no design de Marcel Breuer, o modelo da cadeira MB-118 ou Cesca 118 (figura 17) do ano de 1928 tem a utilização do aço pelo design da cadeira, tornando-a revolucionária pela sua simplicidade e pelo uso do material.

Figura 17: O modelo da cadeira MB-118 ou Cesca 118 de Marcel Breuer

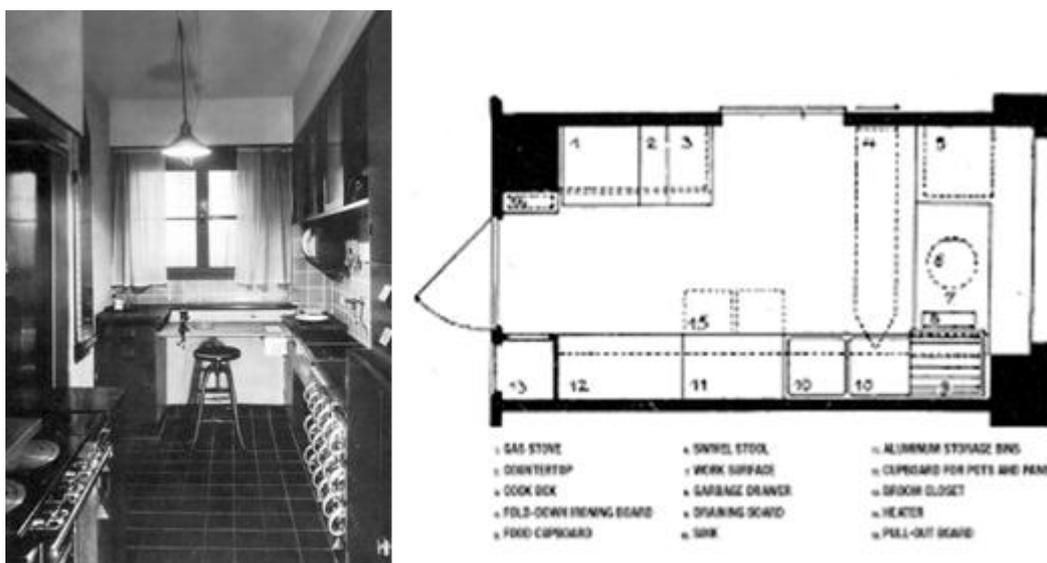


Fonte: Desmol.®, 2015.

O funcionalismo está no uso do aço levando a máxima de Martin Heidegger (1889-1976) de revelar as possibilidades do material em um objeto. Neste sentido, a disposição tubular da cadeira Cesca 118, revela o metal e suas possibilidades, e a possibilidade que o homem tem de manipular aquele objeto. É como a arquitetura brutalista paulista, que não esconde nem reprime o material, revela seu uso e suas possibilidades. O funcionalismo Bauhausiano estava sendo expresso através do uso do material, porém, outra grande

contribuição da Bauhaus foi o design da Margarete Schutte-Lihotzky: o modelo de Frankfurt Kitchen (figura 18) de 1926-7. Esta cozinha revolucionou os constrangimentos causados pelas cozinhas tradicionais da época; pois antes desta cozinha, a cozinheira passava grande parte do processo culinário indo de uma ponta a outra da cozinha; e após os estudos ergonômicos de Margarete ela percebeu que poderia reduzir o tamanho da cozinha e guardar os utensílios seguindo uma lógica de funcionamento que facilitava o processo culinário.

Figura 18: O modelo de Frankfurt Kitchen 1926-7 de Margarete Schutte-Lihotzky



Fonte: Pinterest @, 2015.

O início da ideia de pós-modernidade foi o fim da produção do Modelo T, mesmo ano dos avanços da modernidade realizado pela Bauhaus; isto significa que, assim como os conceitos se acomodam uns sobre os outros, os movimentos podem seguir sua vertente de pensamento em uma mesma linha temporal. Porém, é importante perceber que o fim do Modelo T foi apenas o ponto de partida para a ideia que viria em seguida.

O grande produto que poderia marcar a pós-modernidade no design é uma invenção que vem após a guerra: o plástico. Este produto magnífico que é o plástico revolucionou o processo de fabricação. Assim, o design de Earl Topper do modelo Topperware® e sua linha de embalagens (figuras 19 e 20) revolucionou o modo como poderia se armazenar o alimento. No processo de fabricação, o design sai praticamente pronto, sem necessidade de passar por algum processo de conformação para se chegar à forma desejada.

Figura 19: Linha Topperware desenhado por Earl Topper.



Fonte: Creativepro ®, 2015.

Figura 20: Earl Topper apresentando um modelo Topperware



Fonte: Creativepro ®, 2015.

Esse tipo de material teve uma enorme importância para sociedade. O plástico fez diminuir a linha de produção, já que o produto ocasionava em uma diminuição na mão de obra. Mas seu valor para a pós-modernidade vai além do seu significado para o capitalista, ou para o seu valor funcional e estético. A importância para pós-modernidade da invenção do plástico está na sua capacidade de ser descartável. A descartabilidade do plástico e a criação dos produtos descartáveis irão potencializar os lucros e dinamizar a sociedade através de um novo paradigma do produto e do sujeito.

Rapidamente o plástico foi aplicado em outros produtos, um exemplo a ser citado para esta aplicabilidade está no modelo Sk4 Record (figura 21), player/ Radio dos designers Dieter Rams e Hans Gugelot em 1965. Este rádio é diferente dos rádios da época, pois ele apresenta

a boca de som na frente, tendo os botões de comando por cima, estes botões em plástico apresentam detalhes mais orgânicos e ergonômicos; é um rádio extremamente funcional do ponto de vista da sua ergonomia e extremamente atraente e persuasivo para compra. Os rádios mais antigos como o famoso design de Wells Coates o modelo Ecko Ad 65 (figura 22) de 1928, que, apesar de ter linhas mais simples e expressivas do ponto de vista ergonômico, apresenta seus controles na posição vertical, diferente da posição horizontal do Sk4 no qual o controlador não tem o constrangimento da munheca.

Figura 21: Sk4 Record player/Radio dos designers Dieter Rams e Hans Gugelot.



Fonte: IainClaridge®, 2015.

Figura 22: O modelo Ecko Ad 65 de Wells Coates.



Fonte: Denhams®, 2015.

Após uma década da criação do plástico, pode-se ter, através do processo de inovação, a aplicação de suas potencialidades em um produto. Pode-se considerar, então, que havia um preparo para pós-modernidade até o modelo Sk4, porém, é necessário entender todo o processo de maturação e inovação para chegar a ideia do movimento pós-moderno.

Outro produto que mobiliza o pensamento da pós-modernidade é o *Walkman*. Através do *Walkman* tornou-se possível a portabilidade musical; neste sentido, o indivíduo poderia ouvir suas músicas sem incomodar aos outros. A possibilidade de levar uma trilha sonora sua para onde imaginasse mudou o hábito da sociedade, sendo predecessor de outros tocadores individuais.

De acordo com a revista “Time”, o copresidente da Sony®, o Masaru Ibuka, pediu à equipe de pesquisa e desenvolvimento da empresa para produzir um aparelho para seu uso pessoal, e assim, o Design do walkman (figura 23) foi de Nobutoshi Kihara. Apesar dos estudos de marketing indicarem que o produto não teria grande resultado, Masaru Ibuka pressionou a companhia a disponibilizar o Walkman no mercado em 1978. No início, o produto não foi um sucesso, pois estava com o direcionamento de marketing errado, mas logo foi descoberto um público de jovens que compraram a ideia e o estoque teve que ser renovado virando um grande sucesso em todo mundo.

Figura 23: Walkman desenhado por Nobutoshi Kihara em 1978.



Fonte: Adrenaline®, 2015.

O que tornaria, então, um produto pós-moderno, não seria o abandono completo da função de seu uso, mas uma valorização da função estética e midiática do produto. O produto

deixa de ser apenas manipulável para massa e passa a ter significado na cadeia social. De certo modo, são valores adotados pela burguesia que foram evoluindo junto com a construção do processo de industrialização e a valorização do produto pela sociedade.

Antes da Revolução Francesa, o homem burguês e os camponeses, antes de se revoltarem, ainda respeitava uma cadeia de títulos. Na Revolução Francesa, o povo faminto, os esforços de guerra Americano e a pompa da família real causaram a revolta do povo e fez com que os camponeses, com ajuda dos burgueses, pudessem decapitar seu rei e rainha e todos aqueles que fossem contra a revolução. O impacto deste ato em escala mundial é tão importante quanto o processo de industrialização, sendo que um influenciou o outro.

Este pequeno resumo de fatos históricos do design serve para compreender até que ponto o processo da revolução industrial influenciou a compreensão da sociedade, e até que ponto o designer é responsável por essa mudança. Pode-se dizer então que a crise do sujeito começa no processo de industrialização que deu origem a revolução Francesa, pelo simples fato que antes a compreensão de sujeito era mais forte.

Antes da revolução industrial o homem compreendia que somente o sujeito praticava a ação, sendo este sujeito o homem, pois não havia outra maneira de mover as coisas se não pelo homem. Apenas ele, o homem, possibilitava essa mudança nas coisas. Logo, o homem medieval e seus Deuses eram capazes de realizar a ação. Não havia quase nada além das forças da natureza e do homem, e tudo que ele poderia manipular da própria natureza. O homem era quem manipulava, o homem era quem usava, o homem era o ser capaz de modificar e fazer as coisas; e com a revolução industrial esse paradigma muda, pois o homem inventa a máquina a vapor, inventa o carro, o avião entre outros produtos que “sozinhos” podem praticar a ação e são capazes de modificar e fazer coisas.

Esta compreensão é capaz de modificar o entendimento do homem, que antes poderia ser rei, honrado, respeitado e digno, para ser o homem que tem um Porche, casa em Beverly Hills e ser “rei do Pop”. A revolução industrial, e neste ponto, principalmente a Francesa, democratizou os reinos e, a partir disso, qualquer um com ousadia suficiente poderia ser rei de seu castelo. O grande problema nesta democratização são os recursos e a desvalorização do próprio homem, que compreende agora que os fins justificam os meios para atingir seus objetivos, ser rei.

O homem pós-moderno então é um homem que começa a compreender estes pensamentos, muito antes citados e percebidos por filósofos famosos como Nietzsche. As relações sociais passam a ser descartáveis. O homem agora pode manipular a si mesmo para independentemente dos meios chegar ao fim. O lamentável nesta percepção é que o homem

do movimento moderno, que compreendia muito mais a funcionalidade social, morre, devido à necessidade da venda, pois “o consumo é o verdadeiro fundamentalismo” (*Encontro com Milton Santos*, Tandler, 2006) na realidade do capital. No entanto, o capital é vivo devido ao consumo, pois nada torna a humanidade mais selvagem e humana quanto à necessidade do consumo.

Racionalizar o pensamento do consumo é mais difícil que racionalizar o pensamento do capital, pois o capital é o próprio consumo e jamais deixará de existir o consumo no pensamento do capitalista, já que através do capital e do gênio humano haverá maneiras diversas de consumo. É disso que se trata a lógica capitalista de inovar para consumir. E nesta lógica da “sociedade pós-moderna” (Harvey, 2003), o nosso capital ambiental vai exaurindo e a possibilidade do retorno se torna cada vez mais complexa e apenas a racionalização do pensamento do consumo pode mudar esta realidade.

4.5 A RELIGIÃO MACINTOSH

“E ambos estavam nus, o homem e a sua mulher; e não se envergonhavam. Ora, a serpente era mais astuta que todas as alimárias do campo que o SENHOR Deus tinha feito. E esta disse à mulher: É assim que Deus disse: Não comereis de toda a árvore do jardim? E disse a mulher à serpente: Do fruto das árvores do jardim comeremos, mas do fruto da árvore que está no meio do jardim, disse Deus: Não comereis dele, nem nele tocareis para que não morrais. Então a serpente disse à mulher: Certamente não morrereis. Porque Deus sabe que no dia em que dele comerdes se abrirão os vossos olhos, e sereis como Deus, sabendo o bem e o mal. E viu a mulher que aquela árvore era boa para se comer, e agradável aos olhos, e árvore desejável para dar entendimento; tomou do seu fruto, e comeu, e deu também a seu marido, e ele comeu com ela. Então foram abertos os olhos de ambos, e conheceram que estavam nus; e coseram folhas, de figueira, e fizeram para si aventais.[...]” (Bíblia Online, Gênesis 3:1-7)

Figura 24: Evolução da marca da Apple.



Fonte: Rumoaopassado ©, 2015.

Steve Jobs e Steve Wozniak deram como logomarca da empresa Apple® - uma das principais empresas de computadores do mundo, a imagem da maçã (figura 24), que para muitos é a fruta proibida por Deus. De fato, há várias interpretações para o fruto proibido que sempre serão debatidas entre os religiosos; onde para alguns o fruto proibido era a inteligência, para outros era a relação sexual entre Adão e Eva. Porém Steve Jobs e Steve Wozniak refletiram com sabedoria e fizeram a logomarca da sua empresa ser uma maçã talvez não com o caráter religioso, mas com a ideia do descobrimento da gravidade, ou seja, remetê-la à famosa história da maçã que cai na cabeça de Newton. Difícil saber com exatidão, porém, a logomarca remete a diversos significados da inteligência do homem.

A Apple® é uma empresa do ramo da informática que mais inova seus produtos e design. A empresa teve enorme sucesso por apostar no computador pessoal. Antes da Apple, os computadores eram grandes e robustos e serviam a grandes propósitos de empresas. A empresa que dominava o mercado desses grandes computadores era a IBM. A IBM não via com grandes olhos o futuro dos computadores pessoais e por isso não tinha interesse de produzi-los. Assim como o Modelo T de Ford democratizou o uso dos automóveis, pode-se dizer que a Apple democratizou o uso dos computadores. Porém, o computador que marcou este episódio foi o Macintosh (figura 25), lançado em 1984. O Macintosh era um computador revolucionário em seu processamento de dados e interface gráfica de fácil uso devido o invento do mouse pela Xerox. Antes do Macintosh teve o Apple I e o Apple II que não fizeram o mesmo sucesso.

Figura 25: Computador Macintosh desenvolvido pela Apple em 1984

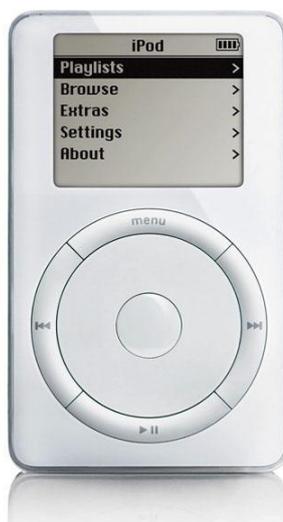


Fonte: Mactrast®, 2015.

O impacto do computador na sociedade só foi sentido em escala com a invenção da internet, o fato de dinamizar o espaço social com a sensação de pura liberdade, pois em seu início, a internet não tinha limites, foi sem precedentes na história da informática. A possibilidade de poder conversar com pessoas de todas as partes do mundo sem pagar adicional era fantástica, e esta realidade só era possível através do computador.

Com o tempo o acesso da internet ganhou outra compreensão. Entretanto, esta compreensão começa com a inovação de transformar música em K bytes, o mp3. A Apple percebe que a portabilidade da música já não era tão portátil assim, devido ao incomodo que os concorrentes tinham com tamanho dos aparelhos, como o *cd disk*, que foi usado para substituir o famoso *walkman*. Porém, com a invenção do mp3 tornou-se possível criar um aparelho que pudesse tocar este tipo de formato. Com isso a Apple cria em 2001 o *iPod* (figura 26), um produto de designer simples que mudou o modo de se ouvir música. Mas, a possibilidade de escutar 1000 músicas com a portabilidade de caber no bolso não foi o suficiente para a Apple, e em 2007 a marca lançou a evolução do *iPod*, o *iPod Touch* (figura 27) com o toque sensível a tela e com a possibilidade de acesso à internet, tornando-se em um acessório que logo iria competir com o computador em acesso à internet.

Figura 26: iPod da Apple® em 2001.



Fonte: Aragonresearch ®, 2015.

Figura 27: iPod da Apple® em 2007



Fonte: Globpt ®, 2015.

Porém, o que mudou a contemporaneidade foi o que a Apple fez em seguida com o desenvolvimento desses produtos, e dinamizou a maneira como as pessoas percebem o mundo. O avanço da tecnologia tornou possível o Iphone (figura 28) em 2007, com a tecnologia touch que tornou possível eliminar do painel os botões usuais do telefone e pôde trazer um celular com uma tela maior. Este fato pôde transformar o Iphone em não apenas um telefone, mas em um Ipod, em um Touch e um celular. O resultado foi mais que um computador em sua palma da mão. Esta possibilidade de um mix de funções dinamizou a sociedade para um novo paradigma do produto. Assim, de certo modo, tudo teria que passar a ter função multimídia.

Figura 28: Iphone da Apple® em 2007



Fonte: Iphoneinformer ®, 2015.

Atualmente, no Brasil, a maioria dos ambientes tem que ter o *wifi*; os aplicativos de celulares começaram a surgir e novas maneiras de usabilidade tornaram possível substituir o significado de um bate-papo. Pode-se dizer, que tudo hoje é percebido dentro de uma escala de tempo que antes não era possível, a informação é instantânea. A Google®, de certo modo,

democratizou a informação, e desta forma, com site de busca, tornou a internet mais acessível e democrática. Porém, não se sabe quando terá um fim; a contemporaneidade vive outros paradigmas que começou na revolução industrial através dos produtos que ela trouxe. Onde essa sede de consumo vai parar?

4.6 CRADLE TO CRADLE

Após comerem do fruto proibido, Adão e Eva ficaram envergonhados, pois entenderam que estavam sem roupa e fizeram aventais para esconder as vergonhas. Após anos de desenvolvimento que a revolução industrial possibilitou, o homem pôde perceber os impactos que seus produtos vêm trazendo para a natureza. Deste modo, começou-se a desenvolver técnicas sustentáveis para diminuir ou retardar este processo. Até certo ponto, o homem estava envergonhado daquilo que tinha feito, porém, a dinâmica mercadológica joga um véu de Osíris na maioria dos consumidores inveterados; e a dinâmica continua sem nenhuma discriminação.

Porém a lógica do círculo de vida dos produtos que trazem a dinâmica do *cradle to grove*, ou seja, do berço a cova, impossibilita o homem de pensar outra dinâmica para o descarte do produto, pois esta dinâmica está baseada no paradigma da causa e efeito. Este paradigma possibilita dizer, de certo modo, que tudo tem um começo e um fim; o começo na ação e o fim na reação, a causa e o efeito. Todavia, para o produto, este entendimento impedia que o homem vislumbrasse as coisas pela perspectiva da natureza, afinal impossibilitava uma maturidade do ser sobre a vida na natureza. Neste caso, o produto nasce nas fábricas e morre nos aterros, porém, muitos desses produtos são baseados em materiais tóxicos e quando aterrados, estes produtos liberam esse material para a natureza e por fim para o homem.

O paradigma da causa e efeito, até certo ponto, não soluciona o problema do descarte, pois para isso é necessário perceber este universo através da holística, que vem do entendimento do ciclo da natureza e todas as possibilidades que podem influir na homeostase de um padrão. O entendimento holístico é observar, através do ciclo da água ou da dinâmica de uma planta, como ela se alimenta e como as condições do tempo influenciam no seu processo de alimentação. Enfim, para entender como o ciclo de vida teria que se comportar para melhor se adequar no meio biótico, se fez necessário mudar o modo como se percebe o mundo.

Desse modo, McDonough e Braungart criaram um novo modo de ciclo de vida, o *cradle to cradle*, ou seja, de berço ao berço, que propõe que continue o processo do consumo que faz

a humanidade desenvolver; porém, ao invés de destruir o meio ambiente, o homem pode e deve alimentá-lo através do ciclo biológico da terra, ou seja, lixo sendo igual à comida e o ciclo tecnológico sendo absorvido pelas indústrias. A ideia é levar o produto descartável até a fonte de onde ele foi originado e de algum modo reaproveitá-lo.

O primeiro produto que seguiu nesta linha de pensamento foi o *Think Chair* (figura 29), tendo como designer Glen Oliver Low em 2008. Esta cadeira de escritório tem o processo de desmontagem simples, pensando seus componentes dentro de uma linguagem de descarte; até o polímero usado visa a reciclagem do produto, e, de certo modo, ele pode ser todo reaproveitado e reprocessado. Ter um elegante design para uma cadeira, é o primeiro entendimento de um produto com mais de um componente que pode ser inteiramente reciclado dentro da lógica *cradle to cradle*. Outros produtos que podem ser totalmente reciclados também não oferecem essa possibilidade de fácil desmanche e muitos de seus materiais ainda agredem a natureza. De fato é uma cadeira revolucionária, que mostra para o mundo que é possível consumir sem agredir.

Figura 29: Think Chair, designers Glen Oliver Low de 2008



Fonte: Amazon ®, 2015.

O processo do ciclo de vida *cradle to cradle* parece ser a solução; porém, é necessário olhar outros panoramas para compreender como o consumo em si tem afetado nosso entendimento de sociedade. De fato o ser humano precisa consumir, mas até quando é necessário esse consumo para possuir uma vida mais confortável e agradável?

5 O DESENHO DE SOCIEDADE PELO CAPITAL

5.1 A PERSUASÃO DO CAPITAL

O capitalismo é um sistema que não foi inventado por ninguém em específico, porém, foi percebido principalmente por Marx na revolução industrial. Está baseado no valor da liberdade (a liberdade de compra e direito a posse), e diferentemente de outros sistemas, o capitalismo é ele mesmo uma releitura da selvageria da natureza, ou seja, um resquício do pensar selvagem.

Não existe muito de racional no capitalismo, o que impera é a lei do mais forte. Entretanto, ele veio, durante tempos, evoluindo para sobreviver. Furtado (1997) vai dizer que as primeiras impressões que temos do capitalismo é no sistema Feudal, e desde lá ele vem se aperfeiçoando. Não é verdade que ele tenha sido planejado como tal, ele foi se adaptando às grandes necessidades de dominação dentro de uma racionalidade própria de dominação pelo capital, ou melhor, pela falta do capital. Pois o capital é o meio que o indivíduo tem de suprir suas necessidades dentro da dinâmica social no capitalismo.

“[...]O capital e o capitalista tem de ser perpetuamente reproduzidos pelos trabalhadores por meio da atividade do trabalhador. Os detalhes de como isso é feito são infinitos em sua variedade e, certamente dignos de investigação minuciosa. As lutas sócias no chão de fábrica e nos campos, nos escritórios, nas lojas e nos espaços de construções, [...] definem um ponto de bloqueio potencial para acumulação do capital que está perpetuamente presente e que precisa ser perpetuamente contornado para o capitalismo sobreviver. [...]

O último obstáculo potencial para acumulação perpetua reside no ponto em que a nova mercadoria entra no mercado tanto como uma coisa ou como algum tipo de serviço a ser trocado pelo dinheiro original acrescido de um lucro. A particularidade da mercadoria tem de ser convidativa na universalidade do dinheiro, o que é muito mais problemático do que ir do dinheiro (a representação universal do valor) à mercadoria. Alguém tem de necessitar, querer ou desejar essa mercadoria particular a venda para que isso seja possível. Se ninguém a quiser, então ela é inútil e sem valor mas aqueles que necessitam, querem ou desejam a mercadoria também precisam ter o dinheiro para compra-la sem dinheiro eles não podem fazê-lo. Se ninguém quiser ou poder se dar ao luxo de compra-la então não há venda, o lucro não é realizado e o capital inicial é perdido.” (HARVEY, 2011, p.90-91).

O capitalismo se transforma e se adapta à escassez, gerando a necessidade de se fazer o lucro. Mas essa escassez é, em si, muitas vezes fruto da necessidade do próprio dinheiro e lucro, não sendo uma escassez real, e aí entendendo o lucro como excesso de algum bem. Neste sentido, por exemplo, a alimentação mundial onde 30% da população mundial sofre com desnutrição e cerca de 2/3 da humanidade vive com menos de que US\$ 2,00 por dia, e,

apesar da economia mundial ter produzido quase 41 trilhões em bens e serviços durante 1999, falta comida na África e em outros países pobres. Muito dessa escassez vem por uma necessidade de dominação do próprio capital e não necessariamente é ato de um capitalista.

“A produção do urbano, onde a maioria da população mundial em crescimento agora vive, tornou-se ao longo do tempo mais estreitamente ligada a acumulação do capital, até ao ponto em que é difícil distinguir uma da outra. Mesmo nas favelas da autoconstrução de moradias, o ferro ondulado, as caixas de embalagens e as lonas foram primeiros produzidos como mercadorias.” (HARVEY, 2003).

A população vive em simbiose com suas mercadorias (produto) de tal forma que não há diferença entre os dois. A capacidade do marketing de desenhar o homem em produto, criou uma relação entre objeto e sujeito que pulveriza as relações sociais devido à confusão do imaginário afetivo. A relação daquilo que foi criado pela mídia e do real que, a depender da ótica de quem ver, não saberá a diferença entre o real e a ficção. “O capital, Marx escreveu nos Grundrisse, “tem de se empenhar para derrubar toda barreira local do intercâmbio, i.e., da troca, para conquistar toda a Terra como seu mercado”. Deve também se esforçar perpetuamente para “destruir o espaço por meio do tempo”” (HARVEY, 2011).

Segundo Albert Einstein (1879, 1955), espaço e tempo é a mesma coisa, se para alguns capitalistas tempo é dinheiro, logo a relação com espaço não será diferente, ou seja, espaço também é dinheiro. Assim, o capital precisa ganhar cada vez mais espaço para ganhar também o tempo, e desta forma gerar mais lucro e continuar sobrevivendo e expandido.

“[...] as populações nas dinâmicas informais hoje transbordam os limites espaciais tradicionais estabelecidos da exclusão social - as periferias afastadas e as encostas - para invadir toda cidade. Infiltram-se nas fissuras do tecido urbano, nos desvãos do construído, em todos os espaços intersticiais. Habitam as obras e fissuras da cidade. É uma operação de reconquista do território urbano. Movida contra as regulamentações administrativas e a urbanização excludente do capital. São manobras de guerrilha urbana: avançam à noite para recuar durante o dia, desviam de obstáculos para penetrar por outras frestas, reinventam constantemente novas economias e táticas de ocupação. Seus ataques consistem em sitiá-las e invadir os espaços, cortar as vias de comunicação e estabelecer linhas de fuga. O espaço urbano é inteiramente tomado por camelôs. A massa compacta de barracas transborda todos os limites estabelecidos, soterrando o desenho urbano e fazendo desaparecer as poucas referências remanescentes. Ela inviabiliza todas as outras atividades, redirecionando o uso da maior parte das edificações e dos equipamentos urbanos. [...] A mega-cidade transformou-se num campo de batalha pela ocupação de áreas urbanas inteiras, pelo controle da infra-estrutura e dos preços públicos. Um arquipélago de enclaves modernizados - com suas torres corporativas, shopping centers e condomínios fechados - cercados por vastas áreas abandonadas, terrenos vagos ocupados por populações itinerantes”. (BRISSAC, 1998; p.428).

“A luta pela sobrevivência com justiça não só continua mas recomeça. Na medida em que a indignação e o ultraje mora se constroem em torno da economia da desposseção que de modo tão claro beneficia uma classe capitalista aparentemente toda poderosa, movimentos políticos necessariamente tão diferentes começam a se fundir, transcendendo as barreiras do espaço e do tempo.” (HARVEY, 2011).

O capital cria uma necessidade política de sobrevivência do capital desvirtuando o propósito da própria política, para assim distorcê-la em seus benefícios; pois como se sabe, a própria política é ela mesma uma guerra silenciosa. Aqueles que conhecem o funcionamento da máquina política, assim o fazem em corrompê-la, pois a necessidade de sobrevivência dos políticos na máquina pública depende no fim do capital, deste modo a corrupção se torna o engodo da batalha política. A persuasão da forma dialética e verbal perde voz e a necessidade de poucos que tem muito, pois estes podem subjugar a máquina política para manipulá-la de acordo com suas necessidades, e desfavorece a maioria, se assim for mais lucrativo. Os homens então se desenham aos moldes do capital, para persuadi-lo e conquista-lo; e é possível citar diversos exemplos do homem sendo a coisa manipulável pelo capital, ou melhor, ele manipulando a si mesmo pela necessidade de persuadir aquele que tem o capital, para assim, de maneira discreta poder se vender.

É claro que neste padrão de funcionamento do capitalismo, a primeira barreira social que é quebrada é a barreira da aparência; quanto mais bonito e agradável, menos dificuldade terá de se conseguir alguma coisa. Tomando como parâmetro uma prostituta, por exemplo, pode-se perceber que, literalmente, hoje é possível modelar o corpo para poder ser mais persuasível, mais vendável, até mesmo mudar de sexo; e a necessidade de se ir à academia, por exemplo, não é mais a necessidade de saúde e bem estar, é a necessidade de se modelar o corpo, por isso tem tanta gente morrendo por abuso no uso de anabolizantes.

“Levantamento feito pelo Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (Cebrid), instituição ligada à Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), mostra que 1,4% dos estudantes do Brasil já colocou a saúde em risco para entrar em forma (ganhar músculos). Os dados são referentes ao ano de 2010 – e foram divulgados no fim do ano passado. Em 2004, primeiro ano pesquisado, o índice era de 0,8%, um aumento de 75% em seis anos. Os anabolizantes foram responsáveis por 14 mortes nos últimos sete anos, sendo três de janeiro até agora, envolvendo pessoas com média de idade de 25,9 anos. A estatística integra o relatório da Polícia Federal e da Associação Brasileira de Estudos e Combate ao Doping.” (ARANDA, 2012)

A necessidade de cirurgias plásticas e operação de redução de peso vêm crescendo constantemente, principalmente no Brasil. O país fez 1,49 milhões de operações estéticas em 2013, aponta relatório da Isaps (Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética). As cirurgias mais frequentes realizadas no Brasil são a lipoaspiração (228mil), seguida do aumento das mamas por silicone (226 mil) e elevação dos seios (140 mil). Dos 19 tipos de cirurgias plásticas, o Brasil é líder mundial em dez tipos diferentes, entre elas as de rejuvenescimento vaginal, de aumento de glúteos e as cirurgias de nariz e orelhas. As mulheres são responsáveis por 88% das operações plásticas.

A necessidade de uma boa apresentação no sistema capitalista está relacionada à persuasão através da atração sexual e da beleza, assim como as prostitutas fazem com seus clientes. Um traço famoso que representou isto foi o do arquiteto Oscar Niemeyer.

Oscar Niemeyer revolucionou a arquitetura com suas formas, porém, diversas discussões de onde ele buscara inspiração para poder fazer aqueles edifícios tão persuasivos e convidativos se tornam marcantes na discussão sobre o assunto entre Le Corbusier, André Malraux e o próprio Oscar. Segundo Oscar Niemeyer em *Oscar Niemeyer* (Maciel, 2007), Le Corbusier vai dizer “você tem as montanhas do Rio dentro dos olhos” e que o André Malraux dizia sempre “você tem um museu particular, onde ele guardava tudo que tinha visto e amado na vida”; porém a resposta de Oscar para estas indagações foi “que sem querer o indivíduo, este que esta dentro de mim, é mais sacana do que eu, ele só pensa sacanagem, então ele tem as ideias mais absurdas, tem vezes que agente quer que faça as coisas e não é possível, agente tem de se conter, de modo é ele que me leva para arquitetura, ele gosta da curva, ele gosta de mulheres, gosta das coisas mais fascinantes...eu sou um bicho como outro qualquer, só penso nisso, sem mulher não a razão para o homem viver, é inevitável, a mulher é a companheira do homem, indispensável. O ser humano é a rainha dos homens, fantástica não é”.

Oscar Niemeyer se tornou um mestre em persuadir com formas através da beleza feminina, e suas edificações tornou a arquitetura contemporânea mais persuasiva e menos funcional. Desse modo, hoje se vive novamente em um mundo mais antropocêntrico e, helenístico e deste ponto de vista, o homem assumiu o poder de modificar tudo, inclusive a si mesmo, em um design de persuasão. O mundo devido a isto é mais feminino do ponto de vista da estética e da forma bela, pois é a beleza feminina, e o jeito feminino que a autoriza a atração do homem; diferentemente do período helenístico, onde a forma cultuada era a do homem e sua virilidade.

Sendo um mundo historicamente patriarcal, transformou a mulher em modelo de persuasão. A sutileza feminina de ter de atrair sem poder mostrar interesse, à transforma no

maior exemplo de persuasão. O homem capitalista, de certo modo, se prostitui para correr atrás do capital, larga suas origens, vive em outro habitat, rouba, mata, trafica, especula; tudo é válido no “jogo mobiliário ou monopólio”.

5.2 O HELENISMO FEMININO

O homem vive um momento de Helenismo, onde ele olha para si mesmo e descobre um fascínio sobre sua forma e sua aparência (a capacidade de se modelar como objeto), e daquilo que ele quer que os outros, e não ele mesmo, vejam nele. É de uma pobreza de valor, pois a beleza sempre “morreu de velho”, enquanto outras características humanas cada vez menos apreciadas pela humanidade vão perdendo voz, ao passo que o poder da posse nutre a esperança de dias melhores. Dias que para alguns talvez nunca venham na forma de posses, pois, para tal objetivo, ideias de conquista e poder roubam a sutileza de dias tranquilos nos quais um espírito gentil e nobre esteja acostumado. Ser honesto em um país como Brasil se tornou deboche. Acredita-se hoje que o homem vale aquilo que ele tem no bolso, mas, em sua maioria, muitos não têm nada.

““E se um dia ou uma noite um demônio se esgueirasse em tua mais solitária solidão e te dissesse: “Esta existência, tal como a levais e a levante até aqui, vai te ser necessário recomeça-la sem cessar, sem nada de novo, ao contrário, a menor dor, o menor prazer, o menor pensamento, o menor suspiro, tudo que pertence à vida voltará ainda a repetir-se, tudo o que nela há de indizivelmente grande ou pequeno, tudo voltará a acontecer, e voltará a verificar-se na mesma ordem, seguindo a mesma impiedosa sucessão, esta aranha também voltará a aparecer, este lugar entre as árvores, e este instante e eu também! A eterna ampulheta da vida será invertida sem descanso, e tu com ela, ínfima poeira das poeiras!”... Não te lançarias por terra, rangendo os dentes e amaldiçoando esse demônio? Ou já viveste um instante prodigioso, e então lhe responderias: “Tu és um Deus; nunca ouvi palavras tão divinas!”. Caso este pensamento te dominasse, talvez te transformasse e talvez te aniquilasse; perguntarias o propósito de tudo: “Queres isto outra vez e por repetidas vezes, até o infinito?”. E pensarias sobre tuas ações com um peso decisivo e terrível! Ou então, como seria necessário que amasse a ti mesmo e que amasse a vida para nunca mais desejar nada além dessa suprema confirmação!” (Nietzsche, 2003, p.179).

Este, para alguns, é a interpretação do super homem (neoliberal) e seu “eterno retorno”, como aquele capaz de superar os obstáculos como o bom, para conseguir o capital, sendo o forte. Porém, o super homem ao qual Nietzsche fala é sobre o homem capaz de encarar a existência humana sem as próteses e sem o consolo de que o homem careceu até aqui para poder suportar sua existência. Para Nietzsche, a história da humanidade é a história que constrói e vem construindo estes consolos. Vive-se dentro de uma religião e de uma

moral da qual o homem precisa para conviver em sociedade. Se tratando da sociedade pós-moderna, essas próteses estão apoiada principalmente no consumo e no deleite do prazer do corpo.

Se este “eterno retorno” fosse o “eterno retorno” da humanidade, esta humanidade estaria fadada a viver experimentos e vivências de caráter antes vivido por outros em outras épocas. Poderia dizer, então, que o homem contemporâneo vive em outro apogeu grego e romano. Entretanto, quantas vezes a humanidade teria de matar Deus e Deuses para, enfim, se sentir livre de seus compromissos e suas regras? São estas regras criadas pelo próprio homem, em sua necessidade de viver uma vida mais leve, e esta aptidão que a humanidade tem de desobedecer e desenhar um “novo” caminho para si mesma, que no fim, em algum momento, fará o homem se sentir só. E ocorrerá diversas vezes, até o “demônio” dizer não e o homem procurar Deus novamente; e Deus, por sua vez, o perdoar, para em seguida, este homem, com sua humanidade, que um dia virou as costas para o “Senhor”, seguir as regras de Deus. Assim, mais uma vez, poderia viver em harmonia social, que antes não era desfrutada, pois tudo podia ser feito, já que Deus estava morto e tudo era permitido.

Esta dinâmica que a humanidade tem de ora seguir as regras, ora desobedece-las, nada mais é que um desenho do caráter e da necessidade que, em tempos e tempos, faz o homem se alto regular em uma sociedade ora livre, ora presa em regras. Pois tudo tende ao meio, mas nada fica no meio, pois “o homem é demasiadamente humano” (NIETZSCHE, 2005). Ao observar a história das artes, é possível ter estes deslumbres em que o homem procura algo novo e por outrora volta para os clássicos. Não é que homem esteja entrando em colapso, mas é que ele tem uma necessidade enorme de expressar seus sentimentos, e a arte por sua vez, que é instrumento de seus devaneios, reflete este caráter de homeostase da sociedade. Como dizia Cazusa em sua célebre música lançada em 1988:

“Nas noites de frio é melhor nem nascer
nas de calor, se escolhe
é matar ou morrer
e assim nos tornamos brasileiros
te chamam de ladrão, de bicha, maconheiro
transformam o país inteiro num puteiro
pois assim se ganha mais dinheiro.
A tua piscina tá cheia de ratos
tuas ideias não correspondem aos fatos
o tempo não para
eu vejo o futuro repetir o passado
eu vejo um museu de grandes novidades
o tempo não para

não para, não, não para.”

No entanto, se o homem tem a capacidade de forma caótica de se projetar no futuro, tanto esteticamente como moralmente, por que não perceber o fator preponderante deste “bater de asas” para poder ele mesmo designar e desenhar seu futuro de forma mais sabia e honesta com seu habitat? De fato, é muito difícil perceber o que move as engrenagens de uma sociedade, porém, como a humanidade se encontra em um paradigma contemporâneo é de costume ver apenas as coisas e objetos que podem ser moldadas. O consumo indiscriminado das reservas naturais está matando aos poucos os recursos naturais, e se não houver cuidado só restará “batata para os vencedores”.

“Supõe tu um campo de batatas e duas tribos famintas. As batatas apenas chegam para alimentar uma das tribos, que assim adquire forças para transpor a montanha e ir à outra vertente, onde há batatas em abundância; mas, se as duas tribos dividem em paz as batatas do campo, não chegam a nutrir-se suficientemente e morrem de inanição. A paz, nesse caso, é a destruição; a guerra é a conservação. Uma das tribos extermina a outra e recolhe os despojos. Daí a alegria da vitória, os hinos, aclamações, recompensas públicas e todos os demais efeitos das ações bélicas. Se a guerra não fosse isso, tais demonstrações não chegariam a dar-se, pelo motivo real de que o homem só comemora e ama o que lhe é aprazível ou vantajoso, e pelo motivo racional de que nenhuma pessoa canoniza uma ação que virtualmente a destrói. Ao vencido, ódio ou compaixão; ao vencedor, as batatas” (ASSIS, 1997).

Na citação anterior, a necessidade de nutrição determina os termos do relacionamento entre as duas tribos. Como não havia como dividir as batatas, pois assim não teriam como sobreviver, o jeito foi resolver no campo de batalha e competirem através da força quem teria o direito de possuir as batatas. Porém, dentro do regime monetário quem tem direito às batatas seria aquele que tem maior quantidade de dinheiro. O fato é que alguns recursos não dão para todos, então o sistema monetário e o senso de liberdade de compra torna esta batalha, que teoricamente deveria se dar em iguais condições, em uma verdadeira guerra por tais recursos. Logo, este senso de liberdade que é dado para a compra do objeto é transferido para o sujeito do mesmo modo como o sujeito se torna objeto, ou seja, o sujeito é livre. A verdade é que o sujeito não é livre; dentro de seu próprio sistema ele se aprisiona caoticamente pelas suas necessidades e sua sensação falsa de liberdade. Do ponto de vista ideológico e psicológico, ele está aprisionado por dois sentimentos: a liberdade e a esperança.

A esperança cria amarras de uma perspectiva de vida melhor e de melhores condições para aumentar o poder de compra, porém, a depender das condições e perspectivas de ensino, de moradia e bem estar, o sujeito dificilmente conseguirá sair da sua condição monetária

atual. O número de bilionários no mundo, de acordo com um Censo de bilionários de um banco suíço, UBS, e pela consultoria de Hong Kong Wealth-X, aumentou 7% e atingiu 2.325 em 2014. Parece um número grande, mas, a população do planeta é cerca de 7,3 bilhões, ou seja, aproximadamente 0,00003% da população é bilionária. Segundo a ONG Britânica Oxfam, os "dados de 2014 demonstram o aumento da desigualdade social e que a parcela do 1% mais rico da população mundial está perto de controlar a maior parte da riqueza global". Hoje ela controla 48% da riqueza mundial.

No Brasil, são 61 bilionários que somam cerca de US\$ 182 bilhões; segundo a Forbes Brasil são 150 bilionários no país considerando a fortuna em reais, sendo que a população brasileira era de 200,4 milhões em 2013, ou seja, 0,00007% é bilionária. Segundo o Censo de Bilionários há apenas um bilionário para cada 3 milhões de pessoas no planeta; se somada a fortuna dos bilionários dá US\$ 7,3 trilhões em 2014, um aumento de 12% em relação ao ano de 2013 e a maior parte destes bilionários, 95%, tem entre US\$ 1bilhão e US\$ 10 bilhões. A pergunta mais racional que se pode fazer é: de onde é tirado esse dinheiro se considerarmos este valor em recursos?

Enquanto a esperança cuida para que o sujeito continue deslumbrando a possibilidade de se tornar um bilionário, ou ter pelo menos melhores condições, a liberdade de compra engana o sentido o tornando cada vez mais incapaz de comprar, se endividando e criando dividendos para os que já têm.

5.2.1 O que é esperança?

“Pandora trouxe o vaso que continha os males e o abriu. Era o presente dos deuses aos homens, exteriormente um presente belo e sedutor denominado “vaso da felicidade”. E todos os males, seres vivos alados, escaparam voando: desde então vagueiam e prejudicam os homens dia e noite. Um único mal ainda não saíra do recipiente; então, seguindo a vontade de Zeus, Pandora repôs a tampa, e ele permaneceu dentro. O homem tem agora para sempre o vaso da felicidade, e pensa maravilhas do tesouro que nele possui; este se acha à sua disposição: ele abre quando quer; pois não sabe que Pandora lhe trouxe o recipiente dos males, e para ele o mal que restou é o maior dos bens - é a esperança - Zeus quis que os homens, por mais torturados que fossem pelos outros males, não rejeitassem a vida, mas continuasse a se deixar torturar. Para isso lhes deu a esperança: ela é na verdade o pior dos males, pois prolonga o suplício dos homens” (Nietzsche 2005, p.60).

Visto que nada de especial tem na humanidade além de ser escravo da fé na esperança de Zeus, o homem não se viu como animal; ao invés disso vive como Narciso, olhando sua própria face. Não é atoa que o movimento que possuía a fé em uma espécie especial, diferente

da humanidade, se chamava Nazismo, movido pela ideia de serem diferente e principalmente, superiores as outras raças. O conceito de raça ariana fez com que os nazistas exterminassem outros de sua mesma espécie, se declarando homem sapiens e retirando a si mesmo da natureza se pondo no monte Olimpo admirando a sua própria face.

O homem se torna muito mais voraz em sua sede de consumo e se multiplica a milhares.

Isso também pode ser expresso no filme *Matrix* quando o agente Smith diz a Morpheus:

“Eu gostaria de te contar uma revelação que eu tive durante meu tempo aqui. Ele me ocorreu quando tentei classificar sua espécie e me dei conta de que vocês não são mamíferos. Todos os mamíferos do planeta instintivamente entram em equilíbrio com o meio ambiente. Mas os humanos não. Vocês vão para uma área e se multiplicam e se multiplicam, até que todos os recursos naturais sejam consumidos. A única forma de sobreviverem é indo para outra área. Há outro organismo neste planeta que segue o mesmo padrão. Você sabe qual é? Um vírus. Os seres humanos são uma doença. Um câncer neste planeta”. *Matrix* (irmãos Wachowski, 1999)

O erro fez dos animais homens, e a verdade seria capaz de tornar a fazer do homem um animal? Obviamente a humanidade não quer ficar com o título de “câncer do planeta, um vírus”, porém, infelizmente é o que tem ocorrido. O senso de liberdade de compra deixou o homem cego pelo consumo e, de certa forma, isto tem passado de vilões para protagonistas os arquétipos dos vampiros e zumbis. Estes arquétipos, de certa forma vêm representando cada vez mais o desejo de consumo da sociedade; e a política de liberdade de consumo vem transformando a espécie humana cada vez mais nociva ao planeta.

5.2.2 O que é a liberdade?

“Imaginemos uma caverna subterrânea onde, desde a infância, geração após geração, seres humanos estão aprisionados. Suas pernas e seus pescoços estão algemados de tal modo que são forçados a permanecer sempre no mesmo lugar e a olhar apenas para frente, não podendo girar a cabeça nem para trás nem para os lados. A entrada da caverna permite que alguma luz exterior ali penetre, de modo que se possa, na semiobscuridade, enxergar o que se passa no interior. A luz que ali entra provém de uma imensa e alta fogueira externa. Entre ela e os prisioneiros – no exterior, portanto – há um caminho ascendente ao longo do qual foi erguida uma mureta, como se fosse a parte fronteira de um palco de marionetes. Ao longo dessa mureta-palco, homens transportam estatuetas de todo tipo, com figuras de seres humanos, animais e todas as coisas. Por causa da luz da fogueira e da posição ocupada por ela, os prisioneiros enxergam na parede do fundo da caverna as sombras das estatuetas transportadas, mas sem poderem ver as próprias estatuetas, nem os homens que as transportam. Como jamais viram outra coisa, os prisioneiros imaginam que as sombras vistas são as próprias coisas. Ou seja, não podem saber que são sombras, nem podem saber que são imagens (estatuetas de coisas), nem que há outros seres humanos reais fora da caverna. Também não podem saber que enxergam, porque há a fogueira e a luz no exterior e imaginam que toda luminosidade possível é a que reina na caverna.” (PLATÃO, 2007, p210-238).

A verdade é como um horizonte, por mais que ande para chegar até ela dificilmente se chega até lá. A possível verdade na qual a humanidade é cercada pertence ao mundo dos sentidos e às interpretações desses sentidos. Cada pessoa é um universo, cada pessoa tem sua percepção que está restrita a si mesma. A verdade jamais poderá ser contemplada pelo olhar de um único indivíduo, pois ele está preso na caverna. Sair da caverna significaria ver o panorama como todo, porém, se não tem como se soltar das amarras que prendem o indivíduo na caverna ele está destinado apenas a ver as imagens que estão sendo projetada. “Ninguém morre de verdades mortais atualmente: há antídotos demais” (NIETZSCHE, 2005).

Assim, o homem que é demasiado humano vive a necessidade de projetar inverdades a si mesmo para compreender o mundo ao invés de aceita-lo como ele é. Neste caso, o único jeito de garantir a amplitude de nossas percepções é confiar no outro que está preso ao seu lado. Não pelo fato deste outro dizer a verdade ou a mentira, mas pelo fato de estarem todos amarrados na mesma prisão. Dentro deste contexto de prisão, o indivíduo ouve apenas o que é ilusão; o outro apenas vê o que é ilusão; e o próximo apenas sente o que é a ilusão. Neste panorama, todos só entenderão a ilusão quando todos entenderem a verdade de que nossa perspectiva só é ampliada através do outro; a verdade é que dependemos uns dos outros. Quando uma pessoa mente ou omite, dentro desse contexto, nenhum deles entenderá nada, porém, quando um diz a verdade existe a possibilidade de compreensão.

Se os seres humanos dependem tanto uns dos outros, e se o seu próprio sistema o faz ludibriar uns aos outros pela necessidade do capital, entre outros benefícios, então, onde existe a liberdade neste sentido? Visto que o foco do sistema, do ponto de vista da necessidade humana, é o consumo e o prazer, fica entendido que ideologicamente o capitalismo está preso na possibilidade que o capital traz de consumir para poder crescer, e do prazer para poder se reproduzir.

Sendo o capitalismo fruto da selvageria humana, ele expressa o intermediário entre o nascer e o morrer do ciclo de vida de todo ser vivo, ou seja, ele não expressa conceitualmente os valores humanos que tornam a humanidade diferente dos outros animais, pelo contrario, ele desenha um homem mais carniceiro, que cresce e se reproduz assim como seu sistema. A liberdade ao qual é atribuído o capitalismo não passa de uma farsa, pois o sistema de consumo não é diferente de nenhum sistema protagonizado por outras espécies. Logo, a supremacia da espécie humana está baseada no fato de que através de suas técnicas, artes e sistema social podem subjugar qualquer outra espécie no planeta, o colocando no topo da cadeia alimentar.

O super-homem nietzschiano, no entanto, enxerga e entende o mundo das ilusões e o aceita como ele é, e vive nele como deve ser. Dessa forma, o homem não é livre, pois ele

depende do outro para explorar, para obter serviços, para se relacionar e não ficar só. Se retirar, então, a necessidade do capital é possível perceber a necessidade que o homem tem da sociedade, ou seja, se o sujeito não tem o dinheiro para poder fazer com que outro satisfaça sua necessidade, ele vai depender do outro.

5.3 A PERVERSIDADE DO CONSUMO

O homem vem alterando o clima e depredando os recursos de forma irracional. O consumo que é o grande motor desta sede insaciável do homem, vem se demonstrando cada vez mais perversa, desvirtuando a estabilidade, o equilíbrio e transformando toda uma geração humana em uma geração de zumbis, ávidos pelo consumo que movimentava toda uma estrutura monetária. Estes, por sua vez, vêm destruindo aos poucos os recursos e o bem estar do planeta. No entanto, se os Estados Unidos, que é um padrão de consumo almejado por todo mundo, fosse todo o planeta, ou seja, todo o planeta fosse americano e consumisse da mesma maneira,

“uma terra não daria nem para o começo: precisaríamos de 4,5 Terras para que o mundo não entrasse em colapso. Como só temos esta aqui complicada. Imagine: nos EUA existe praticamente um carro para cada adulto. São 231 milhões de veículos, ou 76 carros para cada 100 habitantes. O planeta todo tem 850 milhões de carros. Se tivesse a proporção dos EUA, seriam 5,12 bilhões, acompanhados da conta em aço, petróleo, eletricidade e tudo o mais que seria necessário para produzi-los. Um planeta assim consumiria todo o petróleo que pode haver no nosso pré-sal (150 bilhões de barris) em menos de um ano. E para alimentar os 6,7 bilhões de bocas do mundo com a mesma quantidade de carboidratos e proteína que os 307 milhões de americanos consomem? Dureza: faltaria solo no mundo. Uma alternativa seria turbinar a irrigação. Mas aí a água, que já está em falta, não daria conta: para fazer a carne de um hambúrguer, por exemplo, vão 11 mil litros d'água (contando o que o boi bebe e o que vai no cultivo de ração). O jeito seria dessalinizar água do mar. Mas fazer isso consome mais energia do que temos como produzir de forma sustentável hoje. Quer dizer: ou temos uma revolução tecnológica ou esqueça”(SCHNEIDER, 2009).

"Vários estudiosos têm demonstrado que, se tentássemos fazer com que o mundo inteiro tivesse o padrão de vida norte-americano, os recursos naturais do planeta não durariam até o final do século." (Gonçalves & Barbosa, 1989:80) Apud (VEIGA, 1993)

Assim sendo, pode-se perceber a importância do designer neste cenário de depredação, e como um bom design pode fazer a diferença quebrando paradigmas e inovando. O designer tem um grande papel para a promoção de produtos mais sustentáveis, pois é ele que pensa como será, que materiais serão utilizados e como será feito o processo de confecção do

produto. Assim, o designer tem um papel fundamental para o desenvolvimento sustentável. Porém, é importante observar que toda uma estrutura social e econômica, por traz do sistema de fabricação desses produtos, descontextualiza o processo sustentável, o tornando inviável, pois, a partir deste ponto não poderia ter essa mesma estrutura social de consumo. Desta forma, é possível discutir estas estruturas e buscar um novo paradigma para o dilema do consumo e, de certa forma, desenhar a sociedade.

A falta do pensamento sustentável está em diversas escalas na sociedade, desde nossas infraestruturas, que nos ajudam a nos manter vivos e saudáveis, até o consumo exagerado sem escala apropriada realizada por ricos e pobres. Neste aspecto, os ricos privam os pobres de suprirem suas necessidades de ordem primeira, que são as necessidades sociais básicas: alimentação, moradia, saúde, educação de qualidade. Assim, a necessidade da busca de recursos monetários para satisfazer os pobres, o fazem precisarem do trabalho. Assim sendo, existe um verdadeiro hiato entre os padrões de vida do rico e do pobre; pois, enquanto o rico vive seus gastos de supérfluos e fartura de alimentos, bens e boa educação, que o possibilita a perspectiva de futuro financeiro melhor, o pobre fica em uma situação que o impossibilita ou o dificulta poupar recursos para melhoria do seu bem estar, para através da “mais valia” bancar a fartura do rico. Dentro desta fartura, alguns homens, para não dizer poucos, adquiriram padrões de consumo que buscam novas necessidades, muitas dessas, pautada em regalias que alimenta e gira toda a sociedade.

O mercado financeiro ávido por “inovações” que façam aumentar o consumo de produtos criam estas novas necessidades e de forma caótica e mercadológica dissemina estas necessidades ou produtos supérfluos para outras classes sócias. O desenvolvimento sustentável em um determinado nível terá de superar essas necessidades e trazê-la para um novo patamar, alterando o modo de vida hoje adotado pela maioria das pessoas. Sendo assim, impossível pensar o desenvolvimento sustentável sem uma mudança no paradigma social de consumo.

Assim, é necessário também pensar bons produtos que possuam valor social e tenham uma boa durabilidade, ou seja, tenha uma obsolescência programada dentro de um padrão aceitável nos níveis econômicos e ecológicos de recursos para produção do mesmo. Este produto deve ser pensado desde sua extração com baixo impacto ambiental, com um material que possa ser renovado e reutilizado e que sua descartabilidade quando realizada não agride o meio ambiente (*Cradle to cradle*).

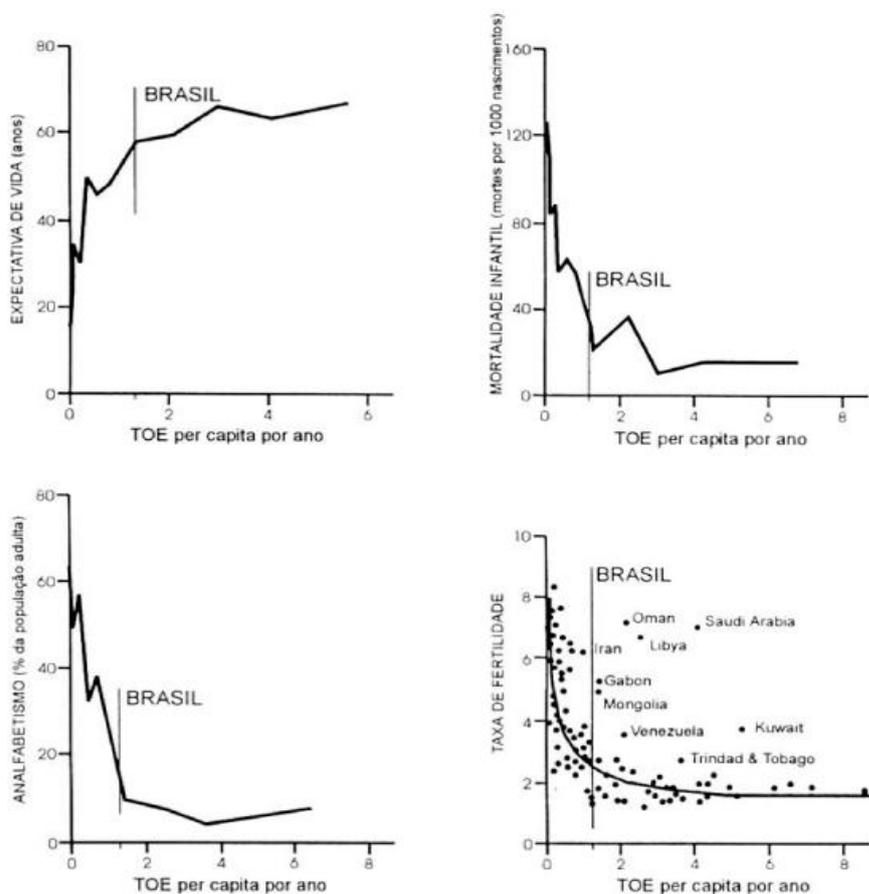
A grande comprovação de que o homem vem alterando o clima e depredando o ambiente, através da extração de matéria prima para confecção de seus produtos e a busca pela energia para usa-los e cria-los, vem dos dados da emissão do CO₂.

“O dióxido de carbono (CO₂) é o principal responsável por mais de 80% da poluição que gera o aquecimento global. Os níveis atmosféricos de CO₂ hoje são maiores que em qualquer outro período nos últimos 420 mil anos. A maior parte do CO₂ vem de carvão, óleo e gás. Aproximadamente 97% do CO₂ emitido pelos países industrializados do ocidente vêm da queima de carvão, óleo e gás usados para produzir energia. Aproximadamente 23 bilhões de toneladas de CO₂ são lançados na atmosfera anualmente. São mais de 700 toneladas por segundo.” (WWF Brasil)

O aumento da temperatura da Terra está desequilibrando o ecossistema tornando-o cada vez mais inviável à vida humana no planeta. A energia, que é o principal ingrediente para produção do produto, pode ser usada até para indicadores de desenvolvimento de países, pois estes indicadores estão relacionados ao PIB. Logo, a energia é um ingrediente essencial para o desenvolvimento, que é uma das aspirações fundamentais da população dos países da América Latina, Ásia e África. O consumo de energia per capita pode ser usado como um indicador da importância dos problemas que afetam estes países, onde se encontram 70% da população mundial.

Na maioria dos países, nos quais o consumo de energia comercial per capita está abaixo de uma Tonelada Equivalente de Petróleo (TEP) por ano, as taxas de analfabetismo, mortalidade infantil e fertilidade total são altas, enquanto a expectativa de vida é baixa. Ultrapassar a barreira 1 TEP/capita parece ser, portanto, essencial para o desenvolvimento. À medida que o consumo de energia comercial per capita aumenta para valores acima de 2 TEP (ou mais), como é o caso dos países desenvolvidos, as condições sociais melhoram consideravelmente. O consumo médio per capita nos países industrializados da União Européia é de 3.22 TEP/capita; a média mundial é de 1.66 TEP/capita. As relações entre os indicadores sociais e a produção de energia podem ser observadas no gráfico 1. (GOLDEMBERG, 1998)

Gráfico 1: Comparativo entre Indicadores sociais vs produção de energia.



Fonte: GOLDEMBERG, 1998

Tabela 1: Consumo de Energia no Brasil (1996)

Setor	$\times 10^3$ TEP	%
Indústria	78.356	39.8
Transportes	43.638	22.2
Residencial	32.397	16.4
Comércio e Setor Público	18.128	9.2
Agropecuário	9.185	4.7
Energético	15.279	1.7
<i>Total</i>	<i>196.983</i>	<i>100.0</i>

Fonte: GOLDEMBERG, 1998

O setor industrial é o principal consumidor de energia em países como o Brasil (tabela 1), devido à sua importância para produção de produtos, é que podemos concluir que a maneira como esses produtos estão sendo confeccionados e sua importância real para sociedade são fatores fundamentais para determinar o nível de contribuição para a

sustentabilidade. Assim, não pensando o desenvolvimento, mas a sustentabilidade em si é que podemos ver o impacto daquilo que serve de contribuição para sociedade.

O produto tem fases no seu ciclo de vida: extração, produção, distribuição, consumo e tratamento de lixo. Atualmente, a maioria dos designers se preocupa apenas com uma fase: o consumo; e é a partir daí que vêm as perguntas-chaves dos designers: como fazer um produto barato, com alto valor agregado e que seja rapidamente consumido pelo mercado? Um produto com uma alta lucratividade pelo seu poder persuasivo de venda, seria um sonho para qualquer designer. Alguns designers até pensam no apelo sustentável, porém, como propaganda para o produto e não na possibilidade dele ser de fato sustentável. Hoje, a maioria das soluções sustentáveis para diminuir os danos destes produtos e suas descartabilidades está na solução do fim de tubo; soluções que diminuem o problema mas não resolve o panorama geral.

“A origem desses problemas está na verdade na fase do projeto, ou seja, na concepção, no desenvolvimento e na seleção dos materiais. O projeto de um produto vai definir, pelo design, a escolha dos materiais, os processos e técnicas de fabricação, de componentes e peças até da montagem final do produto. Tem-se assim, à montante, a extração de minerais seu beneficiamento e sua transformação em materiais que vão entrar como matéria-prima na produção de bens de consumo, máquinas e equipamentos os quais ao longo como ao fim de suas vidas vão ter que ser descartados ou reciclados. O reaproveitamento dos materiais pela reciclagem ou recuperação energética prolonga o ciclo de vida dos materiais componentes dos produtos representando assim uma forma de poupar recursos naturais não renováveis, cuja exaustão em alguns casos já se anuncia próxima.” (MEDINA, 2006)

É necessário pensar um produto através do projeto, pois é através do projeto que se poderá entender as potencialidades para este se enquadrar dentro de uma perspectiva sustentável. É através do projeto que se é possível inovar o seu processo produtivo, o uso e o descartar para que este possa minimizar os impactos ao meio ambiente ao longo de todo seu ciclo de vida. Neste aspecto “a degradação do meio ambiente, que tem sido objeto de alarmes há décadas, é sem dúvida um notável exemplo de sequelas da utilização de novos conhecimentos sem uma prévia consideração dos efeitos sobre as condições de vida no longo prazo.” (BURZTYN, 2001)

O homem vive uma lógica mercadológica que fomenta o alto consumo independentemente dos níveis de tolerância do meio ambiente. Dentro desta lógica falaciosa, o desenvolvimento sustentável, pensando apenas no produto, passa ser uma utopia, pois a lógica mercadológica da obsolescência programada e a obsolescência consciente estimula o

consumo desenfreado e irracional, depredando os recursos naturais do planeta e justificada por uma economia da não economia, onde a lógica do consumo faz as engrenagens do desenvolvimento girarem para um ciclo de puro consumo. Este tipo de economia está fadada ao fracasso, pois já se entende que os recursos naturais são finitos e a cada dia mais tendem para um fim próximo.

O consumo desenfreado obscurece a visão de falência dos recursos naturais, levando à necessidade do dia-dia de adiar esta discursão e leva-la para universo utópico. “Utopia? O desenvolvimento sustentável é uma utopia possível e sua construção é plausível, por que a crise atual dos paradigmas que movem o progresso industrialista não autoriza a ousadia de se pensar um outro modo de desenvolvimento humano” (BURZTYN, 2001).

Na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pelas Nações Unidas para discutir e propor meios de harmonizar dois objetivos: o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental; é pensado o conceito de desenvolvimento sustentável no atender das necessidades do presente sem comprometer o atendimento das necessidades das nações futuras. Neste sentido, é possível estabelecer um novo olhar do ponto de vista social para a questão da importância do projeto para uma sustentabilidade. E é dentro desta perspectiva que surge a necessidade de um projeto não somente do produto, mas de toda a cadeia que o precede; ou seja, é necessário se pensar um design para a sociedade; pensar uma sociedade que pense no futuro e não no consumo de hoje. Assim, o produto deve ser pensado em um ciclo de vida fechado (*cradle to cradle*) onde a sua confecção não deve degradar o meio ambiente nem a qualidade de vida daqueles que estão envolvidos com o produto. Sendo o homem parte da sociedade e sendo ele um produto que vai traçar novos rumos para uma sociedade melhor, é possível afirmar que o homem pode realizar um design de uma sociedade mais igualitária e mais justa, onde todos deixem de serem produtos e possam simplesmente ser.

5.4 A CRISE DO SUJEITO

“O decisivo não é quanto alguém sabe/domina, mas sim que postura assume na permanente busca pelas verdades, não um torno da posse da verdade” (BURZTYN,2001). Como já dizia o filósofo grego Sócrates: “sei que nada sei”. Hoje a sociedade é conduzida por incertezas, pois muitas das certezas sucumbiram ao logo do tempo e o apego a outras formas de prazer intelectual se fez necessário; porém, a intelectualidade deu espaço àquilo que é certo

e verdadeiro o objeto, ocasionando em uma sociedade do descartável, onde todas as relações passam a ser descartáveis assim como o produto que elas consomem.

“Mas, como aos poucos todas as verdades importantes da ciência tem de se tornar cotidianas e comuns, mesmo essa pouca satisfação desaparece, assim como há tempos deixamos de nos divertir ao aprender a formidável tabuada. Ora se a ciência proporciona cada vez menos alegria e lançando suspeita sobre a metafísica, a religião e a arte consoladores, subtrai cada vez mais alegrias, então se empobrece a maior fonte de prazer, a que o homem deve quase toda sua humanidade. O curso posterior do desenvolvimento humano pode ser previsto quase com certeza: o interesse pela verdade vai acabar, á medida que garanta menos prazer; a ilusão, o erro, a fantasia conquistarão passo a passo, estando associados ao prazer, o território que ates ocupavam: a ruína das ciências, a recaída da barbárie, é a consequência seguinte.”(NIETZSCHE,1884-1900)

Atualmente, não somente o produto é o objeto, mas as pessoas se tornaram produtos de si mesmos. Bob Marley (1945-1981) pergunta: “Deus fez as pessoas para serem amadas e as coisas para serem usadas; mas porque amam as coisas e usa as pessoas?” Com esta pergunta, ele mostra o quanto a sociedade atual não valoriza o ser sujeito, em detrimento das coisas. Muitos que seguem esse pensamento de forma inconsciente, ou até mesmo consciente, valorizam as posses que o sujeito conquistou ao longo da sua vida descartando a identidade do próprio sujeito; não importa o que ele é e sim o que ele tem e o que pode proporcionar para o indivíduo.

“O movimento próprio da ciência se desenrola através da revisão mais ou menos radical e invisível para elas próprias do conceito fundamental. O nível de uma ciência determina-se pela sua capacidade de sofrer uma crise imanentes da ciência, positivas com as próprias coisas em si mesmas hoje em dia, surgem tendências em quase todas as disciplinas no sentido de colocar as pesquisas em novos fundamentos.” (HEIDEGGER, 2005)

Desta forma, há uma inversão dos valores sociais. Não somente a sociedade contemporânea vive em barbárie, esta, comentada por Nietzsche, mas a própria sociedade está desvalorizando a si mesmo.

“Tudo que é sólido desmancha no ar; um mundo em que tudo é pervertido ou passível de perversão, tudo está sujeito às transformações que desmancha tudo que é sólido, mesmo o que parece ser mais sagrado. A burguesia, agente da modernidade, tornou tudo vendável, dessacralizou a família e desmascarou a religião, tornou profano o que era sacro, tudo virou mercadoria, tudo pode ser vendido ou comprado e gerar lucro. Até mesmo a propaganda anticapitalista pode ser capitalizável se vendável. O próprio comunismo pode virar uma mercadoria.” (BERMAN, 2008)

A própria sustentabilidade já é mercadoria, pois agora tudo é considerado produto. O produto que agora são as pessoas passa a ser desenhado por elas mesmas, valorizando o ter ao invés do ser e o ser sendo o ser material. A felicidade deixou de ser uma felicidade aristotélica, do agir bem, e passou a ser uma felicidade do possuir bens. Este modo de vida tem gerado verdadeiros conflitos psicológicos na sociedade.

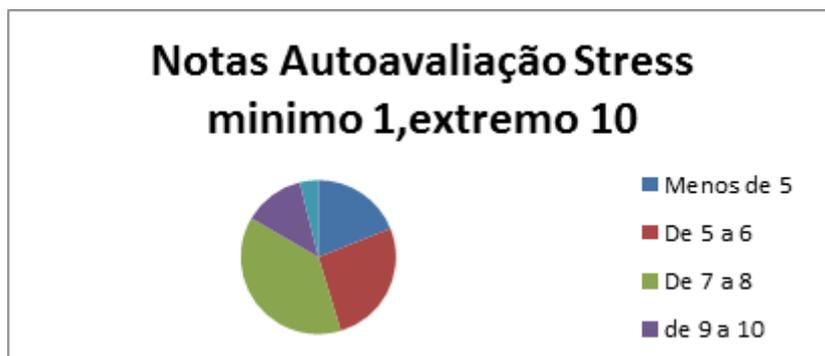
“A acumulação flexível, como vou chamá-la, é marcada por um confronto direto com a rigidez do fordismo. Ela se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional”(HARVEY, 2003).

O bem estar da sociedade na condição pós-moderna está intrinsecamente relacionado ao produto, pois no entendimento desta sociedade o desenvolvimento e o crescimento econômico são a mesma coisa. Sendo assim, o desenvolvimento é ter crescimento no PIB, uma balança favorável, superávit primário acima da meta. Desta forma, a relação que a sociedade faz com produto, independentemente de sua escala, a qual o designer é o responsável, vai definir o modo de viver desta mesma sociedade. Quanto mais produtos fazem, mais energia consumida e dentro desta cadeia os nossos recursos vão sendo absorvidos de maneira a gerar desperdícios desnecessários, pois consumir por consumir, simplesmente para gerar lucros para as grandes corporações compromete a sobrevivência das gerações futuras. Dentro desta estrutura, é difícil compreender como é possível haver desenvolvimento sustentável.

Nesta luta por possuir bens se encontra o tempo, pois a luta do homem sempre foi com o Titã Cronos. A necessidade de se tornar alguém significa ter bens na contemporaneidade, e aqueles que pensam desta forma correm ao longo do tempo pilhando e comprando bens, para enfim se tornarem alguém. Esta busca incessante tornou-se sua própria sobrevivência. O índice de stress social devido a esta correria incessante tem produzido uma sociedade cada vez mais doente.

Segundo o Instituto de Psicologia e Controle do Stress (IPCS), que fez um levantamento da incidência de stress no Brasil, descobriu-se que quando os brasileiros foram questionados sobre o nível de stress em uma escala de 1 a 10 sendo 10 o nível mais extremo; 34,26% relataram estarem experimentando stress extremo (notas 8, 9 e 10 na escala de 10 pontos), sendo que 4,02% das pessoas disseram estar experimentando o máximo de stress possível (10 na escala de 10 pontos). O resultado dessa autoavaliação sobre o stress está apresentada no gráfico 2.

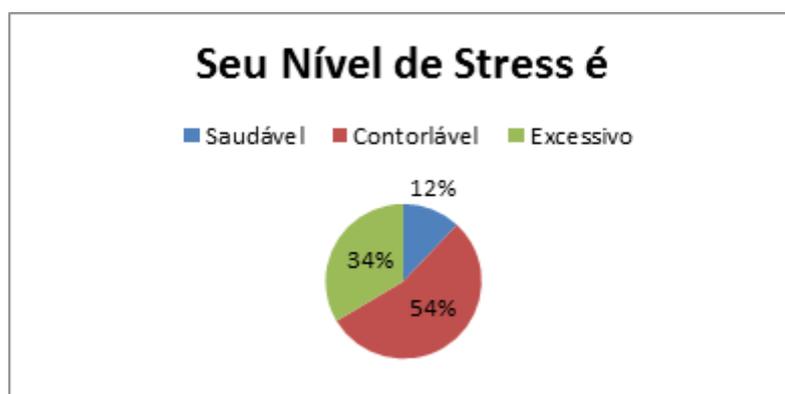
Gráfico 2: Notas de Autoavaliação do Stress



Fonte: IPCS, 2013.

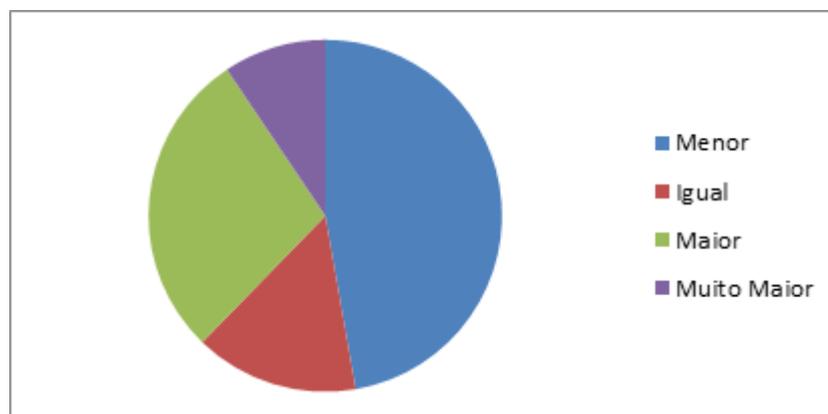
De acordo com o IPCS (2013), quando solicitados a dizerem o que consideravam ser o nível normal de stress para um ser humano adulto e se julgavam saudável o nível de stress que estavam experimentando, a quase totalidade (91,96%) dos entrevistados alegaram que o normal seria até a nota 5/6 em uma escala de 10 pontos. A pesquisa mostrou que 33% deles consideraram que seu nível de stress era excessivo, e que somente 11,96% o consideraram saudável; logo o nível de stress detectado (gráfico 3) ultrapassa o que os entrevistados consideram normal. Com base na pesquisa, mais de um terço do povo brasileiro avaliado (37,79%) considera que o stress está maior ou muito maior que no passado, 47,29% acha que está menor e 15,02% acha que está igual. Essa avaliação do nível do stress está apresentada nos gráficos 3 e 4.

Gráfico 3: Nível de Stress.



Fonte: IPCS, 2013.

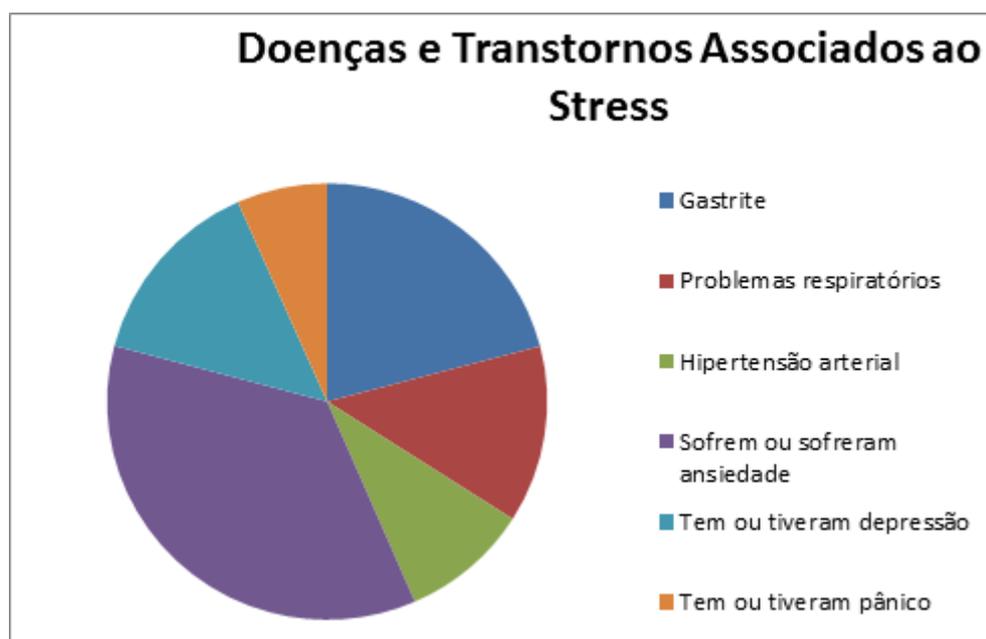
Gráfico 4: Comparativo com o Stress do passado



Fonte: IPCS

Além disso, a pesquisa realizada pelo IPCS (2013) mostra que 52,28% dos entrevistados disseram ter ou já ter tido o diagnóstico de stress, sendo que 55,60% deles sofrem ou já sofreram de ansiedade, 23,20% tem ou tiveram o diagnóstico de depressão e 10,37% tem ou tiveram pânico, todos esses transtornos sendo de origem psicológica; e gastrite, asma ou outra doença respiratória lideram as doenças psicossomáticas.

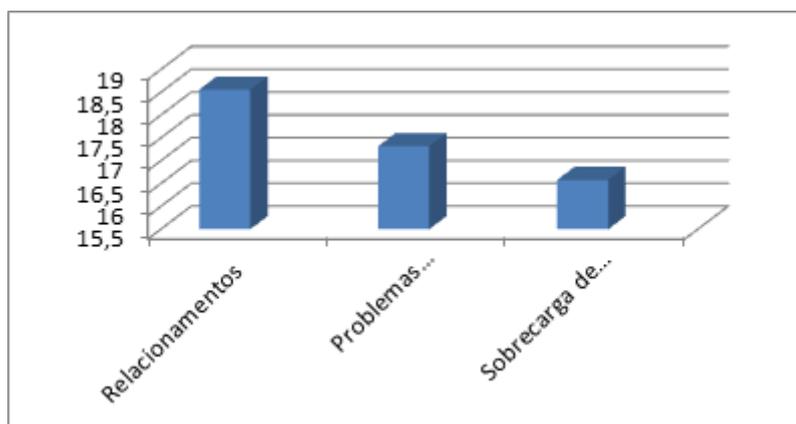
Gráfico 5: Doenças e Transtornos Associados ao Stress.



Fonte: IPCS, 2013.

Como mostra o gráfico 7, “a pesquisa averiguou o que mais criava stress. As relações interpessoais (18,56%) surgiram como o numero 1 dos estressores, seguida de dificuldades financeiras (17,32%) e sobrecarga de trabalho (16,58%)” (IPCS, 2013).

Gráfico 6: Comparativo do que criava mais Stress



Fonte: IPCS, 2013.

Além disso, ainda de acordo com IPCS (2013), foi verificado que as relações familiares contribuem de modo mais significativo para o stress dos brasileiros, seguidas de relacionamentos amorosos (gráfico 8).

Gráfico 7: Relacionamentos considerados mais estressantes.



Fonte: IPCS, 2013.

O estudo pesquisou as estratégias de enfrentamento que os brasileiros utilizam para lidar com o nível de stress elevado que experimentam no seu dia a dia. A tabela 2 permite verificar que a grande maioria (75,74%) “conversa com amigos ou familiares” na busca de alívio, e 71,37% tenta analisar e eliminar a sua fonte de stress (IPCS, 2013).

Tabela 2: Maneiras de lidar com o próprio Stress.

Tabela Medidas que Utiliza para lidar com o Próprio Stress	
Conversa com amigos ou familiares	75,74%
Analisa a fonte de seu stress e tenta elimina-la de sua vida	71,37%
Faz exercício físico	63,97%
Reza, ora, faz irradiações mentais	62,45%
Lê revistas ou livros	59,56%
Come	53,87%
Procura um psicólogo	42,60%
Faz compras	38,53%
Faz massagem	37,25%
Vai ao salão de beleza	32,25%
Procura um médico	25,69%
Utilizam calmantes ou outros remédios	21,81%
Utiliza bebida alcoólica	16,52%
Procura um acupunturista	16,23%
Procura um centro espírita	15,83%
Procura um padre ou um pastor	10,39%
Fuma cigarros	9,75%
Fuma maconha	3,19%
Utiliza cocaína ou outras drogas	0,69%

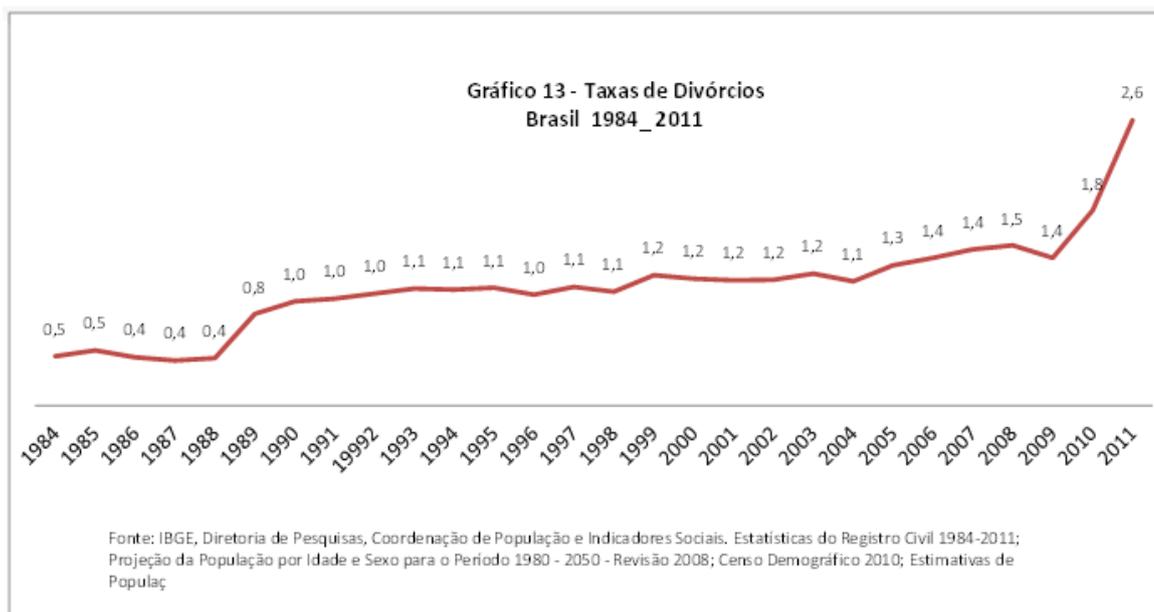
Fonte: IPCS

A condição do indivíduo no meio social e a luta contra o tempo pelo capital, que é o meio de sobrevivência no sistema capitalista, pode gerar um mal estar social, desde crises familiares e amorosas, até doenças psicossomáticas. O fato é que as famílias são a principal responsável por estas crises psicológicas devido ao entendimento de uma família “pós-moderna” (David Harvey), que entende a relação humana vista pelo aspecto do produto. Se o homem agora é um produto então este deve ser tratado como tal. A relação humana agora serve como escalada para a possibilidade de aumento do consumo, ou seja, um melhor bem financeiro. A partir do momento que se perdeu o interesse financeiro pelo indivíduo, também este pode ser descartado, ou seja, usou e jogou fora, como se fosse um objeto.

As famílias, que são o seio de toda humanidade e da estrutura da sociedade, têm gerado incertezas quanto à veracidade do seu conforto e do seu aconchego. A família foi dessacralizada e o índice de divórcio vem crescendo a cada ano. As relações de matrimônio, têm apresentado índices de instabilidade que as fazem durar menos do que deveriam. O casamento passou a ser um ato da moda, e as relações têm durado muito pouco.

“O número de divórcios no Brasil em 2011 chegou a 351.153, um crescimento de 45,6% em relação a 2010 (241.122). Isso fez com que a taxa de divórcios atingisse o maior valor desde 1984, ainda maior que no ano anterior (1,8%). Em 2011 foram registrados 351.153 processos judiciais concedidos ou escrituras públicas de divórcios, um crescimento de 45,6% no total de divórcios no país, em relação a 2010. Com isso, a taxa de divórcios teve comportamento diferenciado, atingindo o maior valor desde 1984 (2,6%)”(IBGE, 2012)

Gráfico 8: Taxas de divórcio no Brasil.



Fonte: IBGE, 2012.

A sociedade está cada vez mais prisioneira da dinâmica do uso, e as relações dos casais menos atreladas à dependência econômica de um dos cônjuges; reflexo principalmente do novo posicionamento da mulher diante do mercado, que hoje são mais independentes financeiramente, e, devido a isto, podem decidir se ficam ou não em um relacionamento, quando antes, dependia financeiramente do cônjuge e tinha medo de perder o sustento dela e de seus filhos. De certo modo, isto é um ponto positivo para o sistema, porém, mostra o quanto as relações do casamento em uma sociedade pós-moderna são contratos financeiros e um ganho de um objeto. Segundo o economista e professor de Direito Aldo de Medeiros Lima Filho, tem aumentado os casamentos realizados sem planejamento. “Muitas vezes, as pessoas ainda mal se conhecem e se casam. Depois, não esperam uma maturação do casamento e logo optam pelo divórcio.” Para ele, essa é a nova característica dos relacionamentos que deve-se

acentuar nos próximos anos, e que, os casamentos tendem a ser cada vez mais curtos. Também devem crescer o número de relações sem a oficialização do casamento.

É possível observar que a estrutura tradicional de família tem entrado em colapso, dando espaço para novos tipos de relacionamentos. O fato é que, de modo geral, a família tem apresentado estruturas cada vez menos resistentes às crises, e de certo modo, se tornaram frouxas. A facilidade com que estas famílias tendem ao fim, demonstram, como as relações contemporâneas vêm sofrendo com a ideia do descartável. Infelizmente, a relação entre as pessoas passou a ser uma jogada de marketing pessoal, ao invés de ser algo do sentimento real entre os indivíduos.

A importância do marketing pessoal vem através do jogo político entre as pessoas, pois é através do sistema político que o indivíduo consegue angariar projeções de ganhar o capital. Ou seja, as relações contemporâneas estão baseadas muitas vezes na possibilidade de se ganhar dinheiro através destas relações. A partir do momento em que o homem passou a ser produto dele mesmo, nele também pode ser aplicado o marketing.

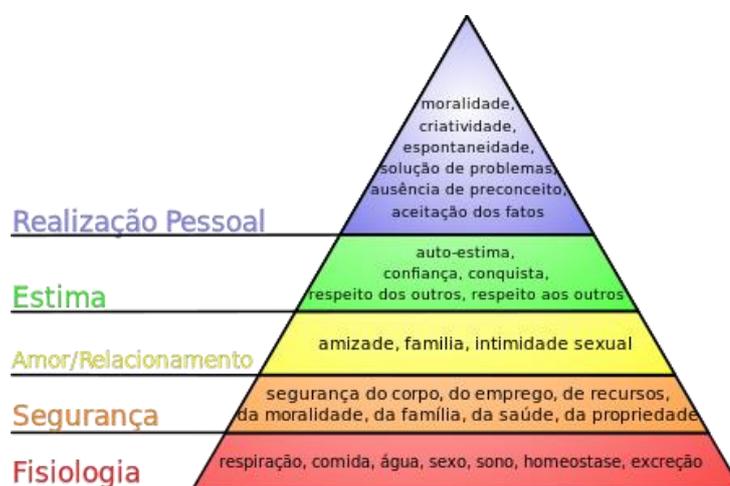
O marketing é uma ferramenta usada para vender produtos; neste sentido, tudo agora passa a ser possível de ser aplicado no marketing, e tudo se tornou vendável. Segundo Kotler (1931) e Armstrong, produto pode ser qualquer coisa que possa ser ofertada para o mercado para atenção, aquisição, uso ou consumo, e que possa satisfazer um desejo ou necessidade.

“Profissionais oriundos das áreas humanísticas tendem a visualizar o produto como uma fonte de atendimento das necessidades dos seus usuários. Neste caso, a definição das características de produto deveria ser efetuada de modo a atingir os diferentes níveis de necessidades presentes nos seus diversos usuários. Profissionais da área de Marketing vêem o produto como uma forma de satisfação dos interesses do cliente, um dos elementos fundamentais para se garantir sucesso na comercialização. Neste caso, a concepção do produto não se restringe à definição das suas características físicas constituintes, mas abrange, também, todos os demais elementos relacionados com a viabilização da sua comercialização.” (LEVITT, 1983)

Para a venda de produto através do Marketing é necessário compreender que o produto genérico consiste no conjunto de características técnicas que configuram o benefício deste produto em produto básico. No caso de um artefato que pode ser manipulável, o produto genérico será o objeto físico em si; no caso de um serviço, será o conjunto de elementos básicos que permitem a prestação daquele serviço. Para que esse artefato ou serviço seja disponibilizado ao cliente, deve existir um conjunto de itens esperados pelo cliente para que haja a compra; e dentro destes itens esperados para o produto, englobam as condições de entrega, distribuição, garantia, serviços de instalação, manutenção.

Nesta expectativa do produto, ocorre uma supervalorização da ideia de produto, que abrange as formas de diferenciação do produto através da “ampliação” da oferta de benefícios do produto esperado. Nesta definição de produto também é importante ressaltar a imagem da marca, posicionamento da empresa e do produto no mercado e o seu nível de agregação de valor. O homem, como um grande consumidor, estuda minuciosamente a si mesmo para poder vender seus produtos e continuar se perpetuando através do lucro adquirido de suas vendas. Esta necessidade de consumo pode ser resumida na pirâmide de Maslow (1908-1970) apresentada na figura 30.

Figura 30 : Pirâmide de Maslow.



Fonte: Google Images ®, 2015.

É importante perceber, de acordo com esta pirâmide, que a “realização pessoal” descrita é bem diferente da qual normalmente os produtos conseguem ofertar; porém, muitos são vendidos através da percepção de uma realização pessoal ou melhora da autoestima, como se estes produtos fossem a solução para os problemas do cotidiano. Pode-se dizer que a indústria contemporânea do marketing consegue vender qualquer produto que esteja relacionado a esta pirâmide.

“Com base nas definições preconizadas pela área de Marketing, a própria visão de produto sofreu modificações ao longo do tempo. Tanto bens, fisicamente tangíveis, como serviços, intangíveis, passaram a ser considerados formas diversas de produtos. O pacote-produto adquirido pelo cliente passou a ser considerado um composto, em proporções variáveis, de bens e serviços. Note-se que esta é uma visão incorporada, também, por exemplo, pela área de Engenharia da Produção. Também com relação ao estudo das diferentes visões entre áreas de conhecimento, é fundamental assinalar a contribuição da área de Design (Desenho Industrial e Desenho Arquitetônico) relacionada à compreensão sobre a relação do usuário com o produto (especialmente, do produto do tipo bem). A funcionalidade do produto em termos simbólico, estético e ergonômico floresceu com o

desenvolvimento das escolas orientadas ao estudo desse tema (como, por exemplo, a Bauhaus). A Engenharia, por sua vez, sempre concentrou seus esforços na concepção estrutural do produto, tendo como pano de fundo, via de regra, a concretização da sua utilização em termos de função prática. Para tanto, contou com a disponibilização dos estudos em Física Teórica e Física Aplicada - e do desenvolvimento das tecnologias de base decorrentes. A estruturação do conhecimento relativo a produtos nos diversos ramos da Engenharia, de que é exemplo a obra de Shigley (1981), é genericamente englobada sob a denominação engenharia do produto (também se utiliza a denominação projeto de engenharia, tradução da expressão, em Língua Inglesa, Engineering Design)”(CUNHA, 2008).

O marketing subverteu o sujeito e os conceitos, e transformou tudo que é possível de venda em produto. A necessidade em ser alguém hoje, é a necessidade de possuir coisas e não de fazer coisas; e atualmente, esta é a verdadeira persuasão da sociedade pós-moderna. A ação deixou de definir o sujeito, e, deste modo, se ele conseguir seu objetivo independentemente dos meios para adquiri-lo, ele será cultuado por isto.

”Como não há tribunal para reclamar das ações de todos os homens, e principalmente dos príncipes, o que conta por fim são os resultados. Cuide, pois o príncipe de vencer e manter o Estado: os meios serão julgados honrosos e louvados por todos, porque o vulgo estar sempre voltado para as aparências e para o resultado das coisas, e não há no mundo senão o vulgo.”(MACHIAVELLI,2007).

O objetivo da condição pós-moderna, por enquanto, não é manter o Estado e sim as posses e o *status quo*, pois agora todos podem ser príncipes e já que “Deus esta morto, então tudo é permitido”. Neste sentido de os fins justificando os meios, os conceitos foram subvertidos, pois

“todo conceito remete a um problema, a problemas sem os quais não teria sentido, e que só podemos ser isolados ou compreendidos na medida de sua solução: estamos aqui diante de um problema concernente à pluralidade dos sujeitos, sua relação, sua apresentação recíproca. Mas tudo muda evidentemente se acreditamos descobrir um outro problema: em que consiste a posição de outrem, que o outro sujeito vem somente “ocupar” quando ele me aparece como objeto espacial, e que eu venho, por minha vez, ocupar como objeto espacial quando eu lhe apareço? Deste ponto de vista, outrem não é ninguém, nem sujeito nem objeto, então, um conceito a priori de devem derivar o objeto espacial, o outro sujeito e o eu, não o contrário. A ordem mudou, do mesmo modo que a natureza dos conceitos ou que os problemas aos quais se supõe que respondam, deixam de lado a questão de saber que diferença há entre um problema na ciência e na filosofia. Mas, mesmo na filosofia, não se cria conceitos, em não ser em função dos problemas que se consideram mal vistos ou mal colocados”(DELEUZE,1992).

No decorrer do tempo, o marketing e outras disciplinas se apropriaram daquilo que elas chamam de conceito, para ilustrar e vender produtos, ludibriando a mente de seus fruidores e subvertendo o sujeito em objeto e o objeto em sujeito, confundindo a clareza de alguns conceitos, quando na verdade não há a criação de conceito, mas a criação de percepções que passam uma ideia de conceito, que em verdade, não é conceito, e sim uma percepção, um modo de ver.

“Enfim, o fundo do poço da vergonha, a publicidade, todas as disciplinas da comunicação apoderaram-se da própria palavra conceito e disseram: é nosso negocio, somos nós os criativos, nós somos os conceituadores! Somos nos os amigos do conceito, nós os colocamos em computadores. Informação e criatividade, conceito e empresa: uma abundante bibliografia já...O marketing revete a ideia de uma certa relação entre o conceito e o acontecimento; mas eis que o conceito se tornou o conjunto das apresentações de um produto(histórico, científico, artístico, sexual, pragmático...) e o acontecimento, a exposição que põe em cena apresentações diversas e a “troca de idéias” à qual supostamente dá lugar. Os únicos acontecimentos são as exposições, e os únicos conceitos, produtos que se pode vender. O movimento geral que substituiu a Critica pela promoção comercial não deixou de afetar a filosofia. O simulacro, a simulação de um pacote de macarrão tornou-se o filosofo, o personagem conceitual ou o artista.” (DELEUZE,1992).

Nesta guerra dos conceitos onde não há vencedores só perdedores, o ideal de que os fins justificam os meios, prioriza a venda de produtos em detrimento ao bom entendimento e percepção do mundo, moldando uma sociedade cada vez mais egoísta, mesquinha e hipócrita. Assim, talvez o grande intermediador dessas questões seja a necessidade do capital com fim no lucro. Em verdade, o capital não vive sem o lucro, e suas crises normalmente são geradas por excesso de lucro sem uma justificativa real, ou seja, a crise financeira no capitalismo tem a função de racionalizar a irracionalidade do capital pois “a sobrevivência do capitalismo depende da permanente superação ou neutralização dessa barreira potencial à acumulação sustentada” (HARVEY, 2011).

“Segundo Heidegger as pessoas vivem no mundo onde o imperativo é a ciência, e o arauto da ciência é a técnica, então é o mundo de uma filosofia específica que é a metafísica da subjetividade. Segundo ele, esta metafísica precisa de um ponto de apoio no sujeito ancorado nas metodologias, o sujeito é aquele que conhece e o objeto é o conhecido, o sujeito é o que manipula o objeto e o objeto é manipulado, isto tanto do ponto de vista do conhecimento, quanto do ponto de vista da pratica. Neste entender é possível dizer que esta metafísica da subjetividade restaura a relação objeto sujeito, porem esta metafísica criou uma relação com humanismo, ou seja, o sujeito agora é o homem, e desta forma tudo que posto da relação do sujeito e objeto é posto para homem, sendo o sujeito o homem e tudo pode ser manipulado pelo homem, o homem vai manipular o sujeito para ser objeto e neste ponto

de vista ele esta manipulando a si mesmo, para que tudo possa ser manipulável por ele, até ele mesmo dando espaço para técnica torna tudo em coisa” (PAULO GHIRALDELLI, 2008).

E a grande necessidade para essa inversão do modo de ver objeto e sujeito vem da necessidade de se vender coisas para que se possa obter o capital.

“A força original da ideia de bem estar produzida pela sociedade industrial repousa exatamente nesta promessa de democratização do acesso a produtos que produzem o esforço, aumentam o tempo livre e estendem oportunidades de escolha individual, ou seja, aumentam a liberdade individual.

A crise do bem estar baseado no produto começa com uma questão muito concreta e possivelmente devastadora: a promessa de liberdade individual e democracia de consumo sobre o qual esta se baseia não foi mantida e mais significativamente, estamos descobrindo que não pode ser mantida nem agora nem no futuro”. (MANZINI, 2008 p.40)

5.5 OUTRO PRODUTO

“O centro do mundo esta em todo lugar o centro do mundo é o que se ver de onde se estar... De fato se queremos escaparmos a crença que esse mundo nos apresentado é verdadeiro e não queremos admitir a permanência de sua percepção enganosa. Devemos considerar a existência de três mundos em um só: o primeiro seria o mundo tal como os fazem velo, a globalização como fabula; o segundo seria o mundo tal como ele é a globalização como perversidade; e o terceiro o mundo como ele pode ser , uma outra globalização ...estamos fazendo os ensaios do que será a humanidade. Nunca houve”.(SANTOS, 2001)

Na última frase da citação, mostra como o ser humano não deu o passo seguinte, apenas criou para si amarras que subjuga as classes menores. A verdade é que a humanidade é ainda muito irracional e selvagem, apesar de seus avanços nos compôs tecnológicos e na sua distribuição social de trabalho, o homem ainda vive do ponto de vista da moral e talvez espiritual do mesmo modo que há séculos atrás e neste sentido só tenha mudado a técnica como o jogo é feito e nas proporções que tudo é executado.

Visto que o homem não evolui no aspecto de aplicar sua intelectualidade no fator social, para este mover uma projeção de futuro melhor e não do pessimismo. É de entender que a dinâmica social quando se há um ponto de interseção, ou melhor, um ponto de extrema necessidade, faz com que a humanidade instintivamente se adapte a determinadas situações extremas. O fato é que a humanidade só muda quando há a necessidade de mudar, muitas vezes o processo esta na própria mudança. O jogo perigoso que tem se tornado as brigas

religiosas entre continentes e as guerras pelos recursos demonstram como a humanidade ainda não encontrou seu equilíbrio social, o equilíbrio no ponto de vista da escala mundial.

A humanidade, por sua vez, encontra-se em um ponto de interseção, pois os discursos que antes eram apenas políticos do ponto de vista da economia: capitalismo versus socialismo agora encontrou um novo discurso na sustentabilidade, não aquela que é produzida para se vender produtos, mas na sustentabilidade real, aquela que assegura o futuro de outras gerações. Este discurso é no momento uma pauta em escala global, devido à compreensão que o advento da revolução industrial - apesar de ter trazido benefícios à humanidade, também a tornou mais nociva ao seu planeta.

Sendo o planeta ainda o único lugar possível à vida da humanidade, não pode ele ser utilizado de qualquer forma. É possível compreender então que se este planeta não for cuidado, as condições tornarão a vida humana impossível, e neste ponto de vista alguns agentes da humanidade se encontram ideologicamente dispostos a correr atrás do tempo perdido. Porém, o conceito de sustentabilidade quando não é um conceito vendável, ou seja, quando este não é artifício de venda de nenhum produto, ele não se torna algo tangível.

Para a humanidade de fato se tornar sustentável, compreendendo a sustentabilidade como aquela que dá condição de vida para as próximas gerações, ela precisa compreender a interação desta sociedade com a natureza como se fosse um ciclo natural da água, sem causar impacto algum ao planeta e fazendo parte dele. Devido a isto, é importante mudar o paradigma de construção do conhecimento, passar da linha mecanicista da ação e reação para o entendimento holístico de toda uma dinâmica estruturada.

O design pensado pelo *cradle to cradle* já é uma opção de designer a ser seguido; ele não muda, de certo modo, o fundamentalismo do consumo, pois há necessidade de pensar a sociedade não apenas através do produto, mas através de outra dinâmica. Deste modo, visto que a mudança só tem ocorrido através do ponto de interseção da necessidade e este é o “bater de asa” da sociedade em escala mundial, fica o entendimento que se a sociedade precisar de um evento cataclísmico para haver mudanças, talvez a partir deste ponto não possa mais ter volta.

“O lixo pode ser reciclado, a água poluída tratada e recuperada, bem como certos solos, mas é difícil evitar agressões à Terra a menos que abandonemos o progresso como meta desejada por todos”. (Goldemberg, 1989:9 apud VEIGA, 1993).

O homem agora então, precisa pensar em si mesmo como um produto, para assim poder vencer o desafio de sobreviver às crises de escassez que terão de enfrentar a partir do

entendimento de uma sociedade mais sustentável. Para isso é necessário pensar um novo produto de homem que seja mais racional com seu habitat.

O homem então criou seu super-homem capitalista, sendo a besta selvagem o espelho para um design de homem que luta pela necessidade de se conseguir o capital, e que se redesenha quando a escassez de recursos, ou quando seu instinto de sobrevivência, percebe o perigo de extinção. O problema dessa percepção de mundo, é que não o deixa perceber o quão selvagem o homem se tornou.

De fato, como pode o homem negar a si mesmo, quando o mais dos vorazes sistemas faz dele o que ele é? O engodo da guerra silenciosa da política social mostra que homem precisa ser o vulgo muitas vezes para não haver a guerra real, porém, a necessidade do ponto de vista psicanalítico o faz fera. Nesse sentido, os fins justificam os meios e a procura do meio termo na ética é uma realidade visceral. No entanto, se não há escapatória desta prisão, então é necessário ver este cenário de marionetes dentro de outro paradigma, para de fato o homem retomar sua humanidade.

“A transição rumo à sustentabilidade será um processo de aprendizagem social no qual os seres humanos aprenderão gradualmente, através de erros e contradições, a viver melhor consumindo (muito) menos e regenerando a qualidade do ambiente, ou seja, do ecossistema global e dos contextos locais onde vivem mais especificamente se o papel do design político das instituições rumo à sustentabilidade, para os designers, empresas e também para os cidadãos comuns em suas comunidades e organizações a possibilidade de ação recai na capacidade de dar uma orientação estratégica às próprias atividades, em outras palavras, na sua habilidade em definir objetivos que combinem suas próprias necessidades e exigências com critérios da sustentabilidade que estão gradualmente vindo a tona.”(MANZINI,2008 p. 28)

6 CONCLUSÃO

A revisão histórica demonstrou que o homem está cada vez mais dependente do produto que ele cria, tanto pela sua função em si, quanto pela sua significância social. O produto foi construindo uma história de significados e importância à medida que a sociedade mudava pelo seu uso. Diferentemente das artes, o produto é a base para a reprodução do capital, e a sua obsolescência é fundamental para a rápida adaptação ao mercado.

Viver é um ato de consumo. E o capitalismo tem as suas bases no consumo e na sua auto adaptabilidade às necessidades humanas. Por isso, criticar o consumo é criticar o capitalismo. O capitalismo do *carpe diem* faz o consumo irracional, pois ele só opera no limite das necessidades e fora de uma racionalidade da necessidade. Através do produto e do ato de consumo, o capitalismo molda o homem. O que ficou claro, devido à necessidade da sustentabilidade, é que o homem precisa se adaptar através de seu intelecto para poder possuir um amanhã mais sustentável, do contrário, sua irracionalidade pode levá-lo à extinção, ou diminuição do número de sua espécie.

O sistema do capital é uma realidade, e não será mudado simplesmente pelo caráter humano. Ele deve ser adaptado às necessidades humanas dentro de uma razão, e não no limite de uma necessidade. A sociedade deve ser desenhada para projetar a sociedade futura. Logo, assim como o homem constrói o produto, para satisfazer às suas necessidades, ele deve construir o produto homem para as necessidades futuras do seu planeta. Neste sentido, o produto de homem que é desenhado pelo homem na necessidade de se autopromover no mercado, não deve ser construído sem um projeto; ele precisa ser projetado dentro de um design que se adeque à condição de vida no planeta.

O grande designer do produto homem além da realidade que lhe é apresentada, é o professor e as instituições de ensino em toda sua escala; desde as instituições de base até os níveis superiores. Independente do seu papel, as instituições de ensino moldam o produto homem, e não apenas para trabalhar e ganhar dinheiro, mas, de certa forma, projetar o homem para contribuir com a sociedade e o bem estar da natureza sem esta necessidade visceral do consumo.

Algumas profissões que tem como base o ato de projetar, como as engenharias, a arquitetura e o design, demonstram que o incentivo impulsionador dessas profissões está na possibilidade de se ganhar dinheiro. Diferente do período de guerra-fria, onde tinha-se grandes profissionais que pensavam um projeto de sociedade futura em conjunto com sua profissão. Hoje, é possível observar que há poucos jovens com este pensamento. O que vem acontecendo então é que, com o fim do pensamento socialista e das ideias comunistas, não

pela sua intenção econômica, mas pela sua possibilidade de pensar a sociedade, destruiu-se a construção do pensamento social, prevalecendo o pensamento do individualismo.

O desafio de retomar esse sentimento de sociedade deve vir dos professores que modelarão seus alunos em personagens mais atuantes em seus contextos sociais. Deste modo, deve-se incentivar os alunos a participarem de atividades que estimulem o trabalho em grupo que os levem para o contexto social; e esse trabalho em equipe deve ter como objetivo o bem social. Através do ato de ensinar, é possível desenhar profissionais das áreas de design que contribuam com a sociedade e sejam pessoas mais altruístas e menos consumistas.

O grande desafio do designer então é compreender este mundo, que está cada vez mais veloz, para projetar um futuro. Um futuro onde a realidade do consumo não seja a questão principal, mas o pensamento de uma sociedade mais sustentável e igualitária. O lucro não deve ser o principal objetivo, mas a sustentabilidade. O designer do futuro deve pensar o futuro dentro de uma holística sustentável, e este sim será o desafio do designer. Assim, o design de homem que a sociedade precisa, é aquele que compreenda mais esta realidade social e que busque o bem comum em equilíbrio com o seu instinto de consumo.

7 REFERÊNCIAS

- A história secreta da obsolescência planejada.** Arte France. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=lvEpHaTdimc>>. Acesso em: 14/04/2015.
- ARANDA, Fernanda. **Uso de anabolizantes cresce 75% em 6 anos no País:** Levantamento mostra que droga supera crack entre os jovens, iG, São Paulo, Minha saúde, abril de 2012. Disponível em: <<http://saude.ig.com.br/minhasaude/2012-04-29/uso-de-anabolizantes-cresce-75-em-6-anos-no-pais.html>>. Acesso em 23/03/2015.
- ASSIS, Joaquim Maria Machado de. **Quincas Borba.** Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1997.
- BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar.** São Paulo. Cia das Letras, 2008.
- BERTALANFFY, Ludwig Von. **Teoria Geral dos Sistemas.** Ed. Vozes, 1975.
- BRANDI, Cesari. **Teoria da Restauração.** Tradução Beatriz Mugayar Küln; apresentação Giovanni Carbonara. Coleção Artes & Ofícios. Cotia/SP: Ateliê Editorial, 2004.
- BURZTYN, Marcel. **Ciência, Ética e Sustentabilidade.** 2 ed. São Paulo: Cortez. Brasília, DF: UNESCO, 2001.
- CUNHA Gilberto Dias da; **A Evolução dos Modos de Gestão do Desenvolvimento de Produtos;** Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; Faculdade de Engenharia Produto & Produção, vol. 9, n. 2, p. 71-90, jun. 2008.
- D'AGOSTINO, Rosanne - **Taxa de divórcio tem primeiro recuo no país após mudança na lei, diz IBGE,** G1, São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/12/taxa-de-divorcio-tem-primeiro-recuo-no-pais-apos-mudanca-na-lei-diz-ibge.html>>. Acesso em 28/01/2015.
- DEGANI, Clarice Menezes; CARDOSO, Francisco Ferreira; **A sustentabilidade ao longo do ciclo de vida de Edifícios:**A importância da etapa de projeto Arquitetônico.In:NUTAU 2002 – Sustentabilidade, Arquitetura e Desenho
- DELEUZE, Gilles e GUATTAR, Felix – **O que é Filosofia?**- Editora 34, 1992
- DURKHEIM, Emile,. **A divisão do trabalho social.** 2. ed. Lisboa: Presença, 1984. 2 v. Número de Chamada: 306.368 D963d 2.ed.
- ENCONTRO com Milton Santos: **O mundo global visto do lado de cá.** Direção:Sílvio Tandler. Caliban Produções. Rio de Janeiro, 2006.90 min. 35mm, COR, 2.140m, 24q
- FARR, Douglas; **Urbanismo Sustentável: desenho urbano com a natureza/** Douglas Farr; tradução: Alexandre Salvaterra.-Porto Alegre: Bookman, 2013.
- FOUCAULT, Michel. 1926-1984, C II' 'de France (1975) **Em defesa da sociedade** : eu,; o Maria Ermetina Galvão. São Paulo 1976) / Michel Foucauh ; Iradut; ao Man Paulo: Martins Fonles. 1999. - (ColCt;ao tópicos).

FRANZATO, Carlo. **O design estratégico no dialogo entre cultura de projeto e cultura de empresa.** Strategic Design Research Journal, volume 3, número 3, setembro-dezembro 2010

GEHL, Jan e Gemzoe - Lars, **Novos espaços urbanos.** Editorial Gustavo Gili, AS, Barcelona, 2002.

GOLDEMBERG, José. **Energia e desenvolvimento/DOSSIÊ RECURSOS NATURAIS** Estud. av. vol.12 no.33 São Paulo May/Aug. 1998.

HARVEY, David, 1935- **O enigma do capital** : e as crises do capitalismo / David Harvey ; tradução de João Alexandre Peschanski. - São Paulo, SP : Boitempo , 2011.

HARVEY, David – **Condição Pós-moderna:** uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. Tradução de Adail Ubirajara Sobral & Maria Stela Gonçalves.

IBGE, Registro Civil 2011: **Taxa de divórcios cresce 45,6% em um ano**, IBGE – Instituto Brasileira de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?view=noticia&id=1&idnoticia=2294&busca=1&t=registro-civil-2011-taxa-divorcios-cresce-45-6-um-ano>>. Acesso em 30/04/2015.

IPCS – Instituto de Psicologia e Controle do Stress. **Pesquisa: Stress Brasil**, 2013. Disponível em: < <http://www.estresse.com.br/pesquisas/>>. Acesso em 21/01/2015.

JACOBS, Jane - **Morte e vida das grandes cidades** – São Paulo:Martins Fontes, 2000 – (Coleção A).

KIPERSTOK, Asher;TECNOLOGIAS LIMPAS **Porque não fazer já o que certamente virá amanhã** - Publicado na revista TECBAHIA 14-02 maio ago,1999.

KIDERSTOK, Asher: MARINHO Maerbal. **O desafio desse tal de desenvolvimento sustentável:** o programa de desenvolvimento de tecnologias sustentáveis da Holanda.Publicado na revista, Bahia, Analise e dados ISSN 0103 8117 v10 n° 04, março 2001.

MARX, Karl. **O Capital:** o processo de produção do capital (Vol. 1). Coleção Os Economistas. Editora Abril Cultural, 1983.

MACHIAVELLI, Nicoló di Bernardo dei, 1469-1527.**O príncipe**/Maquiavel; tradução de Antonio Caruccio-Caporale. Porto Alegre: L&PM, 2007 176p.; ColeçãoL&PM Pocket.

MANZINI, Enzo. **Design para inovação social e sustentabilidade:** comunidade criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais/ Enzo Manzini; Cordenação de tradução: Carla Cipolla. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MEDINA Heloisa Vasconcellos de. **Produção e Uso Sustentável De Materiais:** Gestão Ambiental e Análise Do Ciclo De Vida Comunicação Técnica elabora para o 61º Congresso Anual da ABM -Rio de Janeiro 2006.

NETTO, Vinicius de Moraes, **A urbanização no coração da economia**, o papel das cidades no crescimento económico. Artigo Arquitectos 126.02 ano 11, nov. 2010.

NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm, 1884-1900. **Para além do bem e do mal**: prelúdio a uma filosofia do futuro. Tradução Alex Martins, São Paulo: Editora Martins Claret Ltda, 2001.

NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. **A gaia ciência**. Tradução Jean Melville, São Paulo: Editora Martin Claret Ltda, 2003.

NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm, 1884-1900. **Humano, demasiado humano**: um livro para espíritos livres. Tradução notas e posfácio Paulo César de Souza, São Paulo: Companhia das letras, 2005.

Nosso futuro Comum/Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento – 2º edição – Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.

Oscar Niemeyer: **a vida é um sopro**. Direção: Fabiano Maciel. Produção: Sacha, Brasil, 2007.

PEIXOTO, Nelson Brissac – **Paisagens Urbanas**. 2a. Edição. São Paulo/SP: SENAC/Marca D'água, 1998.

PLATÃO, **A república**. São Paulo: Martin Claret, 2007.

PRÉCOMA, Elaine Borkoski; JUNIOR, Achilles Batista Ferreira. **O Design como Ferramenta estratégica de marketing no ponto de venda**. Caderno Organização Sistêmica| vol.3 n.2 | jul/dez 2013.

Revolução Industrial na Inglaterra, Barsa vídeo, Enciclopedia Britanica filmes, John Barnes. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=jt-o3EBQPMU> > Acessado em: 22/01/2015

SANTOS, Dora Fátima dos. **Aplicação do Design ao Sistema Científico e Tecnológico**: uma abordagem pela gestão. Universidade de Aveiro, 2011.

SANTOS, Milton. **A natureza do Espaço: o espaço e tempo**: razão e emoção. 3ª. Edição. São Paulo: Hucitec, 1999.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 11ª. Edição. Rio de Janeiro: Record, 2004.

SCHNEIDER, Daniel (2009) **O mundo consumisse como os EUA?** Superinteressante, de janeiro, Repostas e se:.

SILVA, Jucelia S. Giacomini da; HEEMANN, Ademar; **Eco-concepção: design, ética e sustentabilidade ambiental**, I Encontro de sustentabilidade em projeto do Vale do Itajaí 12 e 13 de abril de 2007.

SUN TZU, Sun Pin. **A arte da guerra**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2002.

The Matrix. Direção: Os irmãos Wachowski. Produções: Joel Silver. EUA e Austrália, 1999.

Urbano. Núcleo de Pesquisa em Tecnologia da Arquitetura e Urbanismo da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. São Paulo, 7 a 11 outubro 2002.

VEIGA, José Eli da **A insustentável utopia do desenvolvimento**, ", organizado por Lena Lavinhas et. alli., Smo Paulo, Hucitec & ANPUR, 1993 Junho/91.

<http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/questoes_ambientais/desenvolvimento_sustentavel>. Acesso em 19/09/2014.

<http://www.economiabr.net/economia/3_desenvolvimento_sustentavel_conceito.html>. Acesso em: 19/09/2014.

<<http://designices.com/o-que-e-design>>. Acesso em: 19/09/2014.

<<http://www.sobiologia.com.br/conteudos/Seresvivos/Ciencias/bioselecaoatural2.php>>. Acesso em: 10/10/2014.

<http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/reducao_de_impactos2/clima/causas/>. Acesso em 07/11/2014.

<<http://www.brasilecola.com/sociologia/sociedade-1.htm>>. Acesso em: 13/01/2015.

<<http://www.educacaofisica.com.br/index.php/ciencia-ef/canais-cienciaef/doping/22248-uso-de-anabolizantes-cresce-75-em-6-anos-no-pais>>. Acesso em: 14/01/2015

<<http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2014/07/1493030-brasil-ultrapassa-os-eua-e-se-torna-lider-de-cirurgias-plasticas.shtml>>. Acesso em: 14/01/2015.

<<http://www.vagalume.com.br/cazuza/o-tempo-nao-para.html#ixzz3Otpq4dcK>>. Acesso em: 15/01/2015

<http://www.recriarcomvoce.com.br/blog_recriar/relatorio-brundtland-nosso-futuro-comum/>. Acesso em: 21/01/2015.

<<https://www.youtube.com/watch?v=jt-o3EBQPMU>>. Acesso em: 21/01/2015.

<<http://gizmodo.uol.com.br/macintosh-30-anos/>> Acesso em: 19/04/2015.

<<http://outra-pagina.blogspot.com.br/2007/07/Impada-por-thomas-edison.html>> Acesso em: 19/04/2015.

<<https://www.bibliaonline.com.br/acf/gn/3>>. Acesso em: 26/04/2015.

<[http://www.infopedia.pt/\\$james-hargreaves](http://www.infopedia.pt/$james-hargreaves)> Acesso em: 09/07/2015.

<http://www.apoioescolar24horas.com.br/salaaula/estudos/historia/468_revolucao_industrial/?cod_aula=14583&sNivelEduca=pais> Acesso em: 09/07/2015.

<<http://dealmasincera.blogspot.com.br/2011/04/william-morris.html>> Acesso em: 09/07/2015.

<<http://www.vam.ac.uk/content/articles/t/christopher-dresser-teapots/>> Acesso em: 09/07/2015.

<<http://musicaecinema.com/tempos-modernos/>> Acesso em: 09/07/2015.

<<http://jmc.com.br/obsolescencia-programada-das-lampadas>> Acesso em: 09/07/2015.

<<https://revistaveneza.wordpress.com/2011/02/25/veiculos-do-desejo/>> Acesso em: 11/07/2015.

<<http://andrecerberus.com/2011/05/09/ferdinand-porsche/>> Acesso em: 11/07/2015.

<<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/13.148/4490>> Acesso em: 11/07/2015.

<Http://angelosaysdotcom.blogspot.com.br/2012_03_01_archive.html> Acesso em: 11/07/2015.

<<https://www.pinterest.com/pin/231442868321736134/>> Acesso em: 11/07/2015.

<https://pt.wikipedia.org/wiki/De_Havilland_Mosquito> Acesso em: 11/07/2015.

<http://www.desmol.com/product_info.php?language=en&gm_boosted_product=Bauhaus-Stuhl-Cesca-118-von-Marcel-Breuer-1928-Klassiker&Bauhaus-Stuehle-direkt-aus-Italien=Bauhaus-Stuhl-Cesca-118-von-Marcel-Breuer-1928-Klassiker.html&products_id=22&> Acesso em: 11/07/2015.

<<https://www.pinterest.com/pin/228698487299546966/>> Acesso em: 11/07/2015.

<<http://creativepro.com/scanning-around-gene-lets-have-tupperware-party/>> Acesso em: 11/07/2015.

<<http://www.iainclaridge.co.uk/blog/10893>> Acesso em: 11/07/2015.

<<http://denhams.com/lots/search/bakelite+radio>> Acesso em: 11/07/2015.

<<http://adrenaline.uol.com.br/2009/07/07/19338/do-walkman-ao-ipod-30-anos-de-revolucao-na-industria-musical>> Acesso em: 11/07/2015.

<http://rumoaopassado.blogspot.com.br/2011_06_01_archive.html> Acesso em: 11/07/2015.

<<http://www.mactrast.com/2014/01/apple-executives-mac-30-theres-role-mac-far-eye-can-see/>> Acesso em: 11/07/2015.

<<https://aragonresearch.com/innovation-and-the-pc-era-at-microsoft-balmer-watched-as-apple-grew/>> Acesso em: 11/07/2015.

<<http://globpt.com/2007/12/21/lucro-de-quase-100-porcento-no-ipod-touch/>> Acesso em: 11/07/2015.

<<http://www.iphoneinformer.com/11435-rumor-apple-to-drop-iphone-5-production-in-favor-of-iphone-5s/>> Acesso em: 11/07/2015.

<<http://www.amazon.com/Steelcase-Think-Fabric-Chair-Licorice/dp/B006H1QYEW>> Acesso em: 11/07/2015.