

NOMADSUSP

Design de mobiliário sustentável para a sociedade de consumo
Lara Leite Barbosa. 2001

como citar este texto:

BARBOSA, L. L. .Design de mobiliário sustentável para a sociedade de consumo. Nomads.usp, São Carlos, 2001. 210mmX297mm. 37p. Ilustr. Fotocópia P&B. Disponível em: <http://www.nomads.usp.br/site/livraria/livraria.html> Acessado em: dd / mm / aaaa

RESUMO

Este texto aborda o design de mobiliário na sociedade contemporânea e, a partir disto, relaciona ética com sua distorção por princípios capitalistas. Discute sustentabilidade e consumo frente à criação de artifícios produtivos compatíveis com a escala consumidora, e questiona como a identidade cultural estética e preconceitos nacionais podem se tornar empecilhos à criatividade.

Design de mobilidade para a sociedade de consumo sustentável

LARA LEITE BARBOSA.

INTRODUÇÃO

PARADIGMAS DO TEMPO E DO ESPAÇO CONTEMPORÂNEOS

DESENVOLVIMENTO

VELOCIDADE ARTIFICIAL

Discute sustentabilidade e consumo frente a criação de artifícios produtivos compatíveis com a escala consumidora.

EFEMERIDADE FETICHISTA

Relaciona ética e sua distorção por princípios capitalistas.

RENOVAÇÃO INTERATIVA

Questiona como a identidade cultural e o preconceito estético se tornam empecilhos à criatividade.

CONCLUSÃO

ARTE PARA SOCIEDADE DE CONSUMO

INTRODUÇÃO

PARADIGMAS DO TEMPO E DO ESPAÇO CONTEMPORÂNEOS

A proposta de desenvolver design de mobiliário segundo o conceito de sustentabilidade será discutida a partir do comportamento da sociedade de consumo. A qualificação do perfil do usuário deste produto constitui o objeto de estudo desta monografia. A estrutura do texto segue alguns paradigmas contemporâneos, visando pontuar aspectos da sociedade de consumo.

Os paradigmas que entitulam as três partes do desenvolvimento são referência à maneira que Giddens qualifica a sociedade de uma determinada época: analisando as características do seu tempo e do espaço .

O tempo e o espaço da sociedade feudal eram inconstantes e incertos, pois eram controlados como forma de poder pela Igreja durante a Idade Média. Desta maneira, o tempo, determinado pelos sinos que convocam e impõem as horas de trabalho e o espaço, limitado pelas muralhas e portas, constituem identidades coletivas. Na modernidade, o tempo e o espaço são dissociados, o que permitiu o aspecto dinâmico das variações das situações a eles atribuídas. O relógio mecânico tornou o tempo manejável e preciso, enquanto os mapas universais tornaram o espaço independente da particularidade de um lugar. Talvez tenha sido a partir daí que a reprodução de certas características a ponto de generalizar o comum trouxe o caráter mundial da modernidade. Num maior grau, a globalização na contemporaneidade disseminou conceitos presentes no comportamento do homem. A teoria espacial de Foucault é um outro exemplo de diretriz para interpretação da produção cultural, neste caso, da arquitetura do desespero. Estes conceitos serão

expostos no desenvolvimento do texto, enfatizando a sociedade de consumo e a produção do design moveleiro contemporâneo.

“O dinamismo da modernidade deriva da separação do tempo e espaço e de sua recombinação em formas que permitem o “zoneamento” tempo-espacial preciso da vida social; do desencaixe dos sistemas sociais (um fenômeno intimamente vinculado aos fatores envolvidos na separação tempo-espaço); e da ordenação e reordenação reflexiva das relações sociais à luz das contínuas entradas (inputs) de conhecimento afetando as ações de indivíduos e grupos.”

Giddens, Anthony. **As consequências da modernidade**. Pg. 25

“our epoch will perhaps above all be the epoch of space. We are in the epoch of simultaneity: we are in the epoch of juxtaposition, the epoch of the near and far, of the side-by-side, of the dispersed.”

Santos, Maria Cecília Loschiavo dos. Discarded Products, Design and Homeless' Material Culture in Global Cities. In **Design plus Research**. Proceedings of the Politecnico di Milano conference. May 18-20,2000

DESENVOLVIMENTO

VELOCIDADE ARTIFICIAL

O círculo vicioso é constituído pela realidade das empresas capitalistas, que continuam produzindo cada vez mais, estimulando a eterna insatisfação material do homem da sociedade consumista.

Este comportamento imediatista do homem, que consome produtos com tempo de utilização cada vez mais curto aliado à substituição movida pela constante renovação de formas, tem contribuído ao sucateamento dos produtos e aumentado o volume de lixo.

Problemas ambientais são desencadeados, alertando possíveis extinções de recursos. Em todo o mundo, um número crescente de manifestações e conferências têm demonstrado preocupações com a preservação do meio ambiente, e conseqüentemente, com a sobrevivência das espécies no Planeta Terra. Várias propostas e tratados estabelecidos entre os países contém um dos conceitos fundamentais: sustentabilidade.

É preciso ter consciência da limitação do meio ambiente em relação ao desmedido crescimento das cidades. A velocidade que o homem danifica a natureza não é compatível com o ritmo de renovação natural. Carlo Vezzoli classifica os impactos como relativos à entrada de recursos e à saída, como conseqüências ao meio ambiente.

São citados como exemplos de impactos de entrada a exaustão dos recursos e como de saída o efeito estufa, o buraco de ozônio, a eutrofização, a acidificação, etc.

Frente a esse contexto, cabe ao designer (assim como cada um na sociedade) tomar atitudes de mudanças quantitativas, diminuindo o consumo de recursos e qualitativas, buscando tecnologias “limpas” (cleaner technologies) e estimulando as inovações sociais e culturais que permitam estas mudanças. Em qualquer situação, quanto maior o número de pessoas envolvidas, preferencialmente de órgãos distintos, melhor será a eficácia das transformações. Atualmente, os valores de uma sociedade sustentável estão apenas iniciando uma transição, que creio ser “corrompidos” pelo consumismo. Apesar de ser o fundamental fator que deveria motivar as mudanças, sabemos que interesses políticos e econômicos manipulam o real sentido da ética.

Ezio Manzini e Carlo Vezzoli orientam, através de uma visão sistêmica do design, a atenção ao ciclo de vida de um produto. Durante o processo de criação, o designer deve enfatizar as decisões que, em cada fase de produção, visem um produto final que satisfaça da melhor maneira o conceito de sustentabilidade.

O ciclo de vida de um produto gera trocas de substâncias com o meio ambiente durante todas as fases. A Pré-fabricação envolve recursos materiais, a Produção utiliza energia de trabalho, a Distribuição consome embalagens e energia de transporte, o Uso dispende energia ao serviço que o consome e o Descarte gera o lixo (biodegradável ou não, possui diferentes tempos de absorção).

As estratégias de design para minimizar os impactos ambientais, segundo Manzini e Vezzoli, devem priorizar uma das opções: redução no consumo de material ou de energia; de toxidade e

nocividade; intensificação e extensão do uso; extensão da vida material; biocompatibilidade e conservação de recursos.

Vezzoli considera que a pesquisa em design deve ser estendida para outras áreas relativas à tecnologia (como novos materiais e eletrônica), à biologia (cuidados com a saúde e meio ambiente) e ao comportamento do homem (social, político, econômico e cultural). É a ponte entre cada responsável pela emissão de compostos prejudiciais ao ambiente e os produtores ou usuários que permite o controle das transformações necessárias.

Se iniciarmos este processo de "limpeza" de produtos prejudiciais, podemos considerar aqueles que geram resíduos, tanto recicláveis (que envolvam transformações em sua estrutura) como reaproveitáveis.

O redesenho do existente, substituindo a produção atual por produtos que tenham suas fases planejadas a um destino menos poluente é uma alternativa de desenvolvimento preventivo.

Outra, seria o design de novos produtos, com o conceito de uso coletivo, associados a certos tipos de (novos) serviços.

Muitas soluções são possíveis, desde que todo o processo seja considerado, sem resultar no agravamento posterior no momento do descarte. O discurso da artificialização, por exemplo, não sugere a difícil absorção destes componentes pela natureza ou a poluição gerada pelo seu processamento.

A intenção de "artificializar o natural", em primeira instância, deveria garantir que as reservas naturais deixem de ser exploradas, sendo substituída pelos materiais sintéticos. O designer Phillippe Starck é um dos defensores da matéria de "alta competência", considerando nobre a matéria que vem da inteligência. A BIOMIMÉTICA vem alcançando descobertas que ainda não estão sendo aplicadas (pelo menos não estão difundidas). Alguns exemplos citados num artigo do *Jornal da Tarde* há 7 anos atrás permanecem desconhecidos até hoje. Os esforços dos

pesquisadores consistem em tornar os materiais mais duráveis, rígidos ou, às vezes ao mesmo tempo, mais simples e leves.

Manzini sugere a concorrência dos materiais, sempre em busca da superação das propriedades dos materiais existentes. A passagem da utilização de materiais menos por mais complexos ocorreu na Revolução Neolítica, que corresponde à terceira fase da Pré-história, de 8.000 à 4.000 a.C. A revolução industrial impôs a necessidade de materiais que acompanhassem a escala de produção acelerada. O aço desempenhou um papel pioneiro neste momento. Novas possibilidades passaram a ser estudadas a partir da introdução dos materiais plásticos (orgânicos sintéticos). Apesar da antiga concepção do design considerar os materiais um ponto de partida para a produção de um objeto, hoje, os materiais podem ser criados a posteriori, respondendo as propriedades que o objeto demandar.

A artificialização é defendida com a argumentação de que não contribui para o problema do esgotamento das reservas de matéria-prima. Esta substituição dos materiais fósseis, portanto com lento processo de formação, pelos possivelmente recicláveis como o alumínio permite a renovação dos produtos em larga escala, sem ameaçar as escassas fontes fornecedoras. Mas o que fazer com os materiais de difícil reciclagem, ou como tornar a reciclagem uma realidade para todos os materiais? Da maneira que ainda ocorre, o acúmulo de materiais artificiais descartados torna o lixo ainda mais prejudicial.

A utilização de materiais sintéticos (e frágeis) como o plástico e derivados, barateia o custo dos produtos, incentivando seu descarte. Proporcionalmente, acumulam-se objetos descartados, que são devolvidos ao seu criador: o homem. A responsabilidade de manutenção da produção e do descarte passa da natureza para o homem. O controle deste processo envolve a sociedade como um todo, e não apenas os profissionais relacionados à produção ou os consumidores de produtos. Ezio Manzini julga esta conduta ética citando Prometheus. Apesar do homem possuir poder sobre a

natureza, se ele não souber utilizar os recursos de modo que não interfira nos ciclos naturais, a própria natureza irá auto condená-lo. Desta forma, o culpado é julgado todos os dias, nas ações cotidianas que resultam numa grande interferência.

A sociedade sustentável deve basear-se em recursos renováveis, sem criar acúmulos de resíduos, integrando-os o máximo possível à natureza. Propostas que garantam a reutilização do material reciclado ou rejeitado podem contribuir com a amenização deste quadro. As alterações dependem da educação da sociedade em termos culturais, econômicos, etc. Ezio Manzini escreve sobre os materiais artificiais de modo positivo, desde que estes sejam desenvolvidos com a responsabilidade contextual.

~~“O fim da arte coincide com o fim da arte como objeto. Para o crítico italiano (Giulio Carlo Argan), a sociedade de consumo e a produção maciça de objetos industriais coincidiu com a anulação da idéia de que o objeto constitui um valor ou, como dizem os economistas, um bem patrimonial. “Descobriu-se que o consumo psicológico é infinitamente mais rápido que o consumo objetivo” anota ele. Basta o lançamento de um produto com um novo design para que aquele mais antigo seja considerado obsoleto. Na moderna sociedade de massas, o que importa é o novo, a notícia. “O sistema industrial perderia velocidade se não houvesse um aumento contínuo na ânsia de consumo das pessoas”. A tentativa de autodefesa da arte diante do consumismo foi negar o objeto, afirmar o primado da idéia na criação artística, daí a arte pop e depois todos os sotaques adquiridos pelos princípios da linguagem conceitual (landart, arte povera, instalação).”~~

Em: **Elegia para uma morte ilustre**, por Angélica de Moraes em Caderno de Sábado do Jornal da Tarde de 16 de janeiro de 1993, pg. 6

“Durante aproximadamente um milhão de anos após o seu aparecimento, o homem serviu-se essencialmente de cinco materiais para produzir utensílio e objetos: madeira, pedra, osso, chifre e pele. No princípio do Neolítico, ocorreu uma complexa série de transformações radicais...que conduziu também a um significativo enriquecimento dos materiais empregues: argila, lã, fibras vegetais e- em épocas relativamente recentes- os primeiros metais.”

Manzini, Ezio. **A matéria da invenção**. Pg. 41.

“O resultado final desta procura de desempenhos complexos, que estão cada vez mais perto de um campo de aplicação específico, é o “material sob medida”, o material feito por encomenda para uma determinada utilização. Chegados a esta meta, mesmo o termo “hiperseleção” está desatualizado: não se trata já de seleção, mas de design.”

Manzini, Ezio. **A matéria da invenção**. Pg. 41.

“Na década de 50 há, por parte dos americanos, uma forte tendência a trabalhar com as formas curvas, parabólicas, longas e baixas, com ausência de ornamentos (flamboyants). Estas criações eram possíveis, pois os materiais que até então tinham sido usados na produção de objetos requisitados na guerra poderiam abrir espaço para o consumo de massa. A borracha, o acrílico, a resina de poliéster e o fiber-glass já eram pesquisados durante a guerra, e isso acabou por tornar os móveis mais leves, podendo com isso ser reciclados.”

Azevedo, Wilton. **O que é design**. Pg. 47-48.

“Ele se presta a defender o uso dos materiais sintéticos, opondo-se à apologia contemporânea do natural. A exploração de madeira maciça, do couro...contribui para a desertificação.”

Jeudy, Henri-Pierre. **Philippe Stark: ficção semântica**. In Arcos, volume II, no.único, outubro 1999, Pp.51.

“O design ecológico tem por objetivo principal antecipar o destino dos objetos pelas possibilidades de reciclagem...”

Jeudy, Henri-Pierre. **Philippe Stark: ficção semântica**. In Arcos, volume II, no.único, outubro 1999, Pp.51.

Ciência que estuda a estrutura e funções dos materiais naturais para criar artificialmente materiais equivalentes.

E existe outra área na ciência de materiais que teve origem na natureza: a pesquisa de compostos cerâmicos de madeira para transmitir-lhe rigidez, resistência e durabilidade. Os primeiros modelos desta pesquisa resultaram em madeira petrificada e em teca, árvore de origem indiana. Os cientistas, alguns deles na Universidade de Washington e em Princeton, buscam meios capazes de transmitir resistência a madeiras de má qualidade para que elas sejam úteis em construções que exijam durabilidade e solidez...A teca, notável por sua durabilidade mesmo imersa em água salgada e porque resiste aos microorganismos que corroem madeira, tem propriedades reconhecidas há séculos: contém sílica e outros minerais, que ela absorve através das raízes e deposita nas paredes das células...”Também descobrimos que, removendo o componente orgânico desse composto queimando a madeira em alta temperatura, obtemos o esqueleto cerâmico que sobra e que era a estrutura da madeira e lhe dava sua aparência, exceto pelo fato de que fica branco como osso”, disse Dr. Daniel M. Dabbs, cientista pesquisador de engenharia química em Princeton.

Em: **Imitar a Natureza**, por Warren E. Leary em Caderno de Sábado do Jornal da Tarde de 11 de setembro de 1993, pg. 6

Prometheus cometeu o pecado de roubar fogo dos Deuses (propriedades naturais) e recebeu como castigo ter, repetidas vezes, parte do fígado roubado, pois este tem capacidade de regeneração.

“My thesis is that the environmental problematic can generate a new sensuous horizon for design and can be the source of a vast series of cultural transformations and contemporary societal practices...”

“...it will be possible not only to arrive at a system of consumer production more favorable to the environment but also to propose new values and deeper conceptions of quality.”

Buchanan, Richard and Margolin, Victor. **Discovering Design: Exploration in Design Studies**. Pg. 220.

EFEMERIDADE FETICHISTA

O capitalismo, como modo de produção e de vida, possui a ética do lucro proveniente da mão-de-obra. Neste sentido, a questão ambiental responde ao código de conduta que visa o lucro. Matéria prima não gera riqueza, conservação de paisagens ou ambientes culturais também não. Porém, a exploração de cachoeiras ou lagos para obtenção de energia pode ser qualificado como “potencial” gerador de lucros.

Muitas vezes, a preocupação ambiental passa a ser argumento que esconde a verdadeira intenção do marketing. A valorização internacional da reciclagem de materiais facilita a aceitação destes produtos, estimulando as vendas. Franzosi, consultor empresarial, indica a utilização de resíduos da indústria algodoeira nos móveis, principalmente em revestimentos.

Existe atualmente um incentivo à exportação, como também ocorreu nos anos 60 e 70. Desta forma, o design tem sido visado como diferencial de marketing. Um exemplo é o Programa São Paulo Design, que estabelece parcerias entre indústrias e entidades de pesquisa.

Para melhor compreender esta associação de design com marketing, é necessário resgatar seus significados.

A função do marketing é trazer um diferencial entre resultado financeiro a curto e longo prazo. Para isto, ele manipula o posicionamento do produto (os benefícios que oferece ao mercado destinatário), a política de marca ou branding (ter uma imagem de marca distinta de seus concorrentes), o design e acabamento final (styling, ergonomia e tratamento estético), a embalagem (especialmente nos bens de consumo final). Os posicionamentos de preço, distribuição e comunicação (onde estão inseridas as atividades de propaganda, publicidade e comunicação visual) também são estratégias de marketing, mas não serão abordadas nesta questão.

O filósofo Theodor W. Adorno, do início do século XX, diferencia a expressão “cultura de massa”, que traz implicitamente o significado de uma cultura que surgiu espontaneamente das próprias massas, por “indústria cultural”, mais apropriada para expressar a relação de uma cultura criada para as massas consumirem, ou ainda a redução da humanidade em consumidores ou empregados para consumirem os produtos que lhes forem determinados. Ou seja, as regras da sociedade que o marketing percebe no mercado consumidor supera as necessidades vivenciadas, que corresponde ao design democrático. Desta forma, características relacionadas com o lado glamouroso do design prevalecem em relação às imposições do cotidiano.

Enquanto o design é considerado pelo marketing apenas como um apelo estético do produto, seu verdadeiro significado não é resultado do comportamento do mercado. Toda a distorção do significado de design ocorreu porque a palavra correspondente na língua portuguesa, “desenho”, deixou de ter a noção original de desígnio, projeto. Atualmente, entendemos que desenho possui o sentido de representação gráfica, porém, anteriormente “debuxo” era o termo correto para este significado.

Por outro lado, os consumidores tendem a agregar um valor ao objeto que não lhe pertence originalmente. Rafael Cardoso Denis cita Daniel Miller quando se refere ao consumo como um

substituto de outros aspectos de intercâmbio humano. Segundo ele, existe uma tendência moderna que leva as pessoas a se relacionarem obsessivamente com os bens materiais em vez de participarem de interações sociais. A atribuição de significados não inerentes ao objeto é chamada de fetichismo. Até mesmo Sigmund Freud compara as substituições do desejo sexual por objetos ou outras partes do corpo aos fetiches dos selvagens, os quais acreditavam que neles estaria a incorporação de seus deuses.

As diversas interpretações da palavra “fetichismo” são explicadas por suas origens vocabulares. Rafael Cardoso Denis relaciona sua origem do vocabulário português “feitiço” com o sentido de “coisa feita”, “trabalho feito”. O adjetivo latim *factilius*, que significa “artificial”, originou “feitiço”, “feito”, “factício”. Concluindo, “feito com arte”, ou em latim “*arte factus*” implica que o artefato tem o poder de enganar pelo artifício.

De fato, o desejo e a cobiça são as emoções mais empregadas nos produtos com fins mercadológicos. O design, que se define tanto por seus objetos quanto por seu processo, deve oferecer ao mercado, além da qualidade, o intrínseco apelo comercial de seus produtos.

Assim, toda a produção artística e cultural é reduzida ao consumo, como mera mercadoria, em consequência do caráter fetichista que é atribuído aos produtos.

Este público consumidor deveria conhecer os atributos (formais, funcionais e produtivos) que tornam o desenho industrial muito mais interessante. O design representa a identidade de um povo e sua distorção de valores implica na deturpação de sua verdadeira cultura. Rafael Cardoso Denis justifica seu interesse em interpretar os artefatos, segundo o conceito de cultura material, devido à supremacia dos fenômenos do consumo no âmbito social e cultural.

O design adquiriu status de “instrumento estratégico para a consolidação de seu espaço no mercado global.”

“O que comumente é lixo industrial pode ser valor agregado ao desenho do mobiliário e fazer sucesso no mercado internacional.”

Walter Venturini em **Revista Livre Mercado** no.124 de julho de 2000,

“O Grande ABC deverá abrigar o primeiro consórcio de exportação do setor moveleiro no Estado de São Paulo. Para isso, a agência de São Bernardo do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa) vai formar moveleiros na arte de vender produtos no Exterior e desenvolver design que seja a marca da região”.

Walter Venturini em **Revista Livre Mercado** no.124 de julho de 2000,

“Todo produto (inclusive serviços), em maior ou menor grau, deve satisfazer, além da necessidade original para a qual foi concebido, necessidades psicológicas, emocionais, que são decisivas no processo de compra.”

Acar Filho, Nelson. **Marketing no projeto e desenvolvimento de novos produtos**.Pg.11.

“...la función del diseño industrial consiste en proyectar la forma de un producto...De acuerdo co esta definición, en proyectar la forma significa coordinar, integrar, y articular todos aquellos factores ... relativos al uso, fruición y consumo individual o social del producto (factores funcionales, simbólicos o culturales), como a los que se refieren a su producción (técnicos)...”

Maldonado, Tomas. **El diseño industrial reconsiderado**. Pg. 13.

“Los objetos han sido extraídos del flujo continuo para dotarlos de propietario y para darles un nuevo valor, un valor personal y simbólico”

Mêlich, Glória. Entre. in **Quaderns d'arquitectura y urbanisme** no. 226, 2000. Pg. 14.

“O fato de que “valores” sejam consumidos e atraiam os afetos sobre si, sem que suas qualidades específicas sejam sequer compreendidas ou apreendidas pelo consumidor, constitui uma evidência da sua característica de mercadoria”.

Adorno, Theodor W. **O fetichismo na música e a regressão da audição**. In Theodor W. Adorno. Textos escolhidos. Pg. 77.

“O design constitui, grosso modo, a fonte mais importante da maior parte da cultura material de uma sociedade que, mais do que qualquer outra sociedade que já existiu, pauta a sua identidade cultural na abundância material que tem conseguido gerar.”

Denis, Rafael, C. **Design, cultura material e o fetichismo dos objetos**. In Arcos, volume 1, outubro de 1998. Pg. 21.

RENOVAÇÃO INTERATIVA

Yves Bruand cita as pesquisas do sociólogo Fernando de Azevedo sobre a psicologia do povo brasileiro para relacioná-las a repercussões na arquitetura. Estas mesmas características da tradição cultural brasileira justificam certos preconceitos e preferências estéticas. Segundo Bruand, quando o sociólogo se refere ao afetivo, irracional e místico, entendemos que o povo brasileiro se impressiona pelo aparato externo, é a forma que o encanta. Também o individualismo anárquico justifica a procura do prestígio pessoal e a preocupação com a hierarquia social. Desta forma, qualquer associação de objetos ou construções com o material bruto ou descartado, utilizados pela população de baixa renda provoca um certo descaso. Nossa referência induz a associar tais materiais à “febre de fazer”, termo que Lina Bo Bardi utiliza para chamar a improvisação brasileira para construir sua moradia, muitas vezes, constituindo as favelas. É natural reagir com um certo preconceito perante o elemento despido.

Se, por um lado a simplificação pode ser associada a precariedade e fragilidade artesanal, quando associada à técnicas sofisticadas, os objetos ou construções ganham a dimensão criativa. Na visão de Marcelo Carvalho Ferraz, a poética procurada na técnica não estaria na reprodução das formas e materiais, mas na estrutura profunda daquelas possibilidades. O desenvolvimento desta capacidade nasce da vida cotidiana.

Justamente estas soluções autóctones, que Lina encontrou no nordeste brasileiro, que inspiraram sua arquitetura popular. O interesse em estudar a respeito da criatividade popular está fundamentado no reconhecimento da nossa própria cultura material. Para estas construções realizadas com tanto sofrimento, por vezes são até atribuídas a existência de uma aura, existe também a visão da cruel realidade atrás deste invólucro.

Existe uma tendência de renovação como medida de prevenção ao envelhecimento, destacada por Bea Goller, que justifica as atuais iniciativas para gerar soluções para o descarte. Ainda é possível considerar que tanto a arquitetura de favelas quanto o design espontâneo, responsável pela criação de mobiliário com materiais descartados, são culturas de resistência no espaço público. Maria Cecília Loschiavo dos Santos refere-se à Michel Foucault quando classifica tais situações como heterotopias ,contra-lugares que existem, mas desconstróem as relações atuais.

É constrangedora a simultaneidade do avanço tecnológico totalmente díspar das necessidades de sobrevivência nas ruas. Estas pessoas são dotadas de uma diferente concepção de valor de uso de objetos para suprir suas imposições pessoais no cotidiano. Através do garimpo de produtos descartados pela sociedade de consumo eles constituem sua alternativa de consumo, independente da compra.

A perspicácia na seleção e coleta é admirável: os “designers espontâneos” possuem a capacidade de extrair qualidades de propriedades materiais e transformá-las em possibilidades de uso.

A situação social incentiva a pessoa (principalmente a criança) a pensar novas possibilidades e a perceber o espaço de outra maneira. Desta forma, a ausência de referências torna visível alternativas de simplificação de processos que nos parece muito complexos. A indústria retira a capacidade do homem de desenvolver produtos autênticos. Hoje, o produto é oferecido completo, cabe ao homem apenas o consumo. Em épocas passadas, nos segmentos industriais como de brinquedos ou da culinária, eram oferecidas as matérias primas e o usuário particularizava suas criações devido à interatividade neste processo de concepção do produto para seu consumo. Nos segmentos citados é mais visível a valorização do simples criativo em detrimento do complexo estático.

words and things (next to and opposite each other) to 'hold together'. (...) Heterotopias desiccate speech, stop words in their tracks, contest the very possibility of grammar at its source; they dissolve our myths and sterilize the lyricism of our sentences."

Santos, Maria Cecília Loschiavo dos. Discarded Products, Design and Homeless' Material Culture in Global Cities. In **Design plus Research**. Proceedings of the Politecnico di Milano conference. May 18-20,2000

"Com suas intervenções inesperadas e aparentemente gratuitas, o Dadaísmo propõe uma ação perturbadora, com o fito de colocar o sistema em crise, voltando contra a sociedade seus próprios procedimentos ou utilizando de maneira absurda as coisas a que ele atribuía valor"

Argan, Giulio Carlo. **Arte moderna**. Pg. 356.

"As coisas recolhidas e combinadas por Schwitters, no quadro que vem compondo, foram descartadas pela sociedade por não servirem mais, por terem cumprido suas funções; nem assim deu-se a ela ao trabalho de destruí-las, pois, para a sociedade "de consumo", a realidade se divide entre o a-consumir e o consumido. Não há nada de lastimável ou patético no gesto de recolhê-las, e não porque este venha a revelar alguma sua beleza secreta e ignorada. Mas, por serem coisas "vivas", compõem no quadro, com outras coisas igualmente "vivas", uma relação que não é a *consecutio* lógica de uma função organizada, e sim a trama intrincada e, no entanto, claramente legível da existência. Ou, talvez, do inconsciente que, como motivação profunda, determina o fluxo incoerente da vida cotidiana."

Argan, Giulio Carlo. **Arte moderna**. Pg. 360.

"Quando a mudança de matéria está ligada à criatividade produz sempre qualquer coisa que inicialmente não existia, ao tempo que resolve problemas sob todos os aspectos, incluindo o estético."

Munari, Bruno. **Fantasia, invenção, criatividade e imaginação**. Pg. 76.

"Faltam casas, falta tudo, é preciso ser rápido, construir, e depois veremos como ficou".

Celani, Maria Caffarena, **Pesquisa de Iniciação Científica Fapesp**. Julho de 1988 à Julho de 1989. Pg.6

"As soluções criativas (objetos domésticos, utilitários ou não, casas, equipamentos, etc) de que toda população, sob as privações, carências e dificuldades da guerra, teria lançado mão para sobreviver. Todos os projetos que os arquitetos espontâneos teriam feito para amenizar o sofrimento na busca do conforto e um pouco de felicidade."

Ferraz, Marcelo Carvalho. In **Revista do Masp**, ano 2, no. 2.

Psicólogo Edward de Bono em *Imparare e pensare in 15 gioni* diz: “...se deve considerar as coisas não apenas naquilo que são, mas também no que poderiam ser.”

“O material que atualmente polui o ambiente seria utilizado justamente pelas suas qualidades de indestrutibilidade”.

Munari, Bruno. *Das coisas nascem coisas*. Pg. 322-323.

CONCLUSÃO

ARTE PARA SOCIEDADE DE CONSUMO

O sistema nervoso da sociedade Contemporânea, ou seja, a informação e a comunicação, nutrem os espectadores da indústria cultural de, cada vez mais, valores mercadológicos.

A contestação dos valores artísticos que certos objetos assumem, em contraposição à desvalorização da arte como objeto de consumo é demonstrada em outro exemplo analisado por Argan. Ele cita a obra do espanhol Gonzales, que parte da estruturalidade cubista e rebaixa a matéria da escultura do bronze para o ferro, metal destinado ao instrumento, ao utensílio.

Numa análise onde as dualidades estão presente como natural/ artificial ou manual/industrial, existe uma estreita relação onde os opostos psicologicamente remetem ao bem e ao mau. Seguindo este raciocínio, podemos considerar a sustentabilidade dos produtos como um fator positivo e o consumo desnecessário e compulsivo, um fator negativo do mesmo ato: o usufruto dos artefatos de nossa cultura material. Reside na própria sociedade de consumo o poder de resgatar o sentido mais puro do próprio ato de construção do seu ambiente artificial: de satisfazer as necessidades básicas impostas pelo cotidiano. Podemos aprender com os designers espontâneos e com os processos de reciclagem informal novas possibilidades de uso, que se tornam visíveis a partir da cultura de resistência, de sobrevivência.

“Palavras proféticas a anunciar o atual nivelamento de valores através do marketing agressivo do mercado de arte e o lançamento de genialidades meteóricas que mal sobrevivem à primeira individual.”

Em: **Elegia para uma morte ilustre**, por Angélica de Moraes em Caderno de Sábado do Jornal da Tarde de 16 de janeiro de 1993, pg. 6

“Há aí uma antítese entre consumo e valor: em toda a história, a arte é um valor que se frui, mas não é consumido. Uma arte que se consome ao ser fruída, como um alimento que se come, pode existir ou não; em qualquer caso será algo inteiramente diverso de toda a arte do passado”.

Argan, Giulio Carlo. **Arte moderna**. Pg. 508.

“Não se trata de uma adequação da escultura à nova tecnologia industrial: subitamente, a poética da matéria se define, na escultura, como poética do resto ou do refugio, portanto o oposto do “produto”.

Argan, Giulio Carlo. **Arte moderna**. Pp. 544-547.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, T. W. **O fetichismo na música e a regressão da audição**. In Theodor W. Adorno. Textos escolhidos. São Paulo, Nova Cultural, 1999.

ARGAN, G. C. **Arte moderna**. Companhia das letras, São Paulo, 1992.

AZEVEDO, W. **O que é design**. Ed. Brasiliense, São Paulo, 1994.

BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política**, São Paulo, Brasiliense, 1994.

BONSIEPE, G. **Teoria y practica del deseño industrial**. Barcelona, Gustavo Gili, 1978.

BORGES, A. **Maurício Azeredo. A construção da identidade brasileira no mobiliário**. São Paulo, Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1999.

- BUCHANAN, R. AND MARGOLIN, V. **Discovering Design: Exploration in Design Studies**. Chicago: The University of Chicago Press, 1995.
- DENIS, R. C. **Design, cultura material e o fetichismo dos objetos**. *In Arcos*, volume 1, no.único, outubro 1998.
- GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. Unesp São Paulo.1991.
- GOLLER, B. **Renovación** *In Quaderns d'arquitectura y urbanisme* no. 201, 1993.
- JEUDY, H.P. **Philippe Stark: ficção semântica**. *In Arcos*, volume II, no.único, outubro 1999.
- LEARY, W. E. **Imitar a Natureza** Em: Caderno de Sábado do Jornal da Tarde de 11 de setembro de 1993.
- MALDONADO, T. **El diseño industrial reconsiderado**. Barcelona, Gustavo Gili, 1977.
- MANZINI, E. **A matéria da invenção**. Lisboa, Centro Português de Design, 1993.
- MANZINI, E; VEZZOLI,C. **Lo sviluppo di prodotti sostenibili. I requisiti ambientali dei prodotti industriali**. Rimini, Manggioli Editore, 1998.
- MORAES, A. **Elegia para uma morte ilustre**. Em: Caderno de Sábado do Jornal da Tarde de 16 de janeiro de 1993.
- MUNARI, B. **Fantasia, Invenção, Criatividade e Imaginação**. São Paulo, Martins Fontes, 1981.
- PHILIPPI, S. **Starck**. Taschen, 2000.
- RIBEIRO, A. **Móveis com inovações nos materiais e na linguagem formal**. *In Projeto Design*, no. 242, Abril 2000.Pp.98-101
- SANTOS, M. C. L. **Móvel moderno no Brasil**. São Paulo, Studio Nobel, 1995.

SANTOS, M. C. L. Discarded Products, Design and Homeless' Material Culture in Global Cities. In Design plus Research. Proceedings of the Politecnico di Milano conference. May 18-20,2000

SANTOS, M. C. L. Spontaneous design, informal recycling and everyday life in postindustrial metropolis. In Design plus Research. Proceedings of the Politecnico di Milano conference. May 18-20,2000

Bruno Munari busca compreender como nasce uma idéia estudando as constantes da fantasia, invenção e criatividade. Desta forma, ele relaciona vários aspectos da fantasia, entre eles, a mudança de matéria. Como cita Munari, este processo de criação foi bastante explorado pelos surrealistas como Salvador Dali, Man Ray e Meret Oppenheim.

Conforme Marcel Duchamp demonstra em suas obras dadaístas, as mudanças de função e de lugar alteram o significado dos objetos. O que é visto como uma mera manifestação de criatividade para Bruno Munari é, de fato, a situação explorada pelo morador de rua: levado a fazer adaptações para sobreviver com os recursos disponíveis.

Curioso como as situações de escassez de recursos estimulam a criatividade e geram a arquitetura da resistência como as soluções de guerra e a reciclagem informal.

Os anos da Primeira Guerra Mundial foram marcados por crises de diversos valores, entre eles o da arte. Nesta época, surge o movimento Dadaísta, disposto a contestar o sistema capitalista, a ironizar e desmistificar os valores culturais.

Argan interpreta brilhantemente um quadro de Kurt Schwitters, constituído por fragmentos da realidade. É impressionante como esta mesma leitura de uma obra de 1921 cabe nas realizações dos homeless.

Ainda hoje, muitos movimentos artísticos contemporâneos remetem-se a precedência dadaísta quando contestam os valores institucionalizados.

“As características mencionadas por Fernando de Azevedo podem ser agrupadas em três grandes categorias: o predomínio do afetivo, do irracional, do místico, acompanhado de uma sensibilidade delicada e excitável, tem como contrapartida a ausência do espírito positivo, de objetividade e de exatidão; daí ocorrem a imprevidência, a dissipação, provenientes da falta de interesse pelas questões econômicas e, principalmente, uma resignação fatalista que não exclui a capacidade de

fazer grandes esforços, de realizar uma ação impulsiva, acompanhada por uma falta de constância e do espírito de continuidade.”

Bruan, Yves. **Arquitetura contemporânea no Brasil**, pg.23.

“Em suma, o que é a aura? É uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante , por mais perto que ela esteja.”

Benjamin, Walter. **Magia e técnica, arte e política**, pg. 170.

“No Brasil, há muitos anos já, se constata que certas favelas tornaram-se objetos de cobiça para a conservação patrimonial, nacional e mundial. Patrimonializar as construções dos pobres pode parecer uma operação puramente demagógica, sobretudo quando se sabe que predomina ainda o “espírito monumental” na gestão sem fronteiras dos exemplos históricos na transmissão cultural. A priori, aquilo que não dura, o que é considerado efêmero, não se presta à conservação. Com efeito, a arquitetura das favelas só atinge a plenitude de seu sentido estético se estiver em relação implícita a uma vida cultural e social, da qual ela é o reflexo.”

Jeudy, Henri-Pierre. In **Estadão**, caderno 2 de 15 de junho de 2000.

“Esta situación de replanteo y actualización de un patrimonio particularmente cercano en el tiempo concuerda además com la obsesiva preocupación de la sociedad actual por todo aquello que signifique prevención frente al envejecimiento. “

Goller, Bea. Renovación In **Quaderns d'arquitectura y urbanisme** no. 201, 1993. Pg. 25.

Utopias- "sites with no real place. They are sites that have a general relation of direct or inverted analogy with the real space of Society. They present society itself in a perfected form, or **case** society turned upside down, but in any case these utopias are **fundamentally** unreal spaces".

Heterotopias, on the other hand, are "real sites". They respond to the character of external space, they are "something like counter-site, a kind of effectively enacted utopia in which the real sites, the other real sites that can be found within a culture, are simultaneously represented, contested, and inverted."

Foucault's heterotopias are a kind of subversive elements", they are "capable of juxtaposing in a single real place several spaces, several sites that are in themselves incompatible. (...) Heterotopias are disturbing, probably because they secretly undermine language, because they make it impossible to **name** this and that, because they shatter or tangle common names, because they destroy "syntax" in advance, and not only the syntax with which we construct sentences but also that less apparent syntax which causes