

Discussão e considerações finais

No capítulo anterior, apresentei os principais resultados que obtive após a análise das entrevistas. Agora, cabe discuti-los e relacioná-los ao conteúdo teórico contido nos Capítulos 2 e 3 deste estudo. Comecemos pelos assuntos mais diretamente relacionados ao objetivo da dissertação, ou seja, aqueles ligados a como os entrevistados caracterizam sua atuação e se fazem alguma associação ao tema da sustentabilidade. Em seguida, discorrerei sobre outras questões que vieram à tona durante a análise. Por fim, farei as últimas considerações a respeito da pesquisa.

6.1.

Como os designers entrevistados caracterizaram seu trabalho?

No Capítulo 2, vimos que o debate sobre desenvolvimento sustentável sobrepõe questões sociais, econômicas, políticas, culturais, tecnológicas e ambientais (MUNIZ; SANT'ANA JÚNIOR, 2009, p. 258). Assim, este conceito está relacionado a diferentes aspectos, que passam pelo uso dos recursos naturais, preservação do meio ambiente, modos de produção e consumo, direitos dos povos, desigualdades entre e dentro dos países, diversidade cultural e saúde das populações, apenas para citar alguns deles.

No Capítulo 3, vimos que o movimento ambiental e as discussões sobre sustentabilidade influenciaram designers de várias gerações, o que ocasionou, ao longo do tempo, uma proliferação de expressões como design verde, ecodesign, design sustentável e design para sustentabilidade. Também foi apontado que, recentemente, as definições de design sustentável têm dado destaque para aspectos sociais – como condições de trabalho, equidade e participação – e que se tem feito algumas pesquisas e ações em que os designers buscam dar maior destaque ao lado social da sustentabilidade.

Tendo em vista esses aspectos, foi possível formular uma pergunta: se um projeto de design promovesse a inclusão social de algum grupo produtivo e

também se preocupasse com questões ambientais, como uso de recursos naturais locais de baixo impacto ambiental ou reaproveitamento de materiais, ele poderia ser considerado um projeto de design sustentável?

Isso parecia ter ainda mais sentido quando foram encontrados alguns projetos do gênero participando de premiações de sustentabilidade, principalmente em categorias chamadas de “ação social”, e também se tornando objeto de estudo de artigos em congressos e seminários de design, em categorias relacionadas à sustentabilidade. Outro indício foi perceber que, na divulgação de projetos deste tipo, é comum que sejam feitas referências ao tripé da sustentabilidade.

Embora essas referências à sustentabilidade feitas nas divulgações e defendidas em estudos da área pudessem sugerir que os designers fariam igual associação para designar sua atuação, não foi isso que percebi quando fiz uma investigação detalhada e ouvimos designers que trabalham em projetos do tipo estudado.

Seus depoimentos indicam que eles usam diversas expressões para falar de sua área de atuação e a mais usada foi design social – e não design sustentável ou design para sustentabilidade, apesar deste último ter, aparentemente, boa aceitação dentro do grupo estudado. Retomemos, então, o que os entrevistados entendem por sustentabilidade, buscando correlações entre suas falas e os discursos de sustentabilidade. Em seguida, voltarei ao assunto de como os participantes comentaram que deveria ser um design voltado para esta questão e sobre o tipo de design social de que falaram.

6.1.1.

O que os entrevistados falaram sobre a sustentabilidade: aproximações entre suas falas e os discursos de sustentabilidade

Na apresentação dos resultados, foi mostrado que a sustentabilidade é vista por grande parte dos entrevistados como um ideal, uma utopia, uma meta a ser alcançada. Poderíamos agora nos perguntar a que tipo de ideal eles se referiam, contudo, não havia pergunta específica sobre isso no roteiro. Ainda assim, foi possível identificar alguns trechos dos depoimentos em que os entrevistados repetiram alguns dos discursos sobre sustentabilidade de que falam Lima (2003) e Struminsky (2006).

Parte dos entrevistados pareceu afinada ao que Lima denominou de discurso oficial da sustentabilidade. Alguns exemplos podem ser vistos nas falas de Ana Clara, em que ela mencionou os limites do planeta e o gasto de energia e de materiais, e de Érica, quando ela disse que todo o desenvolvimento deveria ser pensado de maneira sustentável e não como sinônimo de crescimento econômico:

“Eu entendo assim, que nós vivemos em um planeta finito e que estamos gastando todos os recursos de energia e de materiais.” (Ana Clara)

“Todo desenvolvimento deveria ser pensado de maneira sustentável, mas hoje as pessoas pensam o desenvolvimento na verdade como sinônimo de crescimento econômico, não é isso?” (Érica)

Outro aspecto que pode ser enquadrado no discurso oficial e que apareceu nas entrevistas foi a ideia de que a sustentabilidade é formada por três ou mais dimensões. Como vimos no Capítulo 2, as conferências da ONU sobre meio ambiente e desenvolvimento tiveram grande influência na construção do conceito de desenvolvimento sustentável. Em uma delas, o conceito foi apresentado como sendo constituído por três pilares. Posteriormente, na conferência seguinte, acrescentou-se uma quarta dimensão. A partir de então, diversos autores têm defendido que há mais dimensões envolvidas. Sachs, por exemplo, lista oito dimensões: social, cultural, ecológica, ambiental, territorial, econômica, política (nacional) e política (internacional) (SACHS, 2009, p. 85-88).

Sendo assim, quando os entrevistados fizeram menção às dimensões da sustentabilidade, podemos dizer que suas falas estão próximas ao discurso oficial. Um trecho da entrevista de Érica mostra essa referência às dimensões:

“A sustentabilidade não está só na questão ecológica e social, mas econômica.” (Érica)

Quando Lima fala sobre o discurso oficial, o autor diz que ele foi assimilado pelas empresas e organizações não governamentais. Atualmente essa assimilação fica visível, por exemplo, com a grande quantidade de empresas que se engajam em movimentos de responsabilidade social empresarial. Esse tipo de fenômeno apareceu claramente em algumas entrevistas. Érica, por exemplo, trabalha em uma instituição que corresponde à ação social de uma grande empresa. Carolina, por

sua vez, contou que alguns grupos produtivos que sua instituição assessorava fazem brindes corporativos. Podemos entender que esses brindes feitos por pequenos grupos de artesanato são vistos como “inclusivos” (adjetivo mencionado pela entrevistada) ou, em alguns casos, “ecológicos” (dependendo da matéria-prima que é usada), o que confere um sentido positivo às empresas que os compram, as quais buscam, normalmente, passar uma imagem de empresas socialmente responsáveis.

Ademais, na entrevista de Ivone, ficou claro como que as ações de responsabilidade social empresarial se estendem também à preocupação com o meio ambiente:

“(...) todas as grandes empresas de hoje têm um recurso para fazer ações de responsabilidade social. Para ficar bem na fita, porque é uma obrigação hoje mundial você ter que contornar os impactos ambientais que a sua indústria causa.” (Ivone)

Por deixarem transparecer certa confiança (ou esperança) nos avanços tecnológicos, podemos ver uma semelhança entre as falas de alguns entrevistados e o discurso do grupo que Struminsky chama de cornucopianos, os quais creem que a tecnologia irá resolver os problemas ambientais. Esses avanços que os entrevistados citaram são, por exemplo, as análises do ciclo de vida, as mudanças nos processos produtivos que evitam a geração excessiva de resíduos, as soluções para os problemas do lixo, etc. Ou seja, as várias soluções que poderiam envolver os designers. Outro tipo de confiança na tecnologia apareceu sob a forma de difundir o acesso às tecnologias de comunicação. Um exemplo pode ser visto no depoimento de Flávia, quando ela diz que as pessoas têm direito de ter celular e computador e de estarem conectadas e informadas, apesar de criticar o uso de automóveis e de muitos eletrodomésticos.

Em contrapartida, João pareceu ser contrário ao reducionismo tecnológico e desconfiante de que as pessoas conseguirão usar a tecnologia de forma a resolver os problemas de nossa sociedade, o que aproxima o entrevistado ao contradiscurso mencionado por Lima. Isso pode ser percebido, por exemplo, quando João disse que a comunicação é importante para as comunidades que ele costuma atender, mas que o modelo que atualmente é usado para difundi-la não é limpo, pois incentiva o consumo e a obsolescência dos produtos. Assim, ele se mostrou

mais receoso do que confiante quanto às tecnologias de comunicação atualmente difundidas.

Outras falas dos entrevistados também pareceram afinadas a este contradiscurso. São, por exemplo, os depoimentos que mencionam uso de tecnologias intermediárias, promoção da economia solidária, tentativas de colocar preços justos, soluções encontradas por pessoas de comunidades marginalizadas etc. Duas falas que já foram apresentadas servem de exemplo:

“Então assim, eu acho que a sustentabilidade está nisso também. Está nesse tipo de solução criativa que só quem está à margem, quem tem que ter essa criatividade, esse tal do jeitinho brasileiro.” (Érica)

“(...) porque quando a gente fala nos produtos também, como é economia solidária, que tem essa questão que não é o lucro sabe, é uma questão de um preço justo. Então também tem outros princípios que estão ligados aos princípios da sustentabilidade. Então assim, a questão do respeito, a questão do comprometimento com o ser humano, com a natureza, tem todos esses aspectos.” (Gabriela)

Por outro lado, um trecho do depoimento de Luana parece semelhante ao discurso dos ecologistas profundos, os quais, segundo Struminky, defendem a volta ao passado e às comunidades autossuficientes. Ao falar sobre alguns grupos com os quais ela trabalhou, disse que eles levavam uma vida “de certa forma sustentável”. Assim, parece que, neste momento, ela compartilha da ideia dos ecologistas profundos de que a sustentabilidade possa estar em comunidades autossuficientes que vivam em equilíbrio com a natureza. Segue esse trecho:

“Lembro quando ia para a [região], isso era a coisa que mais me vinha em mente. Eles estão lá levando uma vida de certa forma sustentável. Pobre, nunca... miserável, não vimos assim. Nós não chegamos em nenhum lugar miserável, que realmente a miséria tivesse, com fome, nem nada. Principalmente na [região]. Tem lá a sua estrutura, é sustentável de alguma maneira. A gente vai lá para propor uma coisa para que eles se transformem naquilo que somos nós. Que está dando problema aqui.” (Luana)

A entrevistada pareceu esboçar uma crítica a sua própria atuação, questionando o fato de que seu trabalho acaba mudando o contexto daquelas comunidades e desequilibrando a vida que as pessoas de lá tinham, já que as ações são geralmente feitas para promover seu desenvolvimento. Ao se desenvolverem, esses grupos começariam a ter os problemas que o restante da sociedade

(desenvolvida) está enfrentando e que são associados ao desenvolvimento (não sustentável).

Assim, apesar de não ser possível enquadrar os depoimentos dos entrevistados em uma única matriz discursiva como as apresentadas no Capítulo 2, podemos esboçar algumas conclusões. Uma delas é que os entrevistados mostraram diferentes ideias do que seria necessário para alcançarmos a sustentabilidade³⁹.

Outra conclusão importante é que o grupo entrevistado demonstrou, de maneira geral, domínio a respeito do tema. Ou seja, os entrevistados mostraram que se apropriaram do conceito de sustentabilidade e dos principais discursos sobre ele, já que repetiram várias ideias que haviam sido levantadas no Capítulo 2 deste estudo. Isso serve para corroborar a tese de que o movimento ambiental e a difusão do conceito de sustentabilidade têm, se não influenciado, ao menos chegado aos ouvidos dos profissionais de design. Passemos então para o que foi dito a respeito de como deveria ser o design voltado para esse tema.

6.1.2.

O que os entrevistados falaram sobre como deveria ser o design voltado para o tema da sustentabilidade

Os resultados da análise indicam que alguns entrevistados relacionaram o design sustentável (ou para sustentabilidade) aos pilares, como pode ser visto na fala de Ana Clara:

“Essa coisa de ser socialmente justo, economicamente viável, culturalmente aceito. Todas essas questões, esses pilares eles são importantes de se pensar outros projetos assim também.” (Ana Clara)

Contudo, essa maneira de entender a sustentabilidade é demasiadamente abstrata para indicar o que deve ser feito na prática. Relembremos, portanto, quais ações mais específicas foram mencionadas pelos entrevistados.

Como foi apresentado no Capítulo 5, os entrevistados discorreram sobre diversas atitudes associadas ao design voltado para sustentabilidade, dentre elas: considerar todo o ciclo de vida ao projetar um produto; analisar os impactos

³⁹ Falo em “alcançarmos a sustentabilidade” já que ela foi vista pela maioria dos entrevistados como uma meta.

ambientais; evitar o descarte; utilizar matérias-primas e outros recursos locais; encontrar soluções simples que possam atender às necessidades das pessoas sem demandar grande investimento financeiro ou tecnologia de ponta; deixar de valorizar a precisão da produção industrial; promover a economia solidária; trabalhar com comunidades; valorizar diferentes identidades culturais; levar em consideração questões ligadas ao território; promover o desenvolvimento local; e fazer transferência de conhecimento e tecnologia.

6.1.3.

Design sustentável ou design para sustentabilidade?

É interessante notar que muitos entrevistados diferenciaram os termos “design sustentável” e “design para sustentabilidade”, o que não havia sido feito durante a pesquisa bibliográfica apresentada no Capítulo 3. Será que essa mudança na terminologia usada indica uma mudança na prática dos profissionais?

Com base nas contribuições de Cardoso (2008) e Madge (1997), podemos ver que algumas trocas de nome podem indicar mudanças de sentido mais profundas que desencadeiem alterações no tipo de atuação dos designers. Isso ocorreu, por exemplo, na passagem do design verde para o ecodesign. Enquanto o primeiro surgiu em uma época em que estavam na moda os produtos verdes, o segundo foi difundido junto das ideias da ecologia profunda e com ele se pretendia não mais dar uma aparência “verde” aos produtos para que fossem facilmente identificados pelos consumidores, mas fazer mudanças nos processos produtivos, de forma a melhorar, por exemplo, sua ecoeficiência. Desta forma, identificamos que a difusão de cada um desses dois conceitos correspondeu a práticas distintas.

Contudo, isso não parece ter sido o que ocorre atualmente com a tendência de se deixar de usar o termo design sustentável a fim de se adotar a expressão design para sustentabilidade. Aparentemente, o principal argumento usado pelos entrevistados é que os designers compreenderam que não há como o próprio design ser sustentável, mas ele pode contribuir para a promoção da sustentabilidade. Apesar de mudar o sentido das palavras, não vejo qualquer alteração na prática. Explicando de outra forma, não foi percebido que os entrevistados tenham indicado alguma mudança na prática que diferencie o design

sustentável do design para sustentabilidade. Parece apenas que a crítica ao primeiro termo concentra-se no aspecto linguístico, não no prático. Da mesma forma, não percebo que os designers, que antes chamavam seu trabalho de design sustentável, tenham alterado suas atividades ou mudado seus objetivos por terem passado a usar a outra expressão. Porém, é preciso levam em conta que talvez isso só possa ser visto com o tempo e o distanciamento histórico necessário.

Foi de certa forma surpreendente notar que, apesar da expressão design para sustentabilidade ter parecido ser bem aceita, apenas Daniela disse claramente que considera alguns dos projetos que ela fez como design para sustentabilidade. E, ainda assim, nem todos, pois, segundo ela, parte dos projetos dos quais falou durante a entrevista estaria mais ligada ao ecodesign, já que nestes se deu atenção aos impactos ambientais da produção e se analisou dados quantitativos, como no caso em que ela participou do desenvolvimento de um selo ecológico.

Mesmo dentre as outras entrevistadas que disseram usar as expressões design sustentável ou design para sustentabilidade – Ana Clara, Bárbara, Carolina, Érica e Gabriela – não ficou tão claro se elas têm o costume de fazê-lo para designar seu próprio trabalho, como ocorreu com Daniela. E algumas delas acabaram por afirmar que preferem outros termos.

No Capítulo 5, foram mostradas as outras expressões que surgiram no decorrer das entrevistas: design social, design socioambiental, design com foco no ser humano e design responsável e consciente. Discorri sobre a primeira, visto que ela foi a mais recorrente.

6.1.4.

Que tipo de design social é esse?

Podemos agora nos fazer duas perguntas: Que design social é esse de que os entrevistados falaram? Será que corresponde a alguma das propostas dos autores que foram levantados na pesquisa bibliográfica deste estudo? Comecemos pela segunda pergunta.

No levantamento feito antes das entrevistas já tinham sido encontrados indícios de que haveria uma aproximação entre os designers preocupados com questões ambientais e sociais. Isso apareceu, por exemplo, no texto de Capello (2010), em que ela coloca os designers sociais e os ecodesigners lado a lado.

Apesar de nomeá-los como dois grupos distintos, cada um dos designers é apresentado no capítulo que segue ao texto da autora sem que se consiga identificar claramente quem pertence a qual dos dois grupos – dos designers sociais ou dos ecodesigners. Naturalmente, em algumas das descrições se vê maior afinidade ao lado ambiental ou social. Porém, em outras descrições, essa diferenciação se torna difícil, já que são designers que abordam ambos os lados.

Ainda no Capítulo 3, foram mencionados outros autores que deram igual importância a questões sociais e ambientais, como Papanek (1974), com suas propostas de desenhar para o mundo real que solicitavam que os designers se responsabilizassem pelos produtos que projetavam e usassem tecnologia adequada ao contexto, e Margolin (1998; 2009), que discute o conflito entre o crescimento econômico e o meio ambiente, mostrando como esse conflito influencia a prática do design.

Dentre os autores de design que falam sobre sustentabilidade, foram mencionados no terceiro capítulo alguns que dão atenção a questões sociais de diversas maneiras. Relembremos brevemente como eles o fazem.

Madge (1997) diz que o design sustentável enfatiza os princípios de equidade e participação, além de tratar de projetos que atendam às necessidades humanas básicas. Hilton (2001) fala sobre qualidade de vida dos funcionários e das comunidades do entorno, segurança, equidade e inclusão. Wahl e Baxter (2008) dizem que se deve incorporar considerações sobre saúde, felicidade, bem-estar, significado e qualidade de vida nos processos de design. Vezzoli (2006), mesmo quando foca na sustentabilidade ambiental, diz que se deve facilitar o processo de design participativo entre empresários, usuários, organizações não-governamentais, instituições etc. O autor ainda diz que atualmente estamos no estágio de design para sustentabilidade social e ética. McDonough e Braungart (2002) citam alguns critérios de uma ferramenta de design estratégico que criaram, dentre os quais estão justiça social, igualdade de gênero, diversidade, qualidade de vida, saúde, respeito, prazer e diversão. Manzini e Meroni (2007) falam sobre melhorar a qualidade do tecido social e sobre como as inovações sociais poderiam evoluir para inovações do tipo produto-serviço. De forma semelhante, Morelli (2007) diz que os designers podem replicar soluções inovadoras produzidas por consumidores locais. Ele também defende que a lógica industrial – e, por conseguinte, o design – seja usada para resolver problemas de

desemprego, fluxos migratórios, envelhecimento da população e novos padrões culturais. Por fim, Ono (2004) fala sobre desenvolvimento sustentável de produtos voltados para o bem-estar das pessoas, nos quais se use a diversidade cultural dos vários contextos locais como riqueza e fonte estratégica.

Ainda no terceiro capítulo, apresentei alguns autores que falam sobre design social. Na proposta de Couto (1992), os designers devem trabalhar em situações reais e com as necessidades encontradas nesses contextos. Ela aponta que o design social é um processo de interação com pessoas da população alvo, ou seja, com os futuros usuários. Por sua vez, na proposta de um design socialmente responsável feita por Jurado e Aguilar (2008), as autoras mencionam a participação tanto das populações-alvo quanto das pessoas envolvidas na cadeia produtiva. Elas citam, dentre as características desse tipo de projeto: a promoção do desenvolvimento integral da pessoa humana; a construção de uma sociedade inclusiva; a garantia de participação ou dissidência ante as decisões que afetem as comunidades; a adoção de práticas comerciais respeitosas; a proteção do meio ambiente; e a promoção de autonomia tecnológica.

Também foi descrita, no levantamento bibliográfico, parte das discussões que ocorreram durante o 4º Encontro Nacional de Desenhistas Industriais em 1985, cujo primeiro painel teve como tema a função social do design. Naquela ocasião, debateu-se sobre projetos que foram descritos como “projetos especiais de caráter social” (GALINKIN, 1985, p. 42) feitos com populações de baixa renda e se falou sobre metodologias participativas, utilização de tecnologia apropriada e necessidade de se promover a organização popular das comunidades com as quais os designers entravam em contato durante os projetos.

O design social de que falaram os entrevistados, como já foi mostrado no Capítulo 5, é voltado para a inclusão social e diz respeito a trabalhos feitos com comunidades, aspectos que foram apontados pelas entrevistadas Ivone e Gabriela, respectivamente. Em sua maioria, os projetos feitos pelos entrevistados constituem uma combinação de ações assistencialistas e metodologias participativas.

Podemos ver diversas semelhanças entre o trabalho dos entrevistados e alguns aspectos mencionados no levantamento bibliográfico. Esses aspectos são, por exemplo, as ideias de equidade, participação, inclusão e qualidade de vida, além de outros mais específicos, como a melhoria das condições de trabalho, as

metodologias participativas, as tentativas de se adequar ao “mundo real”, as preocupações com o desenvolvimento do local, a aplicação de tecnologia intermediária, trabalhos com populações de baixa renda e promoção da igualdade de gênero.

Contudo, a atuação dos designers entrevistados parece ser diferente da grande maioria das referências citadas no Capítulo 3. Vejamos quatro diferenças mais significativas.

Em primeiro lugar, a maior parte dos entrevistados trabalha com artesanato, e não com produção industrial. Apenas por tal aspecto, essa grande parte dos entrevistados já difere das propostas de Hilton, Madge, McDonough e Braungart, dentre outros.

A segunda diferença encontrada diz respeito ao grupo cuja qualidade de vida se pretende melhorar. No design social defendido por Couto, quer-se atender às necessidades dos usuários dos produtos e se busca aproximar o design ao “mundo real” adotando metodologias participativas, ou seja, metodologias que incluem esses usuários nos processos de design. A mesma atenção aos consumidores está presente nas propostas de Ono e Frascara. Em contrapartida, nos trabalhos desenvolvidos pelos entrevistados há maior preocupação com os produtores. Assim, apesar de se assemelharem quanto à preocupação com as pessoas, podemos dizer essas pessoas são os usuários – para Couto, Ono e Frascara – e os produtores – para os entrevistados.

A terceira diferença se coloca em relação às experiências discutidas durante o 4º Encontro Nacional de Desenhistas Industriais. Os debatedores falaram sobre solucionar problemas das comunidades atendidas por meio de soluções técnicas, o que geralmente envolvia construção de infraestrutura ou de artefatos que seriam usados naquela localidade. Por outro lado, a maior parte dos projetos dos entrevistados tratava de produção de produtos que seriam comercializados com o intuito de gerar renda para os produtores.

A quarta diferença está em relação às propostas de Manzini, Meroni e Morelli. Essa diferença também diz respeito ao grupo beneficiado. Como vimos, esses autores não falam mais de produção de produtos, mas de encontrar soluções para problemas cotidianos. Às vezes, essas soluções envolvem a criação de artefatos, mas isso não ocorre necessariamente, pois elas podem ser conseguidas por meio de serviços, plataformas ou estratégias, como dizem os autores. Além

disso, essas soluções servem principalmente às pessoas que as criaram. Em compensação, os entrevistados trabalham primordialmente com produção de produtos, que serão comercializados e utilizados por pessoas externas ao grupo que os produziu.

Assim sendo, dentre os autores levantados, aquela que aparentemente está mais próxima ao design social de que falaram os entrevistados é Capello, a qual fala de projetos que aliam manejo sustentável de recursos naturais e geração de trabalho e renda para comunidades carentes. Uma explicação para tal fato é um tanto quanto simples, já que foi uma das referências que foram tomadas como base para se escolher que tipo de projeto seria estudado.

6.1.5.

Responsabilidade e consciência: um ponto em comum

Independente de levar a qualificação “sustentável”, “social” ou qualquer outra das mencionadas, todos os designers entrevistados mostraram uma característica em comum: a preocupação em serem conscientes e responsáveis quanto a seu trabalho.

No Capítulo 5 foi dito que a entrevistada que colocou essa questão de forma mais explícita foi Carolina. Além de ter exposto sua preferência pelas palavras “responsável” e “consciente” no lugar de “sustentabilidade”, ela falou em vários momentos sobre o assunto, mostrando a importância de se procurar informações sobre a produção dos produtos, o que deve ser feito tanto pelos designers quanto pelos consumidores.

Essa ideia esteve presente em outras entrevistas, como no caso de Érica e Ana Clara. Érica disse que tenta mostrar para as artesãs que assessora que não se deve usar e descartar os objetos sem pensar de onde eles vieram, para onde vão e quem os fez. E Ana Clara afirmou que espera que, daqui a algum tempo, tanto os designers quanto os consumidores estejam acostumados a fazer algumas perguntas:

“O que tu consome? De onde veio e para onde vai? O que tu pode fazer com isso? Qual a responsabilidade de quem produz? Se eu produzo alguma coisa, que responsabilidade eu tenho de recuperar isso? Como que o ambiente resiste a esse grau de resiliência que a gente fala.” (Ana Clara)

6.1.6. Produtos que contam histórias

Mais uma ideia presente no discurso de Carolina que encontrou eco nos depoimentos de outros entrevistados foi o comentário sobre a busca pelas “histórias” dos objetos que consumimos. Vejamos novamente o trecho da fala da entrevistada:

“E você não está consumindo um objeto. Você está consumindo um objeto que é feito de coisas que vem de lugares e que pessoas estiveram em todos esses processos. Então, pra mim, consumir conscientemente e responsávelmente é buscar saber quais são essas histórias, quais são esses materiais, de onde eles vêm, como eles chegaram até aqui e quem foram essas pessoas ou pelo menos como que essas pessoas trabalharam nisso.” (Carolina)

As histórias, no caso da fala de Carolina, dizem respeito à trajetória pela qual os objetos passam até chegarem às mãos dos usuários. Essa trajetória envolve pessoas de diferentes lugares e os objetos são feitos de materiais que também são oriundos de diversos locais.

João também mencionou as histórias dos produtos, mas de outra maneira. Ele disse que essas histórias eram contadas pelos próprios produtores de um dos grupos com os quais ele trabalhou. Tratava-se de um grupo que fazia artesanato de motivos religiosos e que vendia sua produção em uma feira da praça da cidade. Segue um trecho de sua fala:

“(...) como lá tem aquela festa de [nome de festa religiosa] interessante e são muitos cristãos e tem santo para todo mês, esse produto funciona. Como esse grupinho tem esse perfil é um produto que dá certo. (...) É o que eles acreditam. Se eles acreditam isso vende, porque eles acreditam, porque eles têm mais vontade, eles têm mais carinho. Eles contam a história do produto, como eles que criaram, como eles se desenvolveram.” (João)

É interessante perceber que o entrevistado não disse que, na hora da venda, os produtores exaltam a história dos santos. E sim, que eles contam a história de como o produto foi feito.

Ademais, a metodologia adotada por alguns entrevistados já previa entender a história das pessoas, dos materiais e da região. Esse procedimento parece ser importante para que fatores das histórias coletadas pudessem ser incorporados aos produtos. Isso apareceu nos depoimentos de Flávia – em um trecho já mencionado

quando apresentei a metodologia de trabalho desta entrevistada no Capítulo 5 – e de Ana Clara. Vejamos suas falas:

“E aí a gente começou a fazer um trabalho elencando o que tinha na região em termos de matéria prima. Como que essa matéria-prima poderia chegar até lá? Qual era o caminho de tudo isso? Entendendo da história das pessoas, monte de coisas.” (Flávia)

“Nesse momento você fica super atento para escutar todas as coisas que vêm, o que elas observam, o que elas deixam de observar. Tentar fazer perguntas colocadas para que elas percebam determinadas questões, tragam fatores da história, enfim, dos materiais, da história daquela região, da história delas, como elas se posicionam. Enfim, é um negócio meio assim de ir para captar, né?” (Flávia)

“Então a gente teve várias reuniões, sempre as segundas-feiras à tarde. Teve dia que o pessoal foi lá conversar sobre o que sabia, como que era. Eu perguntei de onde vinham... Tentando buscar essas histórias, essas histórias pessoais. (...) Eu tentei compreender assim quais eram as matérias-primas, quais eram as técnicas que eles trabalhavam, onde é que eles tinham aprendido, onde que eles vendiam isso, se conseguiam vender. Então tocando de leve assim, tentando essa aproximação num abordagem compreensiva.” (Ana Clara)

Ambas entrevistadas colocaram lado a lado as histórias pessoais e as informações das matérias-primas como fatores importantes a serem coletados, semelhantemente ao que fora feito por Carolina.

Ana Clara disse que trabalhou especificamente este assunto em uma das reuniões que fez com o grupo que atendeu. Adquiriu um livro sobre uma pesquisa realizada por outro designer para mostrar ao grupo como são esses produtos que, devido a alguma característica, contam a história das pessoas:

“Eu consegui o livro, a gente apresentou para eles. Então a gente vai discutindo essas coisas. (...) Para que as pessoas também possam compreender esse universo, que é um universo mais complexo, de produtos que têm alguma característica que conte a história das pessoas. Não é muito fácil essa apreensão disso né.” (Ana Clara)

Esse trecho difere das outras falas apresentadas acima, na medida em que Ana Clara disse que é o produto que passa a contar a história das pessoas e dos materiais. Não são mais as pessoas que precisam relatar a história dos produtos.

Tomo, portanto, emprestada tal ideia da fala de Ana Clara para caracterizar esse tipo produção: produtos que contam histórias.

Ao olharmos o trabalho dos entrevistados sob este aspecto, é possível ver a ligação que a maior parte dos produtos feitos pelos grupos atendidos tem com a identidade cultural de quem os confecciona, com os valores locais, com as tradições, com as características do território etc. São itens que se tornam relevantes dentro da perspectiva de se tentar projetar, produzir e consumir de forma consciente e responsável.

6.2. Considerações finais

Com este estudo, foi possível responder a muitos questionamentos a respeito do trabalho dos entrevistados e de como eles caracterizam sua atuação. Além de chegar a algumas respostas, a pesquisa despertou uma série de reflexões e novas perguntas. Sendo assim, considero importante, na conclusão deste trabalho, compartilhar com o leitor algumas destas reflexões.

6.2.1. Arena, atores, interações, interesses

Como já foi enfatizado, esta pesquisa foi realizada com base em um método de análise do discurso oriundo da psicologia. Contudo, também teve influência de alguns estudos sobre antropologia do desenvolvimento. Esta influência esteve presente na tentativa de se compreender os projetos estudados de forma semelhante a como Olivier de Sardan (2001, 2005) afirma que os antropólogos devem observar as ações de desenvolvimento: como uma arena, na qual estão inseridos diversos atores, os quais interagem entre si e possuem interesses diferentes.

Durante a pesquisa, busquei informações especialmente sobre dois tipos de atores: os designers e os grupos produtivos. As interações entre eles foram apresentadas nas seções sobre “metodologia de trabalho dos entrevistados” e “relacionamento dos entrevistados com os grupos”. E os interesses dos designers foram mencionados principalmente na seção sobre “motivação dos entrevistados”.

Procurei ter uma compreensão do contexto (que pode ser entendido como a arena), ao fazer perguntas sobre o financiamento, a equipe e a remuneração das pessoas envolvidas, além das perguntas de aprofundamento sobre o item do

roteiro chamado “descrição do(s) projeto(s)”. Tais informações não foram apresentadas em detalhes nesta dissertação, pois fugiriam ao escopo da pesquisa, que se propôs a entender como os designers caracterizam seu trabalho, especialmente, quais expressões usam para designar sua própria atuação. Mesmo assim, as perguntas mostraram-se úteis para que os entrevistados falassem livremente sobre seu trabalho e, assim, seus discursos subjacentes pudessem ser analisados. No entanto, as entrevistas podem servir para dar continuidade à pesquisa, ao investigar essas outras questões que não foram abordadas em profundidade na presente dissertação.

6.2.2. Possíveis desdobramentos da pesquisa

Uma maneira de fazer uma análise mais completa de projetos semelhantes aos estudados seria entrevistar não apenas os designers, como também pessoas dos grupos produtivos e outros membros da equipe, a fim de se compreender a visão dos demais atores envolvidos. Isso porque, como foi visto em um trecho do depoimento de Carolina, os relatos dizem respeito à perspectiva dos entrevistados de como eles mesmos se veem e talvez as percepções das outras pessoas sejam diferentes e tragam novos elementos que possam contribuir para uma compreensão mais ampla dos projetos.

Caso se queira estudar projetos em andamento, seria possível ir a campo e observar as interações entre os atores ao vivo, o que não foi feito neste trabalho, pois grande parte dos projetos aqui estudados já havia terminado, sendo que alguns ocorreram há muitos anos.

Outro possível desdobramento seria fazer uma pesquisa quantitativa para complementar o estudo qualitativo que foi feito. Na nova pesquisa, as perguntas deixariam de ser: O que se entende por...? O que pensam? O que querem dizer? Como falam? Nos lugar destes questionamentos, viriam outros, ligados a dados concretos e mensuráveis. Tentar-se-ia analisar os impactos gerados e os resultados tangíveis dos projetos. Para tal abordagem, seria necessário definir indicadores e levantar dados quantitativos.

6.2.3. Em direção a fins mais justos e éticos

Parece que grande parte dos entrevistados faz um trabalho conscientemente mais voltado para inclusão social do que para a sustentabilidade. Apesar de ter sido afirmado no início desta dissertação que a sustentabilidade seria compreendida aqui com intrinsecamente ligada à equidade (e, por conseguinte, à inclusão social), não consegui perceber que os entrevistados fizessem a mesma associação de forma tão forte. Ou seja, não observei que eles enxergassem os dois temas como indissociáveis. Mesmo assim, pude ver que são temas que são tratados em conjunto, o que indica, na minha visão, que os designers do grupo estudado estão caminhando em direção a fins mais justos e éticos, o que é corroborado pela ênfase que eles deram à responsabilidade e consciência a respeito de sua própria atuação.