



1º. Sumário conceitual

Este relatório indica as atividades realizadas pelo núcleo PENSAR DESIGN na semana de 3 a 9 de novembro de 2008, com um breve relato jornalístico dos debates realizados em 3, 4, 6 e 7/11, do ponto de vista de sua curadora, com as limitações de ter usado apenas a memória como registro. Seguem ao relato a bibliografia básica do PENSAR DESIGN e apresentações sucintas dos colaboradores.

2º. Relatório prático e de resultados

Discrimina as atividades preparatórias do núcleo, no ano de 2008, e os resultados globais da atividade deste núcleo do VIVER DESIGN EM SÃO PAULO.

Curadoria

Alexander Lipszyc e Andréa Naccache

São Paulo, janeiro de 2009

Avant-propos

Em 2007, a prefeitura da cidade de São Paulo reuniu um grupo de profissionais de projeção em diversos campos do design paulistano, para um seminário chamado Design Made in São Paulo. Desta reunião, em 2008, decorreu um grupo de trabalho, voluntário, sediado na prefeitura (no prédio do Viaduto do Chá), disposto a pensar como esclarecer à população paulistana, e aos países que mantêm relação comercial com a cidade, a importância do design e a grande qualidade do nosso design, que tem interesse mundial em alguns nomes, bom volume de atividade e ensino, e imensa qualidade e potencial como investimento e negócio.

Este grupo de trabalho envolveu associações diversas, como as Associações de Designers de Produtos, de Interiores e Gráficos, o Centro São Paulo Design, representantes de grandes escolas, com a presença de diretores e responsáveis, e somou ainda mais profissionais expressivos do design, em colaboração. Por sugestão do secretário de relações internacionais em exercício, a idéia foi que este grupo não organizasse um novo seminário em 2008, mas ampliasse sua ambição a produzir uma Semana de Design para São Paulo.

Apenas algumas reuniões antes desta decisão, passei a integrar o grupo, em função da minha pesquisa em psicanálise que afirma a importância do design na sociedade, e percebe o design como uma ética, a partir de uma leitura de Freud e Lacan.

Este grupo, com a parceria empenhada de algumas integrantes da equipe da Secretaria Municipal de Relações Internacionais (SMRI), sem recursos públicos, exceto para ações de relações internacionais (como palestras com convidados que vieram do exterior), e também sem patrocínio privado, conduziu, durante todo o ano, até

novembro, contatos, acordos operacionais, divulgação (ao lado da assessoria de imprensa da SMRI), conceitualização, toda a produção e o lançamento da Semana de Design de São Paulo, às suas próprias expensas. Foi um presente para São Paulo, um investimento em algo em que acreditamos.

A Semana de Design recebeu o título VIVER DESIGN EM SÃO PAULO, e foi aberta em cinco segmentos: HABITAR DESIGN, com curadoria de Patrícia Anastassiadis e Regina Monteiro; USAR DESIGN, com curadoria de Ernesto Harsi e Sheila Brabo; VESTIR DESIGN, com curadoria de Jum Nakao e Paula Limena; COMUNICAR DESIGN, com curadoria de Ronald Kapaz e Sônia Valentim de Carvalho, e, finalmente, o segmento PENSAR DESIGN, com curadoria de Alexander Lipszyc e minha. A identidade visual de toda a Semana foi um presente de Ronald Kapaz.

Nossa intenção era uma bela inauguração para uma série de Semanas de Design de São Paulo, que tivessem crescente acesso ao público e, assim, maior mobilização da prefeitura para o tema.

Acreditamos que o bom trabalho feito ao lado da SMRI sensibilizaria outras secretarias, aptas em orçamento (diferente da SMRI), para investirem neste segmento fundamental que faz o mais efetivo encontro entre a cultura, os negócios e o turismo de uma cidade.

Encerrada a empreitada (da parte do PENSAR DESIGN, como mostra o relato a seguir), com ótimos resultados em alcance de público, vimos que o projeto foi apenas do tamanho que nossos braços, pessoalmente, alcançaram – os nossos e o do time da SMRI envolvido*.

* No PENSAR DESIGN não alcançamos, por exemplo, alguma tecnologia de registro de áudio e filme, e as fotos realizadas, nas duas primeiras noites do

Com o sentimento de que este trabalho enorme, feito por mais de vinte pessoas que contribuíram para o PENSAR DESIGN, poderia se perder, dediquei-me a relatá-lo, ao menos uma base, de memória, no sumário a seguir. Que se registrem as presenças e os temas, nosso raciocínio e algumas das pérolas encontradas nos debates. Deixo aqui o que pude e desejo guardar, pelo encanto que me causou, nas conversas e reflexões produzidas, para o trabalho futuro e continuado sobre a relação entre psicanálise e design.

Que este registro sirva também ao leitor, se não como bibliografia, pela falta de rigor, ao menos como referência para pesquisar mais do excelente trabalho dos participantes, ou para conhecer trabalhos bastante contemporâneos, a quem não os conhecia.

É certo que perdi passagens relevantes das conversas. Conto, nisto, com as pessoas presentes, que enviem notas e colaborações a este texto, sempre que recordarem algo relevante, ou de melhor detalhamento, ou de revisão, do que consegui transmitir aqui.

Registro, enfim, um enorme agradecimento a todos os nossos colaboradores, a quem esteve presente no PENSAR DESIGN, ao encantador grupo de trabalho, às nossas impulsionadoras da SMRI, ao caro co-curador Alex Lipszyc e ao nosso curador honorário Ronald Kapaz, pelas excelentes conversas e os debates de temas importantes e raros, que aqui retransmito.

Com um forte abraço,
Andréa Naccache

MuBE, foram cortesia de estudantes da Anhembi Morumbi, com créditos ao final.



1º.

SUMÁRIO CONCEITUAL

Dias 3, 4, 6 e 7 de novembro de 2008.

Visão orientadora

PROJETO E CONSEQÜÊNCIA

Em muitos aspectos, o século XXI pode ser visto como um século de conseqüências. Se no XX executamos projetos grandiosos, no XXI descobrimos seus custos. O projeto de uma indústria de massa, do transporte individual e do urbanismo concreto nos trouxe a imagem de um planeta em risco. O projeto de uma tecnologia da informação nos trouxe dispersão do convívio, mas também contato cultural amplo ou global. A geração nascida neste novo século foi transformada pela experiência do século XX. Os jovens compreendem as diferenças do design como jamais antes. É uma geração que não se convence por projetos e quer ver resultados – tanto que não utiliza manuais.

Nossa ética para os objetos mudou: se no século dos projetos, o XX, valia a intenção, no século XXI valem as conseqüências. A profissão do designer é transformada. Projetistas cheios de boas idéias podem ser considerados ingênuos. Não há criação sem realização. Não há realização sem conexão entre pessoas. Design é relação. Design é um laço.

Assim como o usuário não perde tempo no manual, o designer não pode se deter nos mecanismos e lógicas de seu projeto. É antes o uso, o ambiente produzido e sua sustentabilidade que contam.

As gerações do XXI tendem a construir um novo mundo. Um mundo em que, cada vez mais, não importam boas idéias sem conseqüência. À diferença do século XX, um mundo em que a obra é revista pelo resultado.

A.N.

I. ABERTURA

3 de novembro

Seminário VIVER DESIGN EM SÃO PAULO

SESC Vila Mariana, das 17h30 às 18h30

Mesa **O DESIGN DO MUNDO**

Tema **O trabalho do designer guarda uma questão: o que queremos no mundo no futuro? O convívio, o afeto, o trabalho, valores públicos e mesmo resultados amplos de saúde e economia estão apoiados em design. Neste segmento do VIVER DESIGN EM SÃO PAULO, marcamos a importância e a presença do design na sociedade.**

É com a decisão em design que criamos segurança ou ansiedade, contato ou isolamento, produtividade ou estagnação, sustentabilidade ou destruição ambiental, beleza e conforto ou descompasso. Nesta conversa, colocamos a pensar os projetos e, de importância suprema, suas conseqüências.

Palestra **Délia Beru**, artista plástica e designer de interiores

Comentários **Andréa Naccache**, psicanalista
Alexander Lipszyc, designer de interiores
Chico Homem de Melo, designer gráfico e professor da FAU-USP
Ronald Kapaz, designer gráfico e sócio diretor da Oz Design

Para O DESIGN DO MUNDO, transitoriedade ou permanência?

Com imagens fortes da mostra “Moradias Transitórias”, presente no SESC Vila Mariana no dia do Seminário, contrapostas a fotos surpreendentes de uma residência suntuosa em São Paulo, que repete, detalhadamente, os traços e peças dos palácios eternos da monarquia francesa do século XVII, Délia Beru pautou uma conversa elegante sobre nossas escolhas no design do espaço em que vivemos – o *habitat*, como ela prefere pensar.

Com uma crítica à sedução da publicidade, que sugere constante renovação, ela considera a permanência tão válida quanto a troca, e questiona a visão de que um design de interiores requer compras e produtos do momento. Relata seu trabalho em um apartamento onde, no fundamental, a decisão foi recriar ambientes da antiga residência, com restauração de móveis queridos da proprietária.

A conversa seguiu sobre a abertura de escolhas do design no mundo. Um designer faz renovação, restauração, edição, e considera desde os desejos mais peculiares do cliente até as referências criativas mundiais, chamadas tendências. Mas como? Há uma radical singularidade nas escolhas, já que o universo pessoal ganha materialidade no design.

A mesa DESIGN DO MUNDO é uma reflexão inicial nossa sobre as condições do design *no* mundo e, com Chico Homem de Melo e Ronald Kapaz, coloca pela primeira vez, para nós, o tema da vinculação, ou não, do designer ao mundo do design e de suas práticas comuns.

A resposta, sob todos os aspectos, é de liberdade, singularidade e decisão cuidadosa, em interlocução com o cliente, sua história e afetos, e consideração da rede de relações mais amplas de cada trabalho (até a questão da sustentabilidade).

II. SEMINÁRIO PENSAR DESIGN

4, 6 e 7 de novembro
MuBE, das 19h às 23h

Três dimensões de discussão são abertas nas noites do PENSAR DESIGN:

- a relação íntima da pessoa com o design, no tema “Design do Encontro”;
- a relação de nossas atitudes e criações em design com a sustentabilidade da vida no planeta, no segmento “Objetos de Desejo – Do Berço ao Berço”;
- os efeitos coletivos da criação em design nas cidades, nas mega-regiões mundiais e, em especial, em São Paulo, no tema “Personalidade Urbana”.

ESTRUTURA TEMÁTICA

datas	4 nov	6 nov	7 nov
Titulos	PROJETO E CONSEQUÊNCIA/ Design do Encontro	Objetos de desejo, do berço ao berço	Personalidade urbana
Dimensão do design	ÍNTIMA	GLOBAL (sustentabilidade)	COLETIVA (cidades)
MESA 1 Visão generalista e fundamentada	Conseqüências contemporâneas	Imaginação Conseqüente	Futuros Coletivos
MESA 2 Encontro de experiências	Design do Encontro	Construção e mobilidade	Mútuas influências

4 de novembro

Noite **DESIGN DO ENCONTRO** Dimensão íntima

Mesa 1

CONSEQÜÊNCIAS CONTEMPORÂNEAS

Tema Examinaremos as formas de encontro e produção de cultura contemporânea como base de criação do mundo futuro, com a questão de como aproveitamos os discursos, as lições, projetos alheios e erros. Como colhemos idéias e como descobrimos as conseqüências?

Reinaldo Pamponet, presidente da Eletrocooperativa

Andréa Naccache, psicanalista

Thomas Buckup, consultor em investimento social e voluntário no Instituto Wikimedia Brasil

É tempo de abandonar a divisão entre pensar e agir. Se o século XX trouxe projetos importantes, que se acreditavam bem pensados, e experimentamos conseqüências desastrosas no que nossa visão não alcançava (por exemplo, que a natureza não suportaria reciclar o lixo de nossa indústria), o século XXI é tempo em que as idéias só provam seu valor pela conseqüência.

Uma idéia fundamental da atualidade é o compartilhamento livre de conhecimento e a abertura de seu acesso. Se o vemos como expressão democrática e praticamente não há objeções a seu valor social e cultural, no entanto, como podemos pensar sua conseqüência? Para falar a respeito, está conosco Thomas Buckup, colaborador da Wikimedia Brasil – empresa responsável pela Wikipédia (www.wikipedia.org), a enciclopédia livre mundial, escrita e revisada anonimamente pelos internautas, em uma dezena de idiomas, e hoje uma das formas de pesquisa mais usadas

no mundo. Com ele, Reinaldo Pamponet, organizador da Eletrocooperativa (www.eletricooperativa.art.br).

Em termos simples, a Eletrocooperativa levou conexão de internet e tecnologia de estúdio de áudio para os meninos da periferia de Salvador, inicialmente, e permitiu que eles, de percursoristas, tornassem-se músicos, publicassem suas obras, aprendessem o compartilhamento de direitos sobre a criação cultural, iniciassem shows, formassem renda e, alguns, fossem premiados com os maiores reconhecimentos da música brasileira. A Eletrocooperativa oferece formação: discussão da família, sustento e responsabilidade (segundo Reinaldo, a Eletrocooperativa leva os meninos a um estudo do “se virar”, *sevirologia*), desejo, estudo, comunicação, planejamento financeiro e oportunidades, além de uma refinada e contemporânea visão da música, que preserva a multiplicidade e a diferença de propostas e valoriza a expressão local.

A pergunta posta a Reinaldo e Thomas é, possivelmente, uma das primeiras questões lógicas quando pensamos em design: se vamos colocar algo no mundo, de onde vêm as idéias para tanto? De onde vem a informação conseqüente?

Que a pergunta tenha sido feita tendenciosamente a um coordenador da Wikipédia, ou a dois promotores da cultura de internet, apenas nos garante a resposta mais democrática da atualidade: a informação é produzida de maneira difusa na sociedade, e captada especialmente pela rede, pelas novas gerações.

Há uma decadência da forma de ensino tradicional, universitário, no que diz respeito a projetos de mundo e futuro. A escola tradicional

ensina o mundo pronto e conhecido. Já a internet e a cultura aberta (mesmo fora da rede, nas ruas) mostra o mundo em transformação e apenas parcialmente compreensível. Eis sua preciosidade: **a abertura convoca o jovem ao envolvimento e ao trabalho, enquanto a escola tradicional tende, muitas vezes, à apatia e irresponsabilidade** – um problema clinicamente conhecido de nossos dias, entre jovens de educação tradicional.

Um dado que utilizamos é da fundação Gallup – pesquisa feita nos Estados Unidos com Richard Florida, entre 2006 e 7, para a questão: que tipo de pessoa se sente mais mal-recebida, e tem mais dificuldade para achar seu lugar nas cidades e entre as pessoas? A resposta não é alguma minoria étnica, sexual, cultural.

Quem declarou maior dificuldade em achar seu lugar no mundo são os jovens recém-formados em universidades, que procuram emprego.

Para Reinaldo, o dado é óbvio. Os meninos que a Eletrocooperativa recebe – da periferia, sem rendas e sem estudos – têm mais condições criativas e desprendimento para interferir no mundo que os jovens constrangidos pela estrutura escolar tradicional. Há uma inteligência de relacionamento, contato e ação que eles conhecem melhor, em geral, que a classe média uniformizada.

Comentamos que, há algumas décadas, um ministro da educação francês, diria, com orgulho, às 10h da manhã, por exemplo, que naquele instante todos os meninos da França estavam na escola fazendo exercícios de ditado. Hoje, esta forma de homogeneidade cultural soa já um pouco assustadora. A escola, especialmente em algumas linhas de ensino, tende a pedir imobilidade e respeito às composições normais do mundo (imobilidade até na carteira da sala de aula, em que se pede que as crianças não mexam em muita coisa, não se agitem demais). Enquanto isso, o jovem formato no contato com os objetos, que conhece pesos e resistências, que sabe compor algo e cuidar da permanência, ou pode transformar, ao seu redor, o que lhe incomoda, está em vantagem comparativa, como agente do mundo para o futuro.

Aí está uma das fortes virtudes da imediatidão e democraticidade do conhecimento participativo e livre da internet (não apenas na Wikipédia, mas certamente nela): o acesso a este conhecimento não está submetido a anos de empenho, fechamento, e custos escolares. Alguém que circula e age no mundo pode ler a respeito de qualquer tema (mesmo científico, econômico ou filosófico sofisticado), conforme a necessidade e curiosidade, sem a simultânea inação e isolamento escolares (que, em muito, já não convence até os meninos de criação tradicional).

Além disso, a Wikipédia, como a internet, aberta à escrita livre, expõe às pessoas o que de fato é nossa cultura e nosso mundo: algo construído por nós, por todos e qualquer um, e não pré-fabricado e pronto como a escola tradicional tende a mostrar.

Vemos que pessoas de formação tradicional podem sentir-se constrangidas diante da enormidade de idéias e alternativas da internet. Como se estivessem sempre aquém da produção dos outros, como se a imensidão do mundo as tornasse irrelevantes, e não lhes restasse nada a dizer. É mais um aspecto a se trabalhar no

mundo contemporâneo: a formação moderna e tradicional dizia as pessoas que é preciso um conhecimento amplo e especializado para se agir em qualquer área. Neste sentido, a internet constrange. Ela prova que sempre deixamos de saber algo. Ela ilumina espaços (sites) ao mesmo tempo em que sombreia outros (mostrando os links).

A ética da criação cultural e de mundo da internet é da ação não garantida da máxima atualidade, nem garantida de um conhecimento completo (como a universidade e a escola tradicionais faziam parecer que tínhamos). É uma ação que incorpora o erro e, exatamente por isto, porque o autor se sabe incompleto, torna-o mais responsável e, tendencialmente, mais cuidadoso.

A nova cultura digital tende a uma ética do cuidado e da responsabilidade, da compreensão que cada ação tem implicações múltiplas e, sempre, em parte, imprevisíveis. Ela intimida as pessoas que querem completude de conhecimento, mas entusiasma as pessoas preparadas para lidar apenas com o que está a seu alcance (e não é sempre assim, quando agimos?).

Enfim, a cultura digital compele à ação, e portanto leva as pessoas a intervirem no espaço, com uma lógica de design responsável. Ela é um elemento que, por sua estrutura cultural, aproxima a população do raciocínio e da ética do designer.



4 de novembro

Noite **DESIGN DO ENCONTRO** Dimensão íntima

Mesa 2

DESIGN DO ENCONTRO

Tema *Análise do design como aspecto fundamental às relações, como promotor de isolamento ou aproximação, angústia ou segurança, convívio e negócios, cultura e responsabilidade pelo entorno.*

Jum Nakao, designer de moda

Biti Averbach, editora de moda

Andréa Naccache, psicanalista

Esta conversa me permitiu falar um pouco do interesse psicanalítico pelo design. Na abertura da mesa, aproveitei para colocar como tema a transição cultural do século XXI, que torna evidente a importância íntima do design na atualidade.

Podemos pensar, de modo bastante simplificado, em uma passagem da organização identitária moderna, muito forte no século XX, para uma organização caótica de singularidades, no século XXI. Talvez seja, como muitos insistem, em função do dinamismo das comunicações, da chamada conectividade atual, da liquefação das estruturas sociais (Bauman), mas atribuir a passagem apenas a estes fenômenos seria reducionista, e nada útil à psicanálise.

Uma pequena introdução ao problema da identidade está no texto “Queremos uma identidade?”, que publiquei no site do PENSAR DESIGN, após esta reunião, em resposta à conversa com Jum Nakao.

Hoje, a identidade, como forma de se ver “idêntico”, reconhecer-se igual ao outro, na formação de grupos, clusters, classes, não é mais fácil e tranqüila, como foi na modernidade.

A identidade tem sido agitada com uma elevação, na sociedade, de valores estéticos e de design (vale um olhar no livro “The Substance of Style”, de Virginia Postrel, a propósito).

Para nos acomodarmos em identificações, é necessária uma abstração da sensualidade, uma fuga da sensualidade.

Hoje, temos os corpos e as geografias claramente visíveis, e esta visão destaca diferenças, não semelhanças. A geografia e o corpo são esteticamente mutantes, como o design. É com eles que as novas gerações estão convivendo e aprendendo a lidar.

O mundo tradicional, de identidades, é também um mundo em que reconhecemos e traçamos leis.

Leis forjam e identificam comportamentos (daí as ciências que basearam a indústria do século XX). Porém, o olhar do século XXI deixa de apreciar leis e regularidade, e fica atento à diversidade geográfica. Por isto, a moda contemporânea é criada a partir das pesquisas de bureaux de tendências, que olham as culturas e suas variedades, que partem para as ruas da Índia, da Inglaterra ou do Malauí, para procurar esquisitices atraentes que serão levadas a outros mercados, ou ao mercado global.

Quando a geografia e o corpo ganham destaque, é porque nossa cultura consegue depreender significado e valor dos objetos. Isto é menos estranho a Biti Averbach e Jum Nakao, que trabalham com moda, que a pessoas de formação mais tradicional. Estamos em um tempo de objetos significativos, com significados mutantes, em um reencontro cultural de mente e corpo no Ocidente.

Daí o frenesi atual em torno da idéia de “experiência” (e até aventura). O design – e os designers, portanto – têm sido os parceiros, por excelência, em toda produção de experiências

culturais que fundam o marketing e o turismo mais contemporâneo. Sem detalhar, adianto que este fenômeno está ligado a uma revalorização das marcas (de empresas!) e da arquitetura, como referências sociais.

A “experiência”, sabem seus produtores e designers, é singular. Assim também a relação das pessoas com as marcas, nos dias de hoje (o tema vale um novo texto, sobre identidade de marca, que farei em breve).

Biti Averbach percebe como as mídias contemporâneas facilitam o fenômeno de singularização. Em conversa com o auditório, constatamos o quanto certos fenômenos de design que tradicionalmente eram pesados, por carregarem grandes valores morais e culturais – como uma marca Adidas ou o cabelo rastafári – quando ganham difusão visual e social, diluem seu peso moral, são dissociados de muitas de suas regras de comportamento, e passam a ser leves, “portáteis”, adaptáveis a seus usuários, com mensagens significativas, mas já bastante maleáveis, até atingirem um uso comum global.

Com esta leitura, Biti e eu colocamos em questão a idéia de “escravidão” a marcas e à moda. É possível revermos, inclusive, o papel da publicidade em nossas sociedades. De um ponto de vista político e psicanalítico, atento aos valores democráticos, talvez o problema seja a pobreza cultural do recorte publicitário (a imagem transmitida em 30 segundos), mas não, absolutamente, uma pobreza no valor dos objetos para o ser humano.

A propósito, Jum Nakao aponta mais especificamente a que podemos estar nos referindo, quando dizemos que o design é importante neste século. Para ele, não se trata de uma valorização do produto acabado, pronto, materialmente construído, mas sim uma valorização de sua lógica, de sua “essência” – para usarmos o termo escolhido, na conversa, por Jum.

A “essência” de um design é difícil de definir conceitualmente, porque talvez englobe sua função, sua inovação, seu propósito e resultado estético, sua escolha de material, e até a genialidade que ele incorpora. Mas é fácil de perceber na prática, se fizermos, como é raro, uma análise mais detida de cada produto.

Talvez captar algo da essência de um design seja captar as escolhas do designer.

Nesta conversa, tomamos como exemplo uma bolsa de viagem Louis Vuitton.

Se entrarmos na classe executiva de um avião, ela está lá aos montes. São portadas não necessariamente por pessoas que entendem sua essência mas, muitas vezes, por pessoas que querem ser vistas com um produto reconhecidamente caro nas mãos. A Louis Vuitton, no entanto, possui um conceito de design que, em seu tempo, especialmente, foi primoroso e virou referência. Quando as malas e bolsas de viagem eram circulares, e o transporte deixou de ser a carruagem e passou a ser coletivo, em trens – com espaço de carga quadrado – era necessária uma acomodação mais perfeita da bagagem, e a forma quadrada foi a solução evidente. Eis a inovação primeira desta marca.

Além disso, o jovem Louis, experiente no trato do couro, com os anos e o sucesso de seu produto, refinou seus artesãos para uma excelência de costuras, durabilidade, delicadeza, espaço. O couro de uma mala Louis Vuitton original, sendo feita pelos artesãos na fábrica francesa, terá os furinhos de costura levemente diagonais, feitos por mãos treinadas ao longo de uma década (em média) para não macerar o couro ou errar o alinhamento, para que não se sacrifique a linha das costuras com o tempo de uso. A ideia de uma mala bem produzida (que não seja “made in” fábrica na China) não é (tanto) gastar na compra e exibir o bem, mas sim adquirir um

produto durável, que conserva sua beleza e passa por gerações de uma família.

Há até mesmo um cessar do consumo, há uma economia (e sustentabilidade maior), quando se nota a essência do design. A ênfase passa da compra para a escolha.

Uma marca de roupas escolhida por uma mulher por sua proposta estética, de materiais, pelos valores simbólicos incorporados ao modelo, ou pela mais compatível forma de corpo, propicia a satisfação da pessoa com as peças compradas, e sugere não a renovação incessante do guarda-roupa, mas a repetição do uso - uma forma de fazer a roupa uma segunda pele, compatível com o desejo da usuária.

É improvável que tal adequação aconteça, para qualquer pessoa, em guarda-roupas que mudam incessantemente, com as “tendências” da estação.

Falamos em acerto primoroso de escolha: na produção e na compra.

Uma análise de essência como esta pode realçar produtos, porque percebe como eles incorporam valores imateriais.

Comentamos um dos exemplos mais usados pela curadoria do PENSAR DESIGN, que é o da forma de uma mesa de jantar: quando comemos juntos, o melhor ângulo de visão é o diagonal, em que não se vê de frente a mastigação do outro, mas também não se está completamente de lado, o que atrapalharia a conversa. Em uma mesa tradicional, retangular, de cabeceira, esta é a maneira como o “chefe” está posicionado em relação aos demais.

Apenas ele tem visão privilegiada de todos, que não se vêem bem quando sentados lado a lado. Além disso, mais um aspecto curioso, vejamos que todos ficam envolvidos na tarefa de ajudar a servir a cabeceira, se as travessas estão no meio da mesa. Da cabeceira não se alcança nada, e quem ali se senta não consegue ajudar a servir ninguém. Será a figura, talvez, autoritária, do chefe de família – muito comum no Brasil – que, por outro lado, dizem que paga a conta.

Na clínica psicanalítica, em que as pessoas podem falar abertamente de seu cotidiano, muitas vezes as percepções sobre a vida vêm de insights sobre o uso dos objetos: na família, não é significativo se o filho briga pela cabeceira, na ausência do pai, ou se uma mãe ali se senta com o pai ao lado direito, por exemplo? Imagens de uso do design como estas trazem insights para as pessoas. E quanta transformação pode acontecer em uma família que troca sua mesa retangular por uma mesa redonda ou quadrada, em que todos facilmente se falam e ajudam no serviço da comida!

É sempre possível uma análise detalhada do design ou, nas palavras de Jum Nakao, de sua essência. Neste sentido, vale cultivar, e não evitar, o que a publicidade propõe: que olhemos os objetos.

Há uma moral na sociedade contemporânea que censura mais nosso encanto com os produtos até que com o sexo – eis uma visão à psicanálise. É feio se apaixonar pelo carro da propaganda.

Com isto, restringimos nossa relação com os produtos ao mínimo, e falamos facilmente apenas em um valor estético, impulsivo ou

funcional. Seria possível fazer melhor. Seria preferível examinar a paixão do carro, e o que ela implica de desejável ou não. Afinal, a paixão do carro incorpora a paixão pela genialidade de seu criador, uma relação pessoal, e traz a mensagem quase irresistível de que podemos criar, muito sensualmente, lindamente, algo que sublima o dia-a-dia.

Se tivermos calma em examinar os objetos que consumimos, o carro por exemplo seria, também, mais facilmente percebido como um transporte demasiadamente grande para uma só pessoa – pesado, custoso, poluidor. Por quê é tão difícil, na vida cotidiana mais comum, este tipo de análise? Que moral é esta de olhar o mínimo para os objetos, quase só os míseros 30 segundos da propaganda, e então quase não falamos neles?

Uma das questões postas em debate pela designer Laura Nehin Correa foi sobre a perda de prazer em nossa sociedade, pela massificação de processos, trabalho, espaço e produtos. Não há paciência ou tolerância, ou interesse econômico, em nos empenharmos no detalhe, na geografia, na essência do design e das relações que ele implica.

A resposta de uma psicanalista: vivemos a mesma tensão apresentada por Freud no início do século XX. Não é que nosso tempo, de indústria de massa, permita menos prazer, mas sim que mudaram os mecanismos de afastamento da sexualidade, e mudou a face do que podemos chamar sexualidade desde Freud.

Na Europa de moral vitoriana (quando a rainha Vitoria, da Inglaterra, era a referência de comportamento familiar e público), nos tempos de Freud, o prazer perdido era mais facilmente identificado com o sexo, porque era proibido falar em sexo e era vergonhoso dedicar-se à satisfação sexual.

Naquele tempo, muitos autores reduziram a psicanálise de Freud a uma visão do constrangimento social da sexualidade. É pouco!

Agora, atravessamos décadas de permissão e publicização do sexo, desde os anos 70, com os movimentos de contracultura, até o presente, com a mídia profusa sobre sexo, e ainda se pode falar em uma perda de prazer. Isto acontece porque a sexualidade de que trata a psicanálise não tem nada a ver com as imagens públicas, televisivas ou publicitárias de sexo (como Jacques Lacan notou, em uma entrevista, já em 1974!).

Há uma forma de sensualidade ou sexualidade irre recuperável para a sociedade, que não pode ser dominada por nós, mas com que certamente lidamos, quando lidamos com design. Eis porque a questão de um “prazer” perdido aparece facilmente na conversa com designers.

Uma relação essencial, para usar o termo de Jum Nakao, ou substancial, dinâmica e impossível de deter, é levada adiante em nossa sociedade conforme fazemos seu design.

Permissões, acessos e confiança (John Maeda*) são estabelecidos com design.

O design comporta o imponderável, o caos que, como disse o arquiteto Massimiliano Fuksas**, pode ser sublime, e não se confunde com uma forma de desordem. O caos do design – como da sexualidade tratada por Freud – é “um algoritmo de que conhecemos a existência, mas não a fórmula” (Fuksas).

* Designer gráfico, referência pelo seu livro “As Leis da Simplicidade”.

** Arquiteto, participou da mesa HABITAR DESIGN no Seminário VIVER DESIGN EM SÃO PAULO, em 3/11. Sobre o caos, ver o site: www.fuksas.it

6 de novembro

Noite **OBJETOS DE DESEJO, DO BERÇO AO BERÇO**
Dimensão global (sustentabilidade)

Tema *Análise da sustentabilidade dos objetos com que lidamos, de nossa percepção de que podem ser nocivos a nós ou ao planeta, e dos cuidados que podemos desejar para o futuro da indústria. A sustentabilidade como utopia ou possibilidade, como negócio para o século XXI, como desejo compartilhado em um século de conseqüências.*

INTRODUÇÃO

PODEMOS SER BONS AGORA?

A expressão “objetos de desejo”, que dá nome a esta noite de conversas, não apenas é muito presente na psicanálise, mas também aparece como título de uma obra referencial, escrita por Adrian Forty, que investiga o que está por trás da paixão comercial do design – seus argumentos são discutíveis (claro!), mas a expressão do título, para falar dos produtos que a humanidade produz e procura, é lapidar.

Neste segmento do PENSAR DESIGN que observa o impacto global do design, é interessante podermos falar em *desejo*. O que queremos no mundo no futuro?

A questão pode ser iniciada com uma reflexão sobre o que quisemos no passado – ou seja, como chegamos ao ponto delicado em que estamos.

O HÁBITO DE DUVIDAR DE SI MESMO

Há apenas trezentos ou, no máximo, quatrocentos anos, com o início da modernidade e o Iluminismo, uma sensibilidade cultural nascia: de que o ser humano estava mal acomodado no mundo.

Não que não houvesse incômodos antes. Eles aparecem em Platão, em Agostinho, na História política. Porém, provavelmente foi na modernidade que o desacerto do ser humano foi mais focalizado. Não podíamos confiar tanto em nossos olhos, nem na razão, evidentemente. Também não na emoção, e tanto menos podíamos confiar uns nos outros.

Falo de um rasgo filosófico brutal dos séculos XVII e XVIII, quando quase tudo com que se contava no dia-a-dia ficou sob suspeita, aos olhos de um filósofo ou outro. Era preciso perder toda forma de ingenuidade, ser crítico, eventualmente como caminho de emancipação.

Há um exemplo clássico da modernidade em que, não importando o pensador de preferência, ficamos vigilantes contra nossa humanidade: a disputa conceitual entre Hobbes e Rousseau.

Thomas Hobbes é bem anterior a Jean-Jacques Rousseau. O inglês publicou seu “Leviatã” em 1651. O francês apresentou seu “Discurso sobre a Origem e os Fundamentos da Desigualdade entre os Homens” em 1754. Não deixam de ser parceiros, Fla-Flu.

O princípio que compartilham é o de ver os seres humanos rompidos com a natureza do mundo. Eis o problema da sustentabilidade.

Começamos por Hobbes. Para ele, valia dizer “homo homini lupus”- “o homem é um lobo para o homem”. Nós tivemos que sair da vida em natureza porque nela o homem passa privações e se torna predador do próprio homem, roubando sua colheita, seu abrigo. Hobbes calculou que, com a artesanaria de fazer ferramentas e

armas, mesmo o homem mais fraco era capaz de matar o mais forte, e isto colocou os homens numa igualdade factual. Desde então, era preciso que eles estabelecessem cidades, leis e punições gerais, para que uns não avançassem mais sobre os outros. Por medo da sua natureza, o homem se submete a uma felicidade civilizada, de razão e ciência.

Já Rousseau parte do mesmo ponto, a perda da naturalidade, mas caminha com valores opostos. Para ele, a natureza era plena e suficiente para o homem. Cada homem sozinho teria uma tendência a suprir suas necessidades, poucas, sem depredação, sem combate. Não haveria família ou propriedade. Os homens, soltos no mundo e satisfeitos, encontram-se apenas casualmente, e seus paradiços são provisórios. Por que teríamos deixado este estado de coisas maravilhoso para viver em disputa de bens e reconhecimento uns com os outros? Rousseau responde que foi obra do acaso, que faltasse algo a uns, que desejassem algo dos outros, e a tendência do homem ao aperfeiçoamento fez com que ele, tentando sempre restabelecer a harmonia inicial, se tornasse cada vez mais distante dela, apegado a ferramentas, a bens e valores vulgares, a uma razão e a uma ciência equivocadas, destrutivas, e perdido de sua satisfação fundamental.

Se conhecemos bem, ainda hoje, tanto Hobbes como Rousseau, é porque seus dois discursos são memoráveis e continuaram emocionando cada geração, por ao menos três séculos. Quem deles está certo?

Se tomarmos em consideração o sentimento manifesto nos últimos anos sobre o que o homem se tornou neste planeta, ficamos com a tragédia dos dois lados. Como Hobbes, desconfiamos do que nosso vizinho produz na fábrica ao lado, e torcemos para o Estado e a tecnologia nos protegerem. Como Rousseau, porém, vemos a própria ciência, tecnologia e mercado como destrutivos.

Um pouco hobbesianos, queremos mais leis e tecnologia para nos proteger uns dos outros. Esperamos o avanço da civilização. Um pouco rousseauístas, queremos que cesse esta tecnologia produtiva que transforma o mundo em lixo. Queremos menos civilização, um retorno às origens, e propomos voto de pobreza.

Hoje, a querela da sustentabilidade tem estas duas vertentes: colocar tecnologia, vigiar e regulamentar, com se estivéssemos ao lado de Hobbes, e recuar, cessar produções, recolher, economizar, restringir, como se estivéssemos com Rousseau.

Hoje, quando a questão é sustentabilidade, vemos que Hobbes e Rousseau não são tão antagônicos assim. Com a licença de tratar estas influências filosóficas um pouco às pressas, vemos que, afinal, regulamentar e restringir a produção fazem um bom casamento.

São modos de pensar modernos, num sentido bastante delicado: em ambos, acreditamos que é melhor ficarmos diferentes do que somos.

Supomos que nosso desejo, se deixado à vontade, é destrutivo. Nessa equação trágica, não importa se o problema está na pobreza ou no aumento da indústria. Os objetos que queremos, “objetos de desejo”, seria melhor não os quisermos, ou regular nossa forma de produzir e obter. **Queremos não querer o que queremos.** Temos vergonha da nossa forma de consumir o que desejamos. Vergonha de ser o que somos. Aí está a questão freudiana.

UMA ESPÉCIE CULPADA

Quando falamos em sustentabilidade em termos modernos, falamos em regulamentar e reduzir. Olhamos para nós mesmos como sujeitos (ou seja, com crítica) e percebemos, horrorizados: somos culpados.

Interessante, nesta lógica, é que regulamentar e reduzir não nos faz menos culpados. Ajuda o meio-ambiente, claro, mas não ajuda os pobres homens em penitência.

Quem bem percebeu esta situação foram os autores que inspiraram a segunda parte do título desta reunião, William McDonough e Michael Braungart. Eles têm um livro, fundamental para esta conversa, chamado Cradle to Cradle – do berço ao berço. Eis o que notam:

“Os seres humanos estão condenados como a única espécie no planeta culpada por pesar sobre ele mais do que ele pode agüentar; sendo assim, precisamos encolher nossa presença, nossos sistemas, nossas atividades, e até a população de modo que nos tornemos quase invisíveis. (Aqueles que acreditam que a população é a raiz de nossas doenças entende que as pessoas deveriam principalmente parar de ter filhos). A meta é o zero: zero lixo, zero emissões, zero ‘pegada ecológica’” (pp. 66-7, tradução nossa).

“Humans are condemned as the one species on the planet guilty of burdening it beyond what it can withstand; as such, we must shrink our presence, our systems, our activities, and even our population so as to become almost invisible. (Those who believe population is the root of four ills think people should mostly stop having children.) The goal is zero: zero waste, zero emissions, zero ‘ecological footprint’”.

Há quem olhe crianças como ameaças à sobrevivência futura? Sempre houve. Mas McDonough e Braungart tem uma resposta curiosa tanto para Hobbes, como para Rousseau.

“Enquanto os seres humanos forem vistos como ‘maus’ [seja por sua pobreza, seja por sua tecnologia e indústria], zero é uma boa meta. Mas ser menos ruim [com regulamentação e restrições] é aceitar as coisas como elas estão, e acreditar que sistemas com design ruim, desonrosos e destrutivos são o melhor que os humanos podem fazer. Esta é a falha fundamental na proposta de ‘ser menos mau’: uma falha da imaginação. De nossa perspectiva, é uma visão deprimente do papel de nossa espécie no mundo.

Que tal um modelo inteiramente diferente? O que significaria ser 100 por cento bom?” (p. 67)

“As long as human beings are regarded as ‘bad’, zero is a good goal. But to be less bad is to accept things as they are, to believe that poorly designed, dishonorable, destructive systems are the best humans can do. This is

the ultimate failure of the ‘be less bad’ approach: a failure of the imagination. From our perspective, this is a depressing vision of our species’ role in the world.

What about an entirely different model? What would it mean to be 100 percent good?”

POR QUE FALAMOS EM “IMAGINAÇÃO CONSEQÜENTE”?

O título da primeira mesa desta noite, baseado em McDonough e Braungart, é “imaginação conseqüente”. Justamente porque aqui afirmamos que não há necessidade de ficarmos condenados pela falta de imaginação.

“Proponho que a única coisa da qual se possa ser culpado, pelo menos da perspectiva analítica, é de ter cedido de seu desejo”

Jacques Lacan, A ética da psicanálise, 1960, Zahar, p. 382

Se desejarmos e pudermos insistir na imaginação, de modo que ela se torne conseqüente – ou seja, dê existência a objetos do mundo – não seremos culpados, e podemos reinventar nossa relação com os objetos de desejo até, quem sabe, alcançarmos a condição impensável (impossível) do ponto de vista moderno, que é sermos 100% bons.

Os autores de Cradle to Cradle podem relatar dois projetos marcantes e bem sucedidos neste sentido. Os dois puderam ser executados apenas na Europa e, vale dizer, não foram fáceis de iniciar.

Nestes casos, eles olharam produtos existentes e de composições químicas nocivas e os repensaram desde o zero, procurando o mesmo resultado com componentes orgânicos, 100% compatíveis

com os ciclos da natureza. Os produtos: tecido para estofamento e sabonetes.

Nos estofamentos, o primeiro aspecto considerado é que o tecido libera elementos químicos não apenas na pele, mas também no ar: inalamos o material de nossas poltronas. Muitas vezes, elementos cancerígenos. Decidiram criar um tecido tão seguro que fosse até comestível. Como nutriente biológico, este material ainda beneficia a natureza quando jogado fora.

A fábrica suíça que topou o projeto tinha, até então, um problema interessante: a legislação de seu país considerava as aparas do tecido como nocivas, e não permitia que fossem queimadas ou enterradas lá sem tratamento caríssimo – então, elas eram levadas à Espanha. Curiosamente, a legislação não considerava o próprio tecido ruim para instalação em casas e escritórios.

De qualquer maneira, agora, a intenção era que o resíduo passasse a ser fertilizante para os jardins locais, com a ajuda do sol, de água e dos microorganismos.

Ao entrevistar usuários de cadeiras de rodas, a fábrica reconheceu que a principal qualidade de um tecido para sentar era ser forte e poder “respirar”.

O time decidiu mesclar fibras animais e vegetais seguras e sem pesticida: lã, boa isolante para frio e calor, e rami, que não prende umidade. Então, era hora de lidar com os acabamentos, tinturas e outros processos químicos. Ao invés de extrair por filtragem, ao final da produção, os elementos mutagênicos, cancerígenos, disruptivos do sistema endócrino, toxinas persistentes e substâncias bio-acumulativas, eles se propuseram a nem colocá-las. Com isto, eliminaram quase 8 mil elementos químicos habitualmente usados na indústria têxtil, e assim também livraram-se de seus aditivos e processos corretivos. Dispensar um certo tipo de tintura, por exemplo, tirava também a necessidade de tóxicos

adicionais e processos de estabilização ultra-violeta. Eles quiseram componentes apenas com qualidades positivas.

Sobraram 38, com os quais criaram toda uma linha de tecidos. O produto final teve qualidade maior e era mais econômico.

Quando a produção começou, a fiscalização veio testar os efluentes da fábrica (a água que saía). Eles não encontraram nenhum poluente, nem mesmo os elementos que eles sabiam estar na água quando ela chegou à fábrica. Para ver se o equipamento não estava quebrado, o fiscal foi até a entrada de água que vinha da cidade para a fábrica. O equipamento estava bom. A água que saía da fábrica era simplesmente tão limpa, ou mais, que a que chegava até ela! (Assim sendo, a fábrica podia reutilizar sua água).

Desde então, não havia necessidade de lidar com regulamentações diversas, e muita papelada e burocracia foi reduzida. Além disso, as salas da fábrica antes usadas para armazenamento de produtos perigosos se tornaram espaço amplo de trabalho e lazer. As luvas e máscaras dos trabalhadores, que mal os protegiam antes, foram dispensadas. O novo problema com que a direção da empresa teve que lidar foi o súbito sucesso financeiro (para mais detalhes: www.iehn.org/publications.case.rohner.php).

Caso análogo é o do gel de banho também formulado pelos autores na Europa. Uma perspectiva era ver que o sabão inevitavelmente iria para o rio Reno, e precisava ser saudável inicialmente para as pessoas, e logo depois, também para o rio.

Braungart identificou 22 produtos químicos em um gel de banho típico – porque, por exemplo, como há elementos que causam ressecamento, é preciso acrescentar hidratantes. Ele deixou de lado todos as opções nocivas, e chegou a uma lista restrita de poucos elementos com efeitos desejados.

Quando a companhia soube que restavam apenas 9 componentes utilizáveis, ela quis bloquear o projeto, ciente de que eram mais

caros que os já usados. Porém, com todas as economias adicionais que o processo limpo traria, o cálculo mostrou que o produto sairia 15% mais barato, só com a redução dos gastos de preparação e armazenamento.

O gel foi às vendas em 1998 e hoje tem uma embalagem de 100% prolipropileno, que é totalmente reutilizável e não contamina o produto (a embalagem PET originalmente usada o contaminava)*.

Com imaginação suficiente – competência e esforço bastante para torná-la conseqüente – podemos ser 100% bons, e podemos disseminar este desejo. Uma forma de desejar que esquece os paradigmas modernos.

DO BERÇO AO BERÇO

Nestes exemplos, é possível começar a compreender o que significa a proposta de um processo do berço ao berço.

A idéia é usarmos a matéria **prevendo** ciclos completos de reaproveitamento, sem perda de qualidade. De acordo com o estudo químico e ecológico de McDonough e Braungart, temos dois tipos de matérias industriais. Ou o material é técnico, como um polímero, um metal, que não nutre a natureza e, portanto, não deve ser jogado fora, ou o material é biológico e nutritivo para a natureza, ou seja, pode ser devolvido ao meio-ambiente porque se torna alimento para os seres vivos (desde que bem distribuído geograficamente).

Na proposta de Cradle to Cradle, a indústria deve dar conta do ciclo completo, e reaproveitar seu material técnico, cuidando para que

* Estes exemplos, entre muitos outros, estão no livro Cradle to Cradle, páginas 106 e 146.

ele jamais se misture com o material biológico (por exemplo, não lançar tintas inseparáveis dos materiais onde são aplicadas).

Este conceito vem da percepção de que não existe “lixo” e não existe “jogar fora”, simplesmente porque não há “fora” do nosso planeta.

ESTAMOS ILHADOS

Esta noção começou a se tornar compreensível, curiosamente, por um motivo de visualização (de certo modo, de design), nos anos 70: foi só nessa época que, pela primeira vez, com as explorações espaciais, chegaram a público as imagens da Terra vista do espaço, envolta de um campo negro, vazio, onde não se consegue sequer respirar.

Desde então, a visão de isolamento, de não ter para onde fugir se estragarmos nosso ambiente, encadeou um sentimento de cuidado e preservação (vale ver, a propósito, a conversa de Bruce Mau com Buckminster Fuller, no livro Massive Change).

A preocupação com a sustentabilidade eclode em um momento de percepção de isolamento, ausência de pontos de fuga e, também, de uma constatação, cada vez mais clara, da interconexão da humanidade, da interdependência entre os homens e entre os homens e outros seres do planeta, e de nossa dependência dos recursos naturais.

Não há mais tempo de sermos lobos uns para os outros, seja por um suposto instinto natural (que seria isto?) ou justificados na

crudade de nossa civilização. É tempo de sermos 100% bons, tempo de imaginação conseqüente.

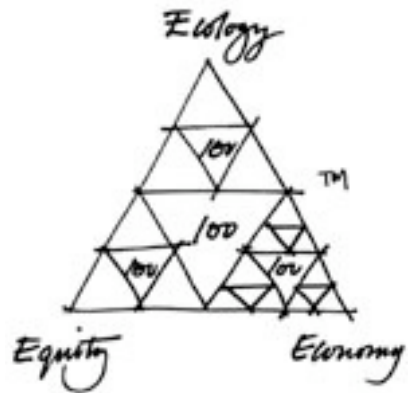


Gráfico usado por McDonough e Braungart, expõe os valores que eles desejam conciliar na orientação de projetos sustentáveis: ecologia, equidade (nas relações comerciais e no respeito e preservação das culturas) e economia.

(www.architectureweek.com/2001/0516/images/11412_image_2.150.jpg).



6 de novembro

Noite **OBJETOS DE DESEJO, DO BERÇO AO BERÇO**
Dimensão global (sustentabilidade)

Mesa 1

IMAGINAÇÃO CONSEQÜENTE

Tema Nesta mesa, falamos especialmente sobre planos de sustentabilidade: desde a proposta 100% renovadora, de produtos e obras com ciclo de completo reaproveitamento de materiais e energia renovável (do berço ao berço), até as diversas propostas de remediar a poluição já existente, como reciclagem, redução de consumo e regulamentação. Proporemos que a poluição seja tratada a partir do design – com produtos que não poluem. Veremos quanto isto é possível hoje e o que fazer com os produtos e o lixo que já existem.

Alberto Matera, engenheiro da Cytec do Brasil

Christian Ullmann, especialista em design sustentável e sócio-diretor da iT Projetos

Alguém poderia dizer que Alberto e Christian, convidados do PENSAR DESIGN desta noite, seriam antagônicos como Hobbes e Rousseau. Alberto trabalha na indústria de tecnologias limpas. Ele quer que a ciência e a indústria avancem. Quer vendas, quer lucro em seu negócio. Quer que o Estado regulamente a poluição, obrigue a redução, para sua empresa, que tem produtos ecológicos, crescer. Ele não quer voto de pobreza.

Por outro lado, Christian faz brinquedos para o filhinho pequeno com potinhos de Yakult. Fala em usarmos menos de tudo: embalagens, água, combustível. Quer saber o que fazemos com o lixo. Recicla, reinventa processos. Também acompanha a atividade de comunidades locais, contribuindo para que mantenham um trabalho com especificidade cultural e sustentável. Não pensa em um grande mercado global, na disseminação de processos em

massa, e não apóia os valores da cultura de consumo. Pessoalmente, faz voto de pobreza.

Parece a receita para um debate inflamado, uma reedição – dadas as diferenças – dos argumentos de Hobbes e Rousseau. Isto só não acontece porque tanto Alberto, quanto Christian, são mais contemporâneos que modernos. Eles compartilham o mesmo desejo.

Nesta mesa, vemos curiosamente como, em termos de sustentabilidade e ecologia, bases distintas e até discordantes podem levar a ações coordenadas.

Em sua apresentação, Alberto esclarece que o conceito econômico moderno – de Milton Friedman, por exemplo, prêmio Nobel de economia, em 1976 – dizia: o objetivo final da empresa é maximizar o lucro dos acionistas, sobre todas as outras partes envolvidas. Em seu trabalho, Alberto opta por uma perspectiva diversa, que se difunde neste início de século, de que todas as partes envolvidas na produção, mesmo indiretamente, como o público, a comunidade e os consumidores, claro, têm interesses legítimos a serem levados em consideração.

Ele ainda ressalta que a economia apresenta hoje mecanismos para transformar o interesse de lucro de uns em ações favoráveis ao coletivo. O mercado de créditos de carbono, por exemplo, faz a preservação ambiental dar retorno econômico. Uma empresa como a Suzano de papéis, por exemplo, que produz apenas ¼ do carbono que absorve (com florestas certificadas), possui créditos comercializáveis que lhe garantiriam uma receita extra de 25 milhões de dólares.

De acordo com Alberto, a dificuldade das tecnologias limpas, hoje, ainda é custarem mais caro conforme são introduzidas – ao menos pelo desenvolvimento recente e por não terem alcançado vendas em escala. Ele reclama auxílio de legislação anti-poluição para

viabilizar o negócio das indústrias que pretendem introduzir tecnologias limpas. Se a lei proíbe a tecnologia velha e barata, poluidora, e põe muitas elevadas em seu uso, a nova tecnologia fica viável em preço, e pode até baixar. Ele também nota que muitos produtos e técnicas de produção proibidas em economias mais adiantadas, ainda são permitidos em países emergentes, como o Brasil, ou são executados por falhas da fiscalização.

Alberto pensa em âmbito amplo. Compreende, na linha da proposta de Cradle to Cradle, que o design está na base da transformação necessária.

Melhor prevenir com uma produção limpa, com um design pensado para que não haja resíduo, que remediar tratando o lixo.

Para esclarecer-nos a respeito, ele traz exemplos de ações presentes da indústria nacional, efetivas sobre a poluição. As embalagens expandidas, que vemos hoje no Nescau e no Leite Moça, são mais limpas no contato com o alimento e fáceis de recuperar das estampas de embalagem. Elas também conseguem ter formatos novidadeiros, mais atraentes à vista e ao manuseio. Porém, discute-se em alguns segmentos da indústria se elas valem o custo mais elevado.

Outro caso é o do primeiro polímero 100% renovável desenvolvido na Fórmula 1, que pode ser pensado como matéria técnica cradle to cradle. No campo dos aparelhos eletrônicos, há um celular desenvolvido pela Nokia todo de material reciclável.

Alberto indica inovações na indústria automobilística, de decoração e gráfica, que são segmentos enormes em termos de impacto ambiental. Aí, já têm sido pensados:

1. o uso de matérias-primas de fontes renováveis,
2. os substratos e embalagens recicláveis,
3. a redução de gasto de energia,
4. o uso de tintas e vernizes sem solventes.

Cada ação neste sentido, efetivada pela indústria de massa – especialmente pelas grandes produtoras multinacionais – pode ser extremamente significativa em volume de resultados globais.

Alberto ainda observa que é possível, e muitas vezes necessária, a adequação do produto a culturas e hábitos locais, para que haja substituição de hábitos poluidores por outros limpos. Seu exemplo é o Woodstove desenvolvido pela Philips para o mercado indiano – um fogão a lenha de baixíssimo custo, alta eficiência energética, não poluente, único com formato – apoiado no chão, sobre brasa – conveniente para a forma de cozinhar das populações de baixa renda indianas, que trabalham a comida e fazem as refeições sentadas no chão, em torno do fogo. É um produto que atende a 300 milhões de famílias nas regiões mais pobres do planeta.

Esta visão que prima pelas peculiaridades culturais e procura socorrer situações ambientais locais está fortemente presente no pensamento do Christian. Em sua apresentação, o enfoque é distinto do de Alberto, que parte da produção. Christian observa e convoca a todos, pessoalmente, ao cuidado dos hábitos e do consumo.

Ele observa as possibilidades de substituição, por exemplo, do automóvel por transporte público, pelo andar à pé e a bicicleta, considerando o empenho de combustível por pessoa ao ano e a possibilidade de redução, como redução também de trânsito e emissão de gases. Conhece, ensina e defende as alternativas de aproveitamento e reciclagem de lixo.

Christian fala na aproximação dos produtos à peculiaridade do desejo e do uso das pessoas, o que convida a uma produção mais caseira, mais artesanal, que tende a ser mais próxima, também, da sustentabilidade ecológica e da preservação cultural.

Na mesma data de sua participação no PENSAR DESIGN, ele conduziu, durante a tarde, uma série de palestras de jovens convidados internacionais sobre o tema da sustentabilidade, no seminário DESIGNbilidade, apresentando soluções locais e adequadas a geografia e história de populações, especialmente da América Latina.

O que colocamos em questão diante de Alberto e Christian, por exemplo, é o cálculo difícil, para o público, de determinadas substituições: será melhor lavar fraldas de nenê de tecido, com imenso dispêndio de água (a água que sai por nossos esgotos normalmente fica mesclada de produtos químicos como solventes, esmaltes, sabão, medicamentos que não permitem seu reaproveitamento), ou usar as fraldas descartáveis contando que a indústria, a seu tempo, as fará recicláveis?

Para a parcela da população que gostaria de fazer a melhor escolha ecológica, ainda pode não haver tempo ou produtos industriais viáveis para substituição. Uma família que trabalha, hoje, e cria um filho, tem como única opção usar um volume diário enorme de fraldas descartáveis como a indústria oferece – seja, ou não, de material sustentável e reciclável. O público, mesmo que intencionado a uma escolha ecológica, está submetido à oferta industrial.

É por esta perspectiva que os trabalhos de Alberto e Christian convergem. Christian faz pressão do ponto de vista do consumo e da cultura. Alberto tem uma palavra forte na indústria, porque pode defender para empresas, de maneira lucrativa, a ecologia.

Com eles, do lado dos hábitos e do lado da produção, toda a sociedade pode ser tocada pela preocupação com sustentabilidade. Há clareza, da parte de ambos, sobre a dificuldade de recuperarmos o estrago global já realizado, mas a disposição a batalhar por ganhos é otimista, seja como forma de resistência contra a piora inevitável, ou na expectativa de alguma solução ou equilíbrio – na linha otimista de Cradle to Cradle.





6 de novembro

Noite **OBJETOS DE DESEJO, DO BERÇO AO BERÇO**

Dimensão global (sustentabilidade)

Mesa 2

CONSTRUÇÃO E MOBILIDADE

Tema *Sobre possibilidades específicas de sustentabilidade na indústria, na arquitetura e no urbanismo.*

Walter Ono, arquiteto

Guillaume Sibaud e Olivier Raffaëlli - Triptyque, escritório franco-brasileiro de arquitetura

Nido Campolongo, designer e artista plástico

Carlos Leite, arquiteto especializado em projetos urbanos e regeneração urbana

A seqüência das conversas sobre sustentabilidade nesta noite traz ações específicas, de profissionais de destaque na arquitetura e no design, para mostrar possibilidades presentes.

Com a palavra, Walter Ono relata sua experiência de trabalho com comunidades locais, na década de 80, fazendo arquitetura e construção popular sem suporte institucional. Uma de suas iniciativas foi a obra da Igreja de Puebla, em Parelheiros, periferia de São Paulo. Sua proposta era desenvolver tecnologias alternativas à da construção tradicional e massificada, que fossem adequadas ao local e à experiência das comunidades envolvidas, para que os trabalhadores pudessem se apropriar, durante a obra, de técnicas viáveis de construção para seu uso no futuro.

Nesta igreja, Walter utilizou estrutura tubular em aço e painéis sextavados em estuque, para uma Comunidade Eclesial de Base. Com o sistema desenvolvido por ele, o trabalho de autoconstrução

dos membros da comunidade, que poderia levar anos em outra técnica, se tornava executável, com edifício pronto, em poucos dias.

Para o trabalho com as estruturas de aço, realmente atípicas na construção, Walter convocou serralheiros e soldadores da região, que contava com uma metalurgia bem organizada.

O traço do prédio, sua característica técnica e estética, marcaram o local. Houve uma transformação na percepção do espaço e na visão do trabalho daquela comunidade.

A criatividade arquitetônica de Walter, em uma área visualmente repetitiva, veio de forma didática, foi assimilada pela população local, aproximou arquiteto (criador) e trabalhador, sem hierarquia, com aprendizado e envolvimento.

No sentido inverso de levar o sofisticado raciocínio arquitetônico às necessidades de um universo simples de comunidades de periferia, está o trabalho de Nido Campolongo, que traz a simplicidade do material reciclado para a arquitetura luxuosa.

Nido vem sendo seqüencialmente convidado a trabalhar em espaços públicos internacionais e para empresas, apresentando suas criações em papel e material reciclado. Apresenta uma série de imagens de trabalhos de grande porte, e questiona, no entanto, o quanto a postura das instituições sobre sustentabilidade reflete, efetivamente, suas ações. Para Nido, ainda uma boa parte do discurso sobre sustentabilidade é meramente publicitário, e zela antes pela imagem das empresas que pelo meio-ambiente. No entanto, neste debate, consideramos que é uma maneira válida de afirmação de valores na sociedade, um princípio precioso.

A experiência apresentada pelo grupo Triptyque, com a presença, na mesa, dos arquitetos Guillaume Sibaud e Olivier Raffaëlli, toca a questão ambiental de outra perspectiva. Trata-se do edifício concebido por eles na Rua Harmonia, Vila Madalena, que incorpora

os regimes climáticos diários e anuais, pelo ciclo das águas e pelas plantas.

Projetado para ser um atelier de artistas, o imóvel ocupa um terreno marcado por freqüentes inundações pontuais. Concebido como organismo vivo, o prédio abandona a ambição de parecer novo – o que, na arquitetura tradicional, é prezado, mas apenas possível, claro, enquanto o prédio é novo.

O edifício da Harmonia, ao contrário, como experimento dos jovens arquitetos, já é entregue ao cliente integrado com os processos do tempo, para manter um metabolismo.

Ele tem uma evolução visível, nas paredes exteriores, que ficam sob a ação de entidades naturais dinâmicas (chuva, recuperação, bombeamento, irrigação, crescimento vegetal). O projeto expõe o sistema hídrico por elementos “low-tech” (tubos de bombeamento, reservatórios, difusores) e muito da sua estrutura de sustentação também é vista.

Os volumes construídos em torno de um pátio funcionam como base neutra e primitiva, toda marcada de poros esparsos recobertos por brotos vegetais, criando uma estética heterogênea que incorpora, ao longo do tempo, o mofo, folhas e sementes que se desprendem. Em contraste, os arquitetos preservaram o interior do atelier com espaços amplos, simples, limpos e brancos, para uso dos artistas.

A diversidade de experiências desta mesa de debates é concluída com a participação de Carlos Leite, que traz uma perspectiva urbanística bastante atual. Carlos acompanha e participa de uma rede de pesquisas internacional sobre o desenvolvimento das cidades chamado Urban Age (para ver os relatórios de 2008: www.urban-age.net).

Em sua apresentação, ele enfatiza a proximidade entre design e desejo – “I DESIRE-DESIGN” – considerando a questão do que

faremos no mundo, no futuro. Coincidentemente, trabalha a mesma bibliografia orientadora do PENSAR DESIGN, e nos traz uma reflexão que perpassa o livros Cradle to Cradle e Massive Change (de Bruce Mau).

Mostra que, em 2004, a cidade de São Paulo foi capa da revista internacional Newsweek como uma capital da criação em design, com imagens como a do edifício Copan. Porém, há desejo nesse design, quando olhamos as linhas formadas pelo complexo de prédios residenciais paulistanos de traços duros, ou pela forma de construção das favelas?

Carlos mostra que em 1900, apenas 10% da população mundial era urbana. Passamos a 50% em 2007, com perspectiva de 75% em 2050. As cidades ocupam 10% do espaço do planeta, mas consomem 75% da energia e emitem 80% dos gases de efeito estufa. Para ele, tempo de pensarmos no desejo para as cidades. Ele recorda Cradle to Cradle: aqui, ser menos ruim não é ser bom, e as cidades não devem ser pensadas separadamente de seu entorno.

A concepção da cidade, a partir de agora, baseada em desejos, consegue resultados coletivos integrados bastante sensíveis. Seu exemplo final é o projeto Shadows Everywhere, de Brisbane, Austrália, 2006 – que resulta na construção estilística de sombras para o passeio urbano, em diversos pontos da cidade, prédios de escritórios, praças, espaços públicos, formando um conjunto que proporcionou conforto e renovação visual à cidade.



7 de novembro

Noite **PERSONALIDADE URBANA**

Dimensão coletiva (cidades)

INTRODUÇÃO

QUEM É A SUA CIDADE?

Como a cidade e as relações que ela facilita ou impede são decisivas para o futuro de seus habitantes, no amor, nos negócios, na ambição profissional, no dispêndio de tempo e na sensação de pertencimento ou não.

Discussão lançada com base no livro de Richard Florida “Who’s your city?”.

Mesa 1

FUTUROS COLETIVOS

Tema **Conversa que toca o valor dos jovens na sociedade e suas dificuldades atuais, com argumentos sobre a importância do trabalho e de seu direcionamento à renovação. Falaremos sobre a formação para criar (educação). Paralelamente, examinaremos as características de receptividade de uma cidade – tonalidades culturais e formas de prazer e encontro cultural que ela propicia.**

Paula Limena, sócia diretora da Imageneer Branding by Heart

Maria Margarida Limena, socióloga, professora do departamento de sociologia e do programa de estudos pós-graduados em ciências sociais da PUC-SP

Christina Cupertino, psicóloga, formadora de jovens

Lala de Heinzelin, proprietária da Entusiasmo Cultural, especialista em cultura como estratégia de desenvolvimento

Nesta noite de conclusão do PENSAR DESIGN, consideramos o impacto do design no futuro das coletividades. De partida, a socióloga e consultora em Branding Paula Limena examina de forma bastante contemporânea como é olhar do jovem sobre a cidade.

Ela afirma que o jovem tem uma visão fragmentada, não-sistêmica, e individualizada. Para examinarmos o que isto significa, falar em São Paulo, para um jovem, por exemplo, causará nele uma associação de imagens como da nova ponte estaiada, do edifício Copan, da Av. Paulista, e de uma favela, talvez. A referência que salta aos olhos é o design. Esta visão singular do jovem antecede qualquer reflexão construída sobre a condição social, urbana, política ou econômica da cidade, ou sobre as formas de relação que ela propicia. Isto indica que o jovem não avalia sua cidade sob um viés teórico (vinculado à tradição universitária), mas é capaz de apreciar seu espaço, de maneira espontânea e criativa. Sua forma de ver é propícia à criação e à transformação no espaço urbano, e também tem um aspecto bastante afetivo, que promove encontros. Na seqüência, Margarida Limena, mãe de Paula, nos permite notar que essa perspectiva jovem sobre a cidade está afinada com uma estrutura de pensamento contemporânea – sociológica, filosófica, de urbanismo – que prefere manter um olhar fragmentado e fragmentário para a cidade.

Margarida nos permite pensar a vida urbana a partir de fluxos, de uma desterritorialização, considerando o acaso no movimentos urbanos, a ausência de centros, e uma forma de comunicação mediada pela tecnologia, de difícil apropriação pelas pessoas – quando se trata de construção de identidades, segurança e liberdade.

As diferenças de acesso à tecnologia conforme classes sociais, referências culturais ou grupos, intensificam a fragmentação e a

indeterminação da cidade. De fato, o que é hoje uma cidade não está bem definido. O sistema fica aberto, sem clara distinção de centro, periferias e limites. A cidade tem o efeito de elidir tempo e espaço, como se nela houvesse um presente perpétuo.

Em resposta, na busca de delimitações e identidade, emergem nela retornos históricos, nas diversas formas de conhecimento. Para Margarida, no entanto, são especialmente as artes que percebem e constroem conhecimento sobre a cidade.

Ela conclui: somos seres híbridos, 100% natureza e 100% cultura, e na cidade nos é sempre possível articular arte, ciência e técnica, para revitalizar o sentido das nossas utopias.

Christina Cupertino fala em seguida, e retoma o tema da importância das utopias, como reflexões do possível pelo design. Ela esclarece que design, na nossa cultura, pode assumir a tonalidade de um luxo, mas que não é com esta perspectiva que melhor podemos trabalhá-lo, e sim como esforço de mudança.

Christina fala a partir de uma preocupação social forte, baseada em seu trabalho com jovens de periferia, e de sua imensa dedicação a ações sociais criativas e transformadoras. Para ela, a visão é de que o design atinge todas as pessoas, extrapolando o individualismo da sociedade e permitindo-nos ver como não somos sós, mas sim, somos uns junto com os outros.

Design, para ela, é a construção de uma utopia, na busca de horizontes comuns – mas Christina tem o cuidado de, ao trabalhar este termo, esclarecer o uso que faz. Construir utopias é imaginarmos outras formas de relação entre as pessoas. De acordo com ela, podemos pensar em utopias projetistas – que engessam o futuro e as coisas – ou utopias iconoclastas, que lidam apenas com intangíveis, mantendo como pano de fundo e direção as idéias de harmonia, paz e prazer, sem alcançá-las (por descrença que haja uma receita exata para se atingir estes objetivos, e certeza de que

os projetos já feitos neste sentido engessaram violentamente o mundo).

Assim, Christina fala no “design de pontes” sociais, que aproxime pessoas, os jovens, e propicie encontros, transformação, criação.

Lala de Heinzelin, que conclui as apresentações desta mesa, também atua e fala neste sentido. Lala diz ser uma “comista”-alguém preocupada com o “como fazer” dos projetos de futuro. Ela considera que estamos em um momento tão ou mais importante que o Renascimento, de transformação radical, em que o aspecto central à sociedade é intangível: conhecimento, cultura, criatividade – que são recursos infinitos e colaborativos. A seu ver, não estamos preparados para essa mudança, por não sabermos, justamente, como trabalhar adiante. Temos dificuldade de imaginar o futuro (interessante como este diagnóstico retorna. Já o havíamos visto com os autores de Cradle to Cradle).

Lala reconhece, em um momento como este, de esgotamento dos nossos recursos intelectuais tradicionais, que a *forma* pode funcionar como importante orientadora – porque a forma, diz ela, tem poder transformador enorme. Então, no trabalho de criação plástica nossa imaginação de futuro pode ser recuperada.

Se observarmos o passado, ela demonstra, as previsões de futuro feitas pelos cientistas, tentando acertar como seria o momento atual, eram plausíveis, mas foram mais erradas que os desenhos feitos pelos artistas, que traçaram o desejável. Nas artes do passado é que encontramos as linhas do mundo presente.

Ela indica, com isto, que o desejo (e não o plausível) é o motor do nosso deslocamento criativo. Encontra em obras artísticas do passado a imagem milimetricamente acertada de carros e cidades permeadas de ruas desumanas. Justamente o resultado que alcançamos.

Então, se na criação artística anterior vimos nosso presente se construir, vale a pena observarmos as imagens de futuro que produzimos hoje. Lala constata que os filmes e ilustrações mostram um futuro escuro, de cenas turvas e sombrias, com desastres que chegam rápido demais. Faltam-nos imagens de futuro positivas. Eis aí a proposta central do projeto que ela conduz, “Crie Futuros” – em que grupos realizam atividades presenciais e on line, em colaboração, para criação de imagens de futuro (www.criefuturos.com.br).

7 de novembro

Noite **PERSONALIDADE URBANA**

Dimensão coletiva (cidades)

Mesa 2

MÚTUAS INFLUÊNCIAS

Tema *Sobre a troca cultural apoiada em design, e seus preciosos efeitos sociais, psicológicos, educacionais e econômicos, e como a produção pode se orientar pela criação em design para obter lucro com ecologia e equidade, promovendo diversidade cultural e natural.*

Ronald Kapaz, designer gráfico e sócio-diretor da Oz Design

Roberta Cosulich, arquiteta e designer

Ernesto Harsi, presidente da Associação dos Designers de Produtos

Chico Homem de Melo, designer gráfico e professor da FAU-USP

Andréa Naccache, psicanalista

Esta mesa é aberta com quatro breves relatos pessoais dos designers. Ronald Kapaz comenta sua satisfação em ver uma mesa

de especialistas em ciências humanas dedicadas a pensar o design. Uma mesa que não tinha nenhum designer, falou aos designers sobre a importância de seu trabalho.

Agora, ele considera também interessante que uma mesa de designers fale às sociólogas que permanecem no auditório – Paula e Margarida Limena. Que os debates aconteçam em seqüência.

A atenção primeira de Ronald está no tema do prazer, que perpassou as conversas das noites anteriores, e ele considera de extrema importância. Percebe que uma valorização do design, como nos propusemos a fazer nesta Semana de Design de São Paulo, implica em valorização do prazer na sociedade, uma afirmação e um reconhecimento não apenas de necessidades, como viemos discutindo em outras noites, mas das nossas condições de prazer e do aspecto lúdico da vida e das relações humanas. O pensamento do designer, diz Ronald, combina os dois lados do cérebro, o conceitual e o imaginativo, artístico. O pensamento do designer requer uma mescla de razão e emoção.

Roberta Cosulich vem notar que as Belas Artes já foram, historicamente, estudadas para se compreender as sociedades de outros tempos. Era nas artes que se refletia uma sociedade, seus valores, sua cultura, sua ciência e ação.

Hoje, os espelhos de nosso tempo são o design e a propaganda. O design tem um alcance e um reflexo plural na cultura.

Para Ernesto Harsi, na escolha da profissão, a paixão do design estava no estilismo, no traço estético de um carro, por exemplo. Surpreendeu-lhe, ao chegar na faculdade (USP), o imenso racionalismo no trato da matéria. Com os anos, ele assume a

posição de designer na Philips, e percebe algo mais: a imaterialidade do design quando operado na indústria – a reflexão desta enorme empresa partia de um senso de utilidade que, em produtos de 6 meses de desenvolvimento, tornava-se uma questão delicada, conceitual e cultural.

Chico Homem de Melo tem a palavra, então, para considerar qual o grande desafio dos designers hoje. Para ele, não é a inovação, mas a interlocução com o cliente. Não se faz design sozinho.

Considera que os designers estão apenas engatinhando no estabelecimento de um contato com seus clientes. A qualidade da interlocução, no mercado, é habitualmente baixa, tanto mais com o usuário final. Nestes últimos 20 anos em que ele atua na área, considera que a interlocução piorou – o que não significa que não haja bons contatos, ocasionalmente.

Esclarece que interlocução não é convencer o outro, e que ela tende a melhorar agora. É preciso que o designer incorpore procedimentos não-verbais, envolva o desenho no trabalho, porque, no momento atual, o problema, a seu ver, talvez esteja na hipertrofia do verbal (ou da conceitualização), que tende ao vazio no discurso do trabalho em design. É o não-verbal, de acordo com Chico, que qualifica uma interlocução sobre design.

Ronald responde a Chico: existe também a possibilidade de um melhor desenho de texto, um “design de conceitos” – a que ele tem se dedicado. Sem, evidentemente, dispensarem-se os aspectos não-verbais: Ronald declara que, muitas vezes, ao fazer seu trabalho de Branding, observa inclusive as roupas do cliente como dados para um diagnóstico da relação da pessoa com a imagem e com a imagem da empresa.

Roberta indaga Chico se a falta de qualidade da interlocução, como ele percebe, seria proveniente de uma falta de conhecimento ou curiosidade do cliente sobre o trabalho do designer. Ele considera

que não é necessariamente isto, mas sim, para melhor dizer, a difusão de um conhecimento comum que banaliza o design. De fato, Chico constata que o design não é considerado desimportante, mas o contrário: tem sido tido de tal importância que sua decisão é reservada ao presidente da empresa, muitas vezes feita de portas fechadas até aos designers internos da empresa.

O problema, aí, é que esta pessoa não tem preparo para perceber as implicações culturais da imagem e do design, e a decisão acaba ficando em torno de: “com qual tamanho aparece o logo da empresa?”, na comparação, por exemplo, com outros patrocinadores de um evento.

Um leigo é capaz de melhorar um projeto de design sim, diz Chico, desde que a discussão não fique em torno de palavras vazias. Nas palavras de Ernesto, é preciso um pensamento visual, que tem certa simplicidade poética.

Roberta complementa: a leitura do design, sua percepção, funciona por contaminação. Estamos em uma época em que aprendemos através de produtos com design cada vez mais qualificado (como o iPod). Existe uma contaminação do senso de design.

Para concluir, intervenho notando que não apenas os conceitos e valores do design chegam à sociedade incorporados no design dos produtos industriais, mas, também, o design elege e porta valores sociais que, com a indústria, ganham uma capacidade de difusão ímpar.

Assim, por exemplo, a própria Philips onde trabalhou Ernesto, hoje cria baseada em valores de “senso e simplicidade” (Sense and Simplicity). Não se trata apenas de palavras para uma campanha – Ernesto concorda – mas de uma linha de pensamento criativo que uma empresa global como esta consegue disseminar pela sociedade.

A globalização é uma era relações e cultura complexas. Enquanto isto, no MIT (Massachusetts Institute of Technology), um designer gráfico e programador brilhante, John Maeda, está estudando um tratamento para a complexidade, que é a simplicidade. Ele a estuda, propõe aplicações e tem um laboratório junto à Philips para que este conceito entre nos processos e produtos da empresa.

É assim que os equipamentos e a publicidade da Philips, como da Apple, transmitem valores da contemporaneidade.

Um outro tema importante do design estudado por Maeda no MIT é a confiança. Podemos notar que muito de nossa confiança na cidade e em nossas sociedades é reflexo da qualidade do design que temos nos espaços e nos produtos – nas sinalizações, no funcionamento dos objetos, na qualidade dos materiais que, originalmente, sempre passam pela decisão de um designer com mais, ou menos, consideração pelo outro, e desejo de dar satisfação.

Enfim, uma curiosidade: design é um híbrido. Tal como Margarida Limena havia dito que o ser humano é um híbrido de natureza e cultura, também o design é híbrido de matéria e idéias, plástica e simbolismo, dos dois lados do cérebro, como dizia Ronald. Ele precisa ser percebido como tal. Incorpora valores da sociedade e os dissemina entre mentes e corpos. Seja percebido ou não, ele desenha nossa sociedade futura.

Leituras de base do PENSAR DESIGN

The Substance of Style, de Virginia Postrel, é um livro genial sobre "como o aumento do valor estético está transformando o comércio, a cultura e a consciência" (este é o subtítulo do livro, em inglês: *The Substance of Style: How the Rise of Aesthetic Value Is*

Remaking Commerce, Culture, and Consciousness). O site da autora é www.dynamist.com.

Cradle to Cradle, de William McDonough e Michael Braungart, apresenta a fortíssima proposta de sustentabilidade que comentamos. Fala sobre produtos de ciclo completo, em que a matéria-prima, transformada em conteúdo técnico ou mantida natural (e biodegradável) é aplicada em produtos já concebidos para pleno reaproveitamento do material. O subtítulo: "Refazendo a maneira como fazemos as coisas". Em inglês: *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*.

Dos autores: <http://www.mbdc.com/c2c/>.

The Laws of Simplicity (traduzido para o português pela editora Novo Conceito: *As Leis da Simplicidade*), de John Maeda. Neste livro curioso e breve, Maeda expõe, com acuidade, aspectos delicados de nossa relação íntima com o design, como a emoção e a confiança envolvida, a capacidade do design de trazer angústia ou segurança, sua possibilidade de emprestar magia à vida cotidiana. O livro é referência fundamental ao segmento "Design do Encontro". Do autor: www.maedastudio.com.

Massive Change, de Bruce Mau, é uma coletânea brilhante de análises sobre como o mundo é transformado e nosso futuro moldado em decisões de design. "Massive Change não é o sobre o mundo do design, é sobre o design do mundo", diz em letras enormes a quarta capa. São 11 áreas em que podemos mudar o futuro da humanidade, para as quais Bruce Mau escreve comentários, traz dados e conversa com especialistas: economias urbanas, economias do movimento, economias energéticas, economias da informação, economias da imagem, economias de

mercado, economias dos materiais, economia militar, economias de produção, economias da vida (genética, engenharia de tecidos vivos, biomedica, etc), riqueza e política. www.massivechange.com

ALGUNS TEXTOS UTILIZADOS

Tempos Hipermodernos, de Gilles Lipovetsky

Modernidade Líquida, de Zygmunt Bauman

A Invenção do Futuro, de Ferraz Jr, Reale Jr., Forbes, Lipovetsky e outros.

Viena Fin-de-Siecle, de Carl Schorske

Em Louvor da Sombra, de Junichiro Tanizaki

The Post-American World, de Fareed Zakaria

Seminários de Zollikon, de Martin Heidegger

A Ética da Psicanálise, Seminário 7, de Jacques Lacan

A Perda da Realidade na Neurose e na Psicose, de Sigmund Freud (artigo de 1924)

CURADORIA

Alexander Lipszyc é formado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Mackenzie e Pós Graduação em Comunicação Visual pelo Politécnico de Milão. É hoje Diretor de Ensino na Panamericana Escola de Arte e Design, onde fez sua especialização em Design de Interiores. Atualmente é Diretor da ABD (Associação de Designers de Interiores/Nacional).

Andréa Naccache é psicanalista em São Paulo. Sua clínica é acompanhada do trabalho constante de pesquisa em psicanálise, transmissão oral e edição em multimídia (especialmente de livros, com um trabalho para documentário e projetos especiais em instituições e empresas). Sua formação inicial em psicanálise foi simultânea à faculdade de Direito (USP). Os primeiros convites para trabalhar com psicanalistas - em publicações especializadas, na organização de cursos e em consultoria a empresas - levaram-na a buscar um aprofundamento em filosofia, em cursos da graduação e da pós, na USP.

Nesta ocasião, participou dos debates do livro *A Invenção do Futuro*, com o filósofo Gilles Lipovetsky, e editou o texto deste livro, organizado pelos juristas Tércio Sampaio Ferraz Jr. e Miguel Reale Jr., e pelo psicanalista Jorge Forbes. A escolha de atuar na clínica foi seguida do bacharelado em psicologia, uma forma de conhecer propostas diversas de atendimento. Foi seguida também de diferentes especializações em psicopatologia (Hospital das Clínicas - USP).

Em 2006, Andréa iniciou um estudo da vida criativa, baseado na observação clínica e em uma pesquisa com o chef Alex Atala, os designers Fernando e Humberto Campana e o estilista Jum Nakao. A conversa com eles tornou-se um livro (em fase final de edição, dentro do MOVE – Movimento pela Criação Brasileira) e uma proposta clínica introduzida à comunidade de psicologia e psicanálise em 2008. Em virtude desta pesquisa, veio o convite de empresas para trabalhos associados à criação, como a conceitualização do evento “O extraordinário cotidiano”, para o grupo Whirlpool – KitchenAid, e finalmente a curadoria do segmento PENSAR DESIGN da Semana de Design de São Paulo – VIVER DESIGN EM SÃO PAULO.

APRESENTAÇÕES

(fonte: dados oferecidos pelos colaboradores, ou internet - site www.viverdesignsp.com.br, no caso dos curadores da Semana).

Alberto Matera é Diretor Comercial da CYTEC, indústria química com atuação nos cinco continentes. Fornece matérias-primas para as indústrias de tintas, adesivos, mineração e aeroespacial, e dedica-se ao desenvolvimento de tecnologias limpas e que proporcionem aumentos de produtividade.

É Engenheiro Mecânico, com especializações em Marketing e Comércio Exterior, e MBA. Está na Cyttec há 11 anos, já trabalhou também com automação industrial - robôs industriais, e com gases industriais (oxigênio, nitrogênio, argônio) para aplicações em processos como na indústria de alimentos, química, e tratamento de efluentes industriais. É diretor técnico da Radtech South America, que é uma associação que tem como objetivo promover o uso correto da tecnologia de cura ("secagem") de tintas por radiação.

Biti Averbach atua há 20 anos no mercado de mídia impressa. Colaborou, como free-lancer, com várias revistas femininas do país, e atuou como stylist em filmes publicitários e desfiles. Foi editora de moda da revista Marie Claire por sete anos. É autora do blog Moda Sem Frescura, onde procura relacionar o mundo fashion com outras formas de expressão, como música, fotografia, consumo e cultura pop.

Carlos Leite - Arquiteto; Mestre e Doutor [FAU.USP], pós-doutorado na Cal Poly University, professor na FAU-Mackenzie. Sócio de Leite+Brooke Arquitetos, Consultor e Palestrante em

Desenvolvimento Sustentável em cursos de MBA e no IED (cleite@educatorium.com).

Chico Homem de Melo é designer e professor da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. É sócio da Homem de Melo & Troia Design, um escritório com atuação voltada às áreas da educação e da cultura. É autor dos livros O design gráfico brasileiro -- Anos 60 (Cosac Naify, 2006), Signofobia (Rosari, 2005), Os desafios do design (Rosari, 2003) e O design como ele é (Ateliê, 2007).

Christian Ullman é formado em desenho industrial pela Faculdade de Arquitetura, Design e Urbanismo de Universidade de Buenos Aires, especialista em design sustentável, professor do Istituto Europeo di Design SP e consultor do SENAC SP. Foi o criador e curador da mostra anual Design & Natureza no Shopping D&D; coordenador do Núcleo de Inovação e Design para Artesanato do Estado de São Paulo (NIDA) e do Projeto Via Design SEBRAE-SP, em 2004. Foi também curador do setor design para melhoria social e ambiental do Painel Contemporâneo da 1ª Bienal Brasileira de Design, em 2006.

Recebeu prêmios na Itália, no Brasil e na Argentina por suas criações de móveis residenciais, de escritório e objetos. Entre os principais prêmios estão o de Cestaría y diseño Pinolere, em 2007; prêmio Chico Mendes de Meio Ambiente, em 2003 e 2006; e prêmio MACEF Design, em 2002.

Sócio diretor do iT Projetos – escritório de desenvolvimento de produtos e projetos, Christian, junto com Tânia de Paula, desenvolve produtos e projetos com responsabilidade socioambiental. A dupla criou o projeto Oficina Nômade, que promove a valorização dos recursos naturais, da cultura tradicional

e das técnicas artesanais brasileiras adaptadas às necessidades do mercado.

Christina Cupertino é doutora em Psicologia; professora universitária; estudiosa da criatividade na formação de jovens em vários contextos educacionais e no desenvolvimento de talentos; consultora da UNESCO e da Secretaria de Estado da Educação na área das altas habilidades.

Délia Beru tem estudos na Escola Nacional de Belas Artes da Argentina, com especialização em Desenho e Arquitetura de interiores no escritório dos arquitetos Aisenson e Mizes, em Buenos Aires, em 1968. Formação em desenho com a arquiteta Looz e pintura com os artistas Emílio Petorutti e Hector Catier. Em atividade multidisciplinar, freqüentou a Escola de Psicologia Social do Doutor Pichon Riviere, em Buenos Aires, de 1967 a 1971. Em 1963, fundou, com Marta Vinãls, o Talher Ocre _ Atelier de tecidos em tear. Realizou desenhos na área de Desenho Industrial para firmas especializadas como Stika e Churba, em Buenos Aires, e trabalhos autônomos na área de arquitetura de interiores, em Buenos Aires, 1968 a 1977, e São Paulo, 1977 a 1989. Em mesma época, foi consultora especializada do fascínio “Doce Lar”, das edições Rio Gráficas, de São Paulo. Em relação firmada com a Casa Teperman ao final dos anos 80, torna-se consultora de design e marketing da Móveis Teperman, desde 1995.

A partir de 1998, é sócia diretora da Casa21, e designer da linha Veneto, linha Jovem, linha No Name e linha Tulipa. No mesmo ano, dirige a sociedade Amigos do Museu da Casa Brasileira, que presidirá no ano seguinte. Desde 2003, é também integrante do Conselho do Museu. Naquele ano, lança a “Coleção Brasil”, linha madeira, em companhia de designers brasileiros como Álvaro

Wolmer, Arthur Casas, Cláudia Moreira Salles. Em 2005, coordena e realiza a exposição “Design Solidário”, em parceria com o Instituto “Artesanato Solidário”, com a participação de 14 designers, arquitetos e artistas brasileiros.

Ernesto Harsi (curador USAR DESIGN) estudou arquitetura e design na FAU-USP. Foi gerente de design da Philips no Brasil, especializado no desenvolvimento de produtos de eletrônica de consumo. Gerenciou a criação desde o produto à embalagem. Efetuou períodos de trabalho na Holanda, Bélgica e Estados Unidos. Participou de workshops anuais para criação de produtos mundiais da empresa.

Em parceria com vários estúdios de design, orientou projetos de design gráfico e design promocional para ponto de venda. Com escritório próprio, desenvolveu projetos de produtos, linhas de mobiliário para lojas e instalações comerciais, e também projetos de identidade corporativa e embalagens.

Professor de Design Gráfico, História do Design e Design do Mobiliário. Ministra palestra e workshops sobre design e criatividade. Consultor independente de design estratégico, participou no júri de inúmeros prêmios e concursos de design. É presidente da ADP – Associação dos Designers de Produto para gestão 2007-2008.

Jum Nakao é estilista e diretor de criação. Realizou, em junho de 2004, no São Paulo Fashion Week, uma performance em que, ao final do desfile, modelos rasgaram elaboradas roupas feitas de papel vegetal. Na comemoração de dez anos de moda no Brasil, este trabalho é homenageado como o desfile da década. É convidado em janeiro de 2006 pelo Galliera, Fashion Museu of Paris, para figurar entre os mais representativos trabalhos de moda

de todo o século XX até hoje. Atualmente, Jum se dedica à moda por meio de palestras, workshops, consultorias, como professor e desenvolvendo projetos com instituições, museus e fundações no Brasil e no exterior (www.jumnakao.com.br).

Lala de Heinzelin é especialista em linguagens artísticas aplicadas ao universo empresarial e Cultura como Estratégia de desenvolvimento. Seu trabalho, de caráter transdisciplinar, resulta da fusão entre arte, comunicação e cultura empreendedora para promover processos de transformação e desenvolvimento pessoal, empresarial ou local.

Palestrante nacional e internacional, criou uma série de palestras culturais, motivacionais e “arte conferências” (palestras que usam linguagem cênica ou visual como suporte) abordando temas como: mudança; visão de futuro; empreendedorismo; criatividade; papel do indivíduo; cultura e desenvolvimento para clientes como: ONU, OEI, UNCTAD, Ford, Unilever, Avon, Correios, ABRAS, Itaú Social, Sebrae, Natura, Nestlé. Desenvolve também workshops com temas ligados à motivação, criatividade e empreendedorismo, utilizando linguagens artísticas.

Maria Margarida Limena é professora do Departamento de Sociologia da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo desde 1986, ministrando cursos na Graduação e no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais.

Desenvolve estudos e pesquisas na área de Ciências Humanas, com ênfase em Sociologia Contemporânea e Teorias da Complexidade, relacionados, principalmente, aos seguintes temas: interdisciplinaridade, complexidade, cidades, metrópoles, urbanismo, urbanização, educação.

Sua formação foi realizada na PUC-SP, sendo Mestre em Antropologia e Doutora em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da PUC-SP. Atualmente, é Diretora Geral do Centro de Ciências Humanas da PUC-SP.

É membro do Núcleo de Estudos da Complexidade – Complexus – da PUC-SP desenvolvendo pesquisas e outras atividades acadêmicas.

Autora do livro *Avenida Paulista: Imagens da Metrópole*, publicou, também, vários artigos em periódicos e revistas nacionais e estrangeiras, tematizando, especialmente, a complexidade das metrópoles contemporâneas.

Além das atividades acadêmicas, desenvolve atividades de consultoria a pesquisas e estudos nas áreas de sócio-economia, meio-ambiente, planejamento urbano e regional, desenvolvimento social e educação, prestando serviços a diversas instituições e empresas públicas e privadas.

Nido Campolongo - nascido na tipografia do seu pai, Nido cresceu respirando o cheiro de papel, o que mais tarde o levaria a seguir a carreira de designer, dedicando sua arte e criatividade a explorar este material.

Já no início dos anos 80, fundou a Nido Campolongo Design Gráfico, criando um "novo" conceito de produto ao introduzir o papel reciclado no design.

Em 1994 criou os tecidos de papel, diversificando o uso deste material na aplicação em decoração e design de interiores.

Seus trabalhos sempre envolvem questões sociais e ambientais, utilizando a mão-de-obra proveniente de instituições carentes, hospitais e presídios na sua execução.

Sua matéria prima principal é o papelão derivado do resíduo industrial, com aplicações mais variadas possíveis dentro do nosso cotidiano.

Atualmente sua criação abrange desde desenhos de pequenas dimensões até grandes cenários e painéis, além de mobiliário, objetos, um novo tipo de piso e agora uma casa de papel que será lançado na inauguração da nova unidade do SESC (SESC Santo André).

Paula Limena (curadora VESTIR DESIGN) é socióloga, especialista em Fashion Marketing pela Parsons School of Design, diretora executiva da Imageneer Consultoria de Branding e co-editora do bureau internacional Style-Vision.

Sua carreira inclui passagens pela Dazian Fabrics, Du Pont e Color Association of the United States, onde acompanhou e desenvolveu projetos relacionados a design, especialmente em design de moda.

Reinaldo Pamponet é presidente do Instituto Eletrocooperativa, trabalhou no Citibank e foi executivo da Microsoft. Abandonou a vida de executivo para abrir uma pequena gravadora com mais três amigos. Meses depois, seu projeto se tornava a Eletrocooperativa.

Roberta Cosulich é paulista de família italiana, com grande influência desta cultura.

Se formou em arquitetura no Mackenzie em 2001, mas sempre dedicou seu tempo e sua energia ao Design. Gerenciou durante seis anos o Estúdio Campana. Paralelamente desenvolveu seus produtos, fez um curso na Domus Academy de Milão junto com a Alessi e desde 2003 assumiu sua marca COSULICH para poder dar força as suas idéias.

Leciona Ergonomia e desenvolvimento de produto, desenvolve pesquisas no campo do design, escreve sobre este tema em jornais e sonha, desenha e cria. Busca um viés na produção brasileira, um humor que é nosso por natureza e sabe que tem um longo caminho a percorrer...

Ronald Kapaz (curador COMUNICAR DESIGN) é arquiteto formado pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP e designer gráfico. Em 1979 fundou a Oz Design, empresa que atua nas áreas de Consultoria de Identidade de Marcas, Design de Marcas, Design de Embalagens, Design Editorial, Design Promocional e Design de Produto, que atende grandes empresas nacionais e internacionais. Ronald foi um dos fundadores da Associação de Designers Gráficos (ADG), onde é também membro do Conselho de Ética. Foi membro do Conselho Nacional de Incentivo à Cultura, entre 2000 e 2006, e atualmente faz parte do Conselho Consultivo da Fundação ABRINQ pelos direitos do menor e do adolescente, e do Conselho de Notáveis da Panamericana Escola de Artes e Design.

Thomas Buckup nasceu no Brasil e estudou Administração Pública na FGV em São Paulo. Durante a graduação atuou como voluntário em diversas organizações da sociedade civil, trabalhou na área pública no Ministério da Cultura em São Paulo e na área empresarial no Times Group em Delhi, na Índia.

Após formado, atuou como consultor em investimento social comunitário, corporativo e familiar no Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social – IDIS e, posteriormente, adquiriu experiência em negócios e exposição internacional, ao trabalhar no Brasil e na França para a Natura, empresa reconhecida pelo compromisso com o tema da sustentabilidade corporativa.

Atualmente Thomas reside em São Paulo, onde trabalha como consultor independente em investimento social e sustentabilidade corporativa. Desde 2007 está envolvido com o capítulo local da Fundação Wikimedia, cuja missão é promover localmente produções colaborativas de conhecimentos livres em língua portuguesa e de povos indígenas no Brasil.

Triptyque - foi constituída pelos arquitetos Greg Bousquet, Carolina Bueno, Guillaume Sibaud, Olivier Raffaelli, formados pela Escola de Belas Artes de Paris e instalou-se no Brasil em 2000. Atualmente conta com uma equipe multicultural de arquitetos que trabalha em conjunto desenvolvendo os projetos.

O escritório foi recentemente premiado no concurso francês de jovens arquitetos (NAJA 2008), prêmio francês que revela novos talentos da arquitetura e é um dos expositores do pavilhão francês na Bienal de Veneza.

Triptyque – tradução literal de tríptico (obra ou objeto que consta diversas partes) – é baseado na idéia de dissolução autoral, onde os diferentes repertórios, culturas e referências de cada um dos participantes se misturam, encontram e debatem para obter como resultante um só trabalho. A atuação dessas forças em conjunto resulta na arquitetura do Triptyque.

Ao longo dos anos de experiência, buscou desenvolver uma linguagem arquitetônica própria e autoral, sempre influenciada por diversos outros campos que dialogam diretamente com a arquitetura, como o design, planejamento urbano, artes.

Olivier Raffaëli (Triptyque)

Nacionalidade: Francesa

Data de Nascimento: 12 de fevereiro de 1973

Formação Educacional:

1991 - 1997 - DPLG Ecole d'Architecture Paris la Seine, Paris, France. "Le plus grand Parc d'attraction du Monde" (o maior parque de diversões do mundo) . Tutor: Nadia Hoyet

1998 - DEA Institut d'urbanisme de Paris, Créteil, France. "La ville informationnelle, réseau et processus" (a cidade informacional, rede e processo). Orientador: M. Aumont

Experiência Profissional:

2000 - Abertura do escritório de arquitetura Triptyque em associação com Ana Carolina Bueno Cardoso, Guillaume Sibaud e Greg Bousquet em Paris, Avenue de Wagram, 41, França.

2001 - Mudança da Triptyque para o Rio de Janeiro, Rua Alice 808.

Após 2002 - Mudança da Triptyque para São Paulo.

Guillaume Sibaud (Triptyque)

Nacionalidade: Francesa

Data de Nascimento: 01 de maio de 1973

Formação Educacional:

1991 - 1997 - DPLG Ecole d'Architecture Paris la Seine, Paris, France. "la ville horizontale" (a cidade horizontal). Orientador: Philippe Girault.

1998 - DEA - Institut d'urbanisme de Paris - Créteil, France. "La ville informationnelle, réseau et processus" (a cidade informacional, rede e processo). Orientador : M. Aumont

Experiência Profissional:

1998 - 2000 - arquiteto assistente no projeto DREE/ Ministério da Economia e Finanças em Roma, Pequim e Mumbai.

2000 - Abertura do escritório de arquitetura Triptyque em associação com Ana Carolina Bueno Cardoso, Greg Bousquet e Olivier Raffaelli em Paris, Avenue de Wagram, 41, França.

2001 - Mudança da Triptyque para o Rio de Janeiro, Rua Alice 808.

Após 2002 - Mudança da Triptyque para São Paulo.

Walter Ono - Arquiteto formado na FAUSP – 1970, é ex professor da FAU São José dos Campos - 1972-1975, da FAU-USP - 1976-1982, da FAU-Mackenzie - 1973-1975, da FAAP - 1975-1986.

Sempre atuando no campo da arquitetura em diversos sistemas de construção aplicados na: arquitetura poliédrica, argamassa armada, alvenaria estrutural, pau-a-pique, experiências em bambu estrutural com polímeros; no momento começo de desenvolvimento de estrutura de concreto com formas de tela de plástico. Tudo integrado a sustentabilidade.

CRÉDITOS DE FOTOGRAFIA

Na ordem das fotos, com um agradecimento aos estudantes da Anhembi Morumbi responsáveis:

Michelli Bugiga (imagens 1 a 3)

Érica Gouvêa (imagens 4 e 5)

Rogério Vasconcelos (imagens 6 a 11)

Eduardo Yano (imagem 12)

Verônica Cristine (imagem 13)

2º.

RELATÓRIO PRÁTICO E DE RESULTADOS

3 REUNIÕES PREPARATÓRIAS

Dois encontros abertos, no mês de setembro, deram as linhas principais para nossa apresentação do PENSAR DESIGN, na semana de 3 a 9 de novembro.

A primeira conversa, em 23/9, no prédio da Prefeitura, no centro de São Paulo, foi momento de um diagnóstico. Por que pontos começaríamos a PENSAR DESIGN neste evento, que reúne as escolas e profissionais brilhantes de toda São Paulo?

Na mesma reunião, e na seguinte, no MUBE - Museu Brasileiro da Escultura, dia 30/9, abrimos três dimensões para nosso PENSAR: global, coletiva (das cidades) e íntima. Um paralelo de nosso KM-M-MM, símbolo da Semana de Design.

Finalmente, em 28 de outubro, a curadoria do PENSAR DESIGN foi acolhida pela Artemoda Associação de Estilo e Cultura, em sua sede na Rua Gabriel Monteiro da Silva. A tarde ficou aberta a conversas com colaboradores da Semana de Design, na orientação e organização das mesas, apresentações, textos, e no estudo da produção de um site para o PENSAR DESIGN, pelo Studio Pulp. Um dia de conclusões e lançamento da programação.

ASSOCIAÇÕES E ESCOLAS DE DESIGN

As principais associações e escolas de design de São Paulo foram comunicadas e envolvidas no PENSAR DESIGN, em três reuniões com seus diretores e coordenadores pedagógicos, no prédio da Prefeitura. O mailing composto tem mais de 40 nomes, a que se somaram posteriormente professores e alunos envolvidos nos trabalhos.

As escolas e associações foram convidadas a promover eventos e divulgar o design na mesma semana.

Podemos estimar que mais de 200 turmas de design foram informadas e participativas na Semana, e mais de um milhão de pessoas alcançadas pelos trabalhos do PENSAR DESIGN neste esforço coletivo.

Um trabalho foi especialmente desenvolvido – com iniciativa da prefeitura (SMRI) – pelas escolas de design junto aos CEUs (Centros Educacionais Unificados) do Município, em que estudantes de design promoveram oficinas e palestras para os alunos, transmitindo o senso do design como criação do mundo e uma compreensão da ética e da profissão do designer.

EXEMPLOS DE ATIVIDADES NOS CEUs

Alguns dos eventos realizados:

(texto do blog: www.viverdesignsp.blogspot.com)

CEU Aricanduva – alunos do Centro Universitário Unibero - Unidade Brigadeiro fizeram oficina de fotografia “Por dentro da fotografia” com os alunos e comunidade da região

Data e Horário: sábado, dia 8 de novembro de 2008 - das 14h às 18h

Av. Aricanduva, s/nº (ao lado do Shopping Aricanduva)

CEU Butantã – alunos da faculdade UNIBAN fazem Workshop sobre Arte e Design: “Design e Animação” para que os alunos do CEU sejam estimulados a criar um pequeno roteiro para uma animação sobre um tema de relevância em seu universo. Eles também criaram um projeto de design para esta animação, utilizando-se apenas de massa de modelar e papéis coloridos.

Data e Horário: sexta-feira, dia 7 de novembro de 2008 - das 8h às 12h

Av. Engenheiro Antônio Eiras Garcia, 1870 - Jardim Esmeralda - São Paulo - SP

CEU Jaçanã – Faculdade Oswaldo Cruz/FAITER promovem dois workshops: Desenho em Macro-Escala e Escultura em Pedra Sabão

Data e Horário: terça-feira, dia 4 de novembro de 2008 -das 14h às 17h
Rua Antonio Cezar Neto, s/nº - Jardim Guapira - São Paulo - SP

CEU Pêra Marmelo - Faculdade UNIBAN promove “Oficina de Criatividade: Recolando a Cidade”. É apresentado às crianças um panorama do que é design e como funciona a produção de objetos de design. Os alunos fazem cadernos manuais e pequenos blocos de anotação e podem criar a própria capa desta peça gráfica, transmitindo uma imagem do reaproveitamento de produtos e imagens do nosso cotidiano.

Data e Horário: Sexta-feira, dia 7 de novembro de 2008 - das 9h às 12h
Rua Pêra Marmelo, 226 - Jardim Santa Lucrecia -São Paulo - SP

CEU Quinta do Sol - Centro Universitário Unibero - Unidade Brigadeiro apresenta animações em 2D sobre os 100 anos da imigração japonesa no Brasil.

Data e Horário: terça-feira, dia 4 de novembro de 2008 - Primeira sessão: das 10h às 12h; Segunda sessão: das 13h às 15h
Avenida Luiz Imparato, 564 - Vila Cisper - São Paulo -SP

CEU São Rafael – alunos da UNIBAN fazem workshop sobre Eco Design. A proposta do workshop é explicar como o design influencia a vida com objetos do cotidiano e aliar o desenvolvimento sustentável, mostrando uma apresentação de fotos no datashow. Logo após, os alunos serão divididos em grupos para a customização de uma camiseta ou algum objeto usado, com canetas para tecido, colas e afins. Os alunos inscritos no workshop devem levar no dia uma camiseta de cor branca ou cor clara; ou algum tênis também de cor clara ou branca para customizar.

Data e Horário: quinta-feira, dia 6 de novembro de 2008 - das 8h às 12h
Rua Cinira Polônio, 100 - Jardim Rio Claro - São Paulo - SP

PENSAR DESIGN EM NÚMEROS (estimativa dos trabalhos em 2008)

ações	proposta	alcance
Reuniões preparatórias PENSAR DESIGN	3 conversas com coordenadores de ensino, pensadores e formadores de opinião no campo do design, ou interessados em outras áreas	Mais de 60 participantes
Abertura PENSAR DESIGN – SESC Vila Mariana	Dirigido a público de designers e estudantes de design, abertos a temas diversos da área	Aproximadamente 120 presentes
Seminário PENSAR DESIGN	Dirigido a público de designers e estudantes de design, com reflexões selecionadas, acima apresentadas	Aproximadamente 150 presentes, no total
Semana de Design nas escolas de design	Expõe o design, valoriza a ética do designer e difunde a proposta de PENSAR DESIGN entre as comunidades das escolas e famílias dos estudantes	Estimativa de 1 milhão de pessoas sensibilizadas
Ação das escolas de design nos CEUs	Transmite o senso do design como criação do mundo, e difunde a ética e a profissão do designer a jovens e crianças do ensino público	Estimativa de mais de 500 jovens e crianças sensibilizados

