

Influências da filosofia antiga no design moderno e a consequente inadequação projetual sustentável à religiosidade da América Latina

Gabriella Silveira Murta Pinheiro

Universidade Federal de Juiz de Fora

<http://lattes.cnpq.br/8865094353692284>

gab.smpinheiro@gmail.com

Jonathas Barros Santana de Souza

Instituto Educacional Invisible College

<http://lattes.cnpq.br/0555394476128470>

jonathasbsouza@gmail.com

Resumo

Observações de comportamento de consumo no Brasil revelam que há problemas nas estratégias de propagação de uma posição mais sustentável. Nesse artigo consideramos que isso ocorre pois tem-se ignorado o compromisso fiduciário dos agentes envolvidos, partindo da ideia de neutralidade científica do artefato de design. Para demonstrar o equívoco desse tipo de posicionamento elencamos exemplos de como as sínteses filosóficas feitas na sociedade ocidental ao longo da história repercutem nos dias atuais com vestígios e influências diretas na produção do design. Nesse sentido, argumentamos que: se por um lado o designer tem algum pressuposto filosófico que guie seu fazer, por outro, a sociedade brasileira, público alvo dessa projeção, também tem uma cosmovisão (em sua maioria cristã) que conduz seus hábitos de compra, consumo e descarte. Como resultado dessa investigação, concluímos que atuar confiando apenas na razão e nas faculdades cognitivas humanas não é suficiente para uma mudança real. É preciso rever, e até abandonar, as sínteses reducionistas e considerar o compromisso de fé da sociedade para um projetar voltado à sustentabilidade.

Palavras-chave

Sustentabilidade; Filosofia; Fé

Influences of ancient philosophy on modern design and the consequent inadequacy of sustainable design to the religiosity of Latin America

Abstract

Observations of consumer behavior in Brazil reveal problems in strategies for promoting a more sustainable position. In this article, we consider that this occurs because the fiduciary commitment of the agents involved has been ignored, based on the idea of the scientific neutrality of the design artifact. To demonstrate the fallacy of this type of positioning, we list examples of how philosophical syntheses made in Western society throughout history resonate today with traces and direct influences on design production. In this sense, we argue that: while designers have some philosophical assumptions that guide their work, on the other hand, Brazilian society, the target audience of this projection, also has a worldview (mostly Christian) that guides their purchasing, consumption, and disposal habits. As a result of this investigation, we conclude that acting solely on reason and human cognitive faculties is not sufficient for real change. It is necessary to review, and even abandon, reductionist syntheses and consider society's faith commitment to designing focused on sustainability.

Keywords

Sustainability; Philosophy; Faith

1 Introdução

O design como conhecemos é uma área de atuação relativamente recente, datada do pós-revolução industrial, e que desde seu início empresta saberes de outras áreas para construção de seus saberes. Essa dependência acaba incentivando confusões sobre o campo e suas definições, já que a apropriação variada de conceitos e, conseqüentemente, das diferentes abordagens filosóficas que os geraram não assegura uma absorção coerente dos mesmos. Neste sentido, a multidisciplinaridade tem seu aspecto desafiador por criar uma “colcha de retalhos” de ideias, usando-as quando convém. Dentre esses conceitos, vemos o bem-estar comum, a dicotomia forma-função ou até mesmo o conceito de adequação, que acreditamos ser resquícios do compromisso intelectual do design com a filosofia antiga, por exemplo. Assim, o acúmulo de teorias distintas, e por vezes contraditórias, os leva à falta de uma aplicação assertiva do conhecimento produzido. Logo, tem-se um direcionamento equivocado e práticas ineficientes.

Ao longo deste artigo, serão pontuados alguns exemplos que corroboram essa hipótese. Identificamos em alguns filósofos gregos, como Heráclito, Aristóteles e Platão, ideias que permaneceram no fazer do design, apesar de contraditórias em suas origens, tais como o equilíbrio dos contrários, o conhecimento pela razão pura e a dualidade entre função e forma (ideia e a matéria). Isso sugere um movimento sintético que justificaria a acomodação concomitante de ideias antes tidas como completamente distintas. Além disso, os fatos históricos que mudaram a sociedade também trouxeram novas questões e referenciais para discussão. Por isso, seguimos identificando o impacto de filosofias antigas e suas sínteses, em especial, o Cristianismo. Onde, todos fazem crítica à segunda navegação de Platão, como também a Aristóteles, e passam a ser materialistas (pré-socráticos). Em um segundo acontecimento, o crescimento da igreja católica influencia e é influenciado ao se colocar como resposta para as questões filosóficas deste tempo.

Por fim, queremos demonstrar que essa grande síntese é um empecilho para o desenvolvimento de um pensamento de segunda ordem coerente para o Design, especialmente levando em consideração o compromisso fiduciário presente no ser humano, ressaltado pela realidade ocidental pós-moderna. Isso é exemplificado pelo tema da sustentabilidade no design, exibindo a convergência dos diversos resquícios filosóficos como um impeditivo para o avanço da área.

A escolha do exemplo é justificada por ser ele considerado um princípio estratégico para transformação social, como uma ferramenta e expectativa de mudança de hábitos a partir de uma conscientização. Além disso, é nítida a importância do design de, por meio de imagens e artefatos físicos, formar e informar sobre as crises climática, econômica e social. Essa (in)formação busca causar impacto no consumidor, trazendo mudança de comportamento. No entanto, apesar do grande volume de informação propagado sobre o assunto, não há transformação perceptível de mesma grandeza.

Defendemos que um trabalho apenas informativo não tem sido suficiente, pois ignora outro aspecto inerente ao ser humano: qualquer conversão da mente precisa começar pelo compromisso pessoal com uma cosmovisão. Como defende Anselmo de Cantuária, a razão é sempre precedida por um compromisso fiduciário. Assim, antes de ser um povo consciente, somos um povo que crê (em algo ou alguém). Isso toma proporção maior e mais visível quando olhamos para a sociedade latino-americana, que se apresenta de forma profunda como um povo religioso. Por isso, fazer design para uma sociedade tal qual o povo brasileiro precisa levar em consideração as suas crenças. Almejando uma sociedade sustentável em seu consumo, o designer precisa projetar para um público que crê.

Concluimos, então, defendendo que o designer tem consciência de que as cosmovisões influenciam em sua produção. No entanto, desconsidera que o público-alvo também o tenha. Ao passo que, deseja mudar hábitos pela comunicação assertiva, ou seja, na exposição das ideias, confiando na

razão humana para a conversão de valores. Fato que tem origem em resquícios filosóficos antigos, mas se mostra insuficiente para mudança social. Na verdade, torna o design um produto formado por uma elite acadêmica, que ignora o público-alvo e seus reais problemas e compromissos fiduciários.

2 Os resquícios da filosofia antiga no processo de design atual

Como foi dito na introdução, é possível identificar diversos resquícios de filosofias distintas no pensamento atual do design. Para exemplificar tal observação, serão relatados quatro assuntos do campo do design que podem ter suas bases na filosofia antiga. Além disso, é possível demonstrar que as três primeiras refutam umas às outras, e mesmo assim, alguns de seus pensamentos permaneceram concomitantes nos direcionamentos do processo de design atual; uma aproximação aparentemente contraditória que retrata o aspecto sintético da filosofia. Nelas, os pensamentos foram aglutinados e, mesmo os que haviam sido refutados, foram reapresentados com novas justificativas e tornaram-se raízes do pensamento do design na modernidade.

2.1 Heráclito e os contrários constantes

Heráclito (aproximadamente 500 a.C. - 450 a.C.) foi um filósofo jônico cuja vida ajudou a construir o estereótipo de filósofo que temos hoje. Sua grande contribuição ao pensamento filosófico foi, a partir de seu estudo empírico, a procura do *logos*, o princípio de todas as coisas que ele buscava na natureza. Essa observação o levou a conceber a harmonia dos contrários, doença e saúde, noite e dia, inverno e verão etc. Foi na tensão entre os contrários constantes que identificamos a correlação com a disciplina do design. Para Heráclito, a estabilidade não poderia existir, pois nada era imóvel. Reale e Antiseri (1990, p. 37) explicam que, para Heráclito, “o perene correr de todas as coisas e o devir universal revelam-se como harmonia dos contrários, ou seja, como perene pacificação de beligerantes, uma permanente conciliação de contendentes (e vice-versa)”.

No ofício do designer, a criação de artefatos precisa ser precedida de uma conceituação do que o objeto é e o que ele não é. Por exemplo, a definição de materiais de estrutura podem ser ou não sustentáveis. Isso implica em definir uma substância que seja ambientalmente adequada, economicamente viável e socialmente boa. No entanto, adequar tais fatores se torna complexo, pois tais aspectos são tidos como contrários que precisam estar em harmonia pela sua tensão constante.

Porém, a tensão aumenta, pois não são apenas dois opostos, são diversos fatores que tracionam o artefato para lados distintos. A visão de contrário, do aspecto contraditório entre os entes é maléfica para o fazer design. Essa denúncia tem sido feita por Bonsiepe (2011): “a busca do equilíbrio entre os aspectos técnicos dos objetos e seus aspectos semânticos é o núcleo central do trabalho do designer, sem privilegiar um lado ou outro”. O designer também deixa evidente em sua argumentação a tentativa frustrada de harmonização dos opostos afirmando que:

Encontramo-nos diante de um paradoxo. Projetar significa expor-se e viver com paradoxos e contradições, mas nunca camuflá-los sob um manto harmonizador. O ato de projetar deve assumir e desvendar essas contradições. Em uma sociedade torturada por contradições, o design também está marcado por essas antinomias (Bonsiepe, 2011, p.25)

Ao apresentar o trabalho do designer como contraditório, paradoxal e afins, o autor revela vestígios do pensamento de Heráclito. E assim também acontece com outros temas, vejamos o tópico seguinte, que avança no tempo histórico e evidencia as origens gregas do design com Aristóteles.

2.2 Aristóteles e a razão que faz o homem ser bom

Uma segunda ideia que permanece no ideal do designer é a capacidade do homem de fazer o que é certo apenas por sua razão e compreensão do que é bom e adequado. Aristóteles afirmava que a virtude do homem era viver o que a alma deve ser, bom. Para ele, a virtude (seja a sabedoria, justiça ou qualquer outra) é ciência. Por sua vez, o oposto disso, o vício, é tido como ignorância, ou seja, saber o que é o certo e não o fazer. Então, o sujeito não pode saber o que é certo e não fazer, pois a inclinação da sua alma é ser bom. Deste modo, ele acredita que a falta do conhecimento do certo torna a pessoa inocente. Reale e Antiseri (1990) apresentam o texto de Aristóteles que fala da vida contemplativa, então, como a melhor de todas.

Assim, se, em relação ao homem, o intelecto é uma realidade divina, também a atividade segundo o intelecto será divina em relação a vida humana [...] na medida do possível, é preciso se comportar como imortal e tudo fazer para viver segundo a parte mais nobre que há em nós (Reale, Antiseri; 1990, p 206).

Essa divinização do racionalismo se apresenta como uma solução para os problemas, em que basta conhecer o que é certo para que se possa fazê-lo. Ou seja, a conscientização toma um passo crucial em questões de sustentabilidade, fazendo com que ensinar a ser ecologicamente responsável tome boa parte da diretriz do design envolvendo a sustentabilidade. Segundo Sampaio et al (2018)

Nesse estágio, o papel do designer é o de educador ou, alternativamente, de apoiador das iniciativas de educação ambiental na organização. Tal contribuição vai além dos mecanismos formais de educação e inclui intervenção em espaços de trabalho para propiciar aprendizado continuado no conteúdo informacional de embalagens, ou até mesmo na conversão de informações ambientais em formatos adequados aos diversos canais de comunicação e linguagens da empresa (Sampaio et al; 2018, p.159).

É na capacidade humana de aprender o que é certo e fazê-lo que está pautada a ação do designer em prol da sustentabilidade, corroborando com a filosofia Aristotélica racionalista. Essa visão de mundo racional se acentua ao fazer síntese com as ideias platônicas, que como está descrito no tópico seguinte, também permanece influente na modernidade.

2.3 Platão e o binômio forma e função

Além dos pensamentos abordados no tópico anterior, podemos elencar grandes discussões como a dicotomia forma e função, evidenciada pela escola Bauhaus de design na Alemanha. Essa relação do ideal que direciona a matéria é retirada de Platão e seus planos sensível e suprassensível. Sullivan, arquiteto moderno que trouxe essa ideia para a escola de design, seguia diretamente os ideais platônicos, como afirma Martins (2010)

Aliás, todo o discurso de Sullivan é dual. Mesmo que use a quantidade de exemplos que menciona, fá-lo para demonstrar que, sobrepondo todos estes objectos, existe uma lei comum a todos eles. E qualquer que seja o exemplo, refere-se sempre a uma classe e nunca a objectos concretos. (Martins, 2010, p. 20)

Martins (2010) contribui ao explicitar a origem platônica de Sullivan. Essa dualidade coloca o designer em dilemas até hoje, destacando a função estética da forma material como inferior, superficial e secundário em relação à função prática do mesmo. Ou vice-versa. Na Teoria das Ideias, o mundo sensível é como cópia imperfeita do mundo suprassensível, onde existem formas puras e perfeitas.

Assim, esse dualismo fundamenta a divisão entre “forma” (ideia perfeita) e “matéria” (realização imperfeita), criando a matriz conceitual para a dicotomia forma-função tão repetida no design.

2.4 Diógenes e a ecologia profunda

Avançando na história, nos deparamos com o fim do ideal de polis, e a ênfase para sua vida pessoal. Assim, tornando os filósofos da época moralistas que determinavam como as pessoas deveriam conduzir suas vidas. Quando todas as estruturas ao seu redor ruíram (a polis, a religião, as instituições) fez com que eles não confiassem em nada ao seu redor, mas procurassem a “riqueza” felicidade dentro de si, uma total autarquia.

Diógenes, representante do cinismo dizia procurar um homem que vivesse coerente com a sua natureza, justo, bom e belo. No entanto, esse homem deveria ser tal qual um animal, sem metas. Ele e outros que concordavam com sua visão, consideravam as convenções sociais uma prisão. Por isso, a exaltação da autarquia de maneira extrema, o empobrecimento do espiritual, e conseqüentemente a falta proposição de valores. Ou seja, nada poderia ser dado a ele para que fosse feliz, tudo já estava nele e na natureza. Isso os fez não construir conceitos para as coisas ao seu redor, fato que será requerido posteriormente por outras escolas de pensamento.

Nesse sentido, podemos observar como o ecocentrismo, uma postura filosófica ambiental que influencia o design sustentável, tenta reaproximar o homem da natureza de modo radical. Ela é colocada como oposto ao antropocentrismo, na qual o homem é o centro do universo.



Figura 1: Relação entre as correntes filosóficas e as posturas ambientais.

Fonte: Sampaio et al. (2018).

Para demonstrar essa possibilidade filosófica, Sampaio et al. (2018) organiza sua argumentação lógica a partir do pensamento de Aristóteles, junto a Bíblia, afirmando que delas surge a ideia de superioridade do homem em detrimento dos demais seres. Os autores afirmam que Aristóteles é

Fiel defensor da teoria geocêntrica em que a terra (e conseqüentemente o homem) está no centro de gravitação dos outros astros, o ser humano está no topo de um sistema natural [...] Esse axioma aristotélico junto àquele postulado pelo Livro de Gênesis: “Crescei, multiplicai-vos e enchei a Terra, e subjuguai, e dominai (...)” (MILARÉ; COIMBRA, 2004, p. 4), tornaram-se um dogma do relacionamento homem-natureza, reforçado por uma cosmovisão religiosa ou religioso-política. Pode-se dizer que se trata da origem primeira do pensamento antropocêntrico [...] que está na base da conduta despótica do homem sobre os demais seres (Sampaio et al; 2018, p.16).

O ecocentrismo, então, apesar de o autor em outro momento tratar como radical na Ecologia profunda, é apontada como uma alternativa de difícil implementação, pois afetaria “a noção de bem-estar material, *status*, individualismo, conforto” dentre outros conceitos que guiam o modo de vida atual da sociedade. No entanto, sendo ela uma possibilidade de um futuro ideal, os mesmos autores argumentam que

No caso da postura da Ecologia Profunda, o design assume uma postura ética radical de poupança dos recursos naturais, valorizando a criação apenas de produtos úteis em detrimento daqueles considerados supérfluos. A criação de cenários sustentáveis baseados em novos estilos de vida poderia ser considerada uma das possíveis tarefas do designer nessa postura ambiental. (Sampaio et al, 2018, p 26)

Ou seja, a sustentabilidade para o design na ecologia profunda flerta com a superioridade de uma natureza, uma sobreposição da mesma ao homem, olhando para um futuro comportamento tido como natural. A busca por um bem-estar, pela felicidade, pautado em um modo de vida em que basta ser quem o homem foi feito para ser, parte na natureza. O que impede a implementação dessa postura é a difícil transformação dos conceitos de vida atual, baseada em valores, segundo eles religiosos-políticos.

Visto que, diante dos exemplos explanados acima, atestamos que a construção filosófica da sociedade ocidental ao longo dos séculos ainda se mantém no fazer design atual por meio de sínteses. Logo, precisamos considerar que, fazer design hoje implica em seguir um compromisso intelectual com base em uma cosmovisão. Assim, o tópico seguinte é organizado para evidenciar essa relação.

3 Exemplo da sustentabilidade no design e o compromisso de fé da sociedade

A sessão anterior pontuou como algumas filosofias antigas ainda influenciam na construção do pensamento do designer. Para tornar mais clara a “colcha de retalhos” e suas consequências danosas usaremos o tema da sustentabilidade no design como exemplo.

Vimos no item 1.4 que o modo como o ser humano se relaciona com a natureza está diretamente ligado ao seu compromisso de fé. De acordo com Sampaio et al. (2018, p.15) “as raízes relacionais entre homem e o mundo natural são ditadas ao longo da história pelas diferentes cosmovisões e ideologias que culminam nas bases filosóficas para a transformação dos bens naturais em recursos e a sua superexploração”. Ou seja, os autores argumentam que há uma clara correlação entre aquilo que se acredita com aquilo que se produz.

Ainda considerando a exposição de Sampaio et al. (2018, p. 15), os autores organizam um pequeno apanhado histórico-filosófico em que eles confirmam a ideia de “como o racionalismo moderno e a descoberta dos segredos da natureza [...] ensinaram ao Homem a posição de arrogância e de ambição desmedidas que caracterizam o mundo ocidental contemporâneo” (Sampaio et al., 2018, apud MILARÉ; COIMBRA, 2004, p. 4). Sendo assim, a cosmovisão do designer ao longo da história condicionou a sua visão sobre a natureza e como utilizá-la (formá-la) em seu benefício. Entretanto, isso não se resume ao profissional; é necessário considerar tanto aqueles que produzem como aqueles que consomem. Primeiro, trataremos sobre os que produzem, em especial, o designer.

3.1 A fé do designer - aquele que projeta

Em busca de uma sociedade mais sustentável em seu consumo, o designer é orientado a ser o mais assertivo possível na comunicação dos impactos causados pelos produtos. Acredita-se que a plena compreensão das ações nocivas ao ambiente irão fazer com que a população mude seus hábitos. Sampaio et al. (2018, p. 83) afirma que “compreender o significado teórico-prático de 'ciclo de vida' e dos diversos impactos ambientais e sociais associados ao consumo é uma condição necessária para viabilizar a adesão a modelos de economia circular”.

Unido a isso, um termo utilizado em outro momento é “condição necessária”, que corrobora com a ideia de que o consumidor teria aparato cognitivo suficiente para compreender a crise ambiental/social/econômica, bastando ser exposto a tal informação (Sampaio et al, 2019, p.83). Os autores colocam na capacidade cognitiva, assim como na sua compreensão, a esperança de uma mudança de comportamento. Ou seja, se a sociedade não mudou o comportamento de consumo hostil ao meio ambiente, significa que ainda não compreendeu a situação. Deste modo, o designer é chamado a promover a educação, como afirma Sampaio et al.:

Neste contexto, “promover a educação para a sustentabilidade” no âmbito do Design trata do desenvolvimento de sistemas, produtos, serviços e experiências que possibilitem ciclos de aprendizado que resultem em decisões mais conscientes, justas e éticas (Sampaio et al, 2019, p 83).

A confiança na racionalidade é explícita nos textos mencionados. Isso torna questionável tal abordagem, visto que, os mesmos designers defendem que o profissional atua conforme a sua cosmovisão, e conseqüentemente as filosofias de sua época. Considerando que toda a sociedade também vive desta forma, o consumidor não pode ser tido como apenas alguém incapaz de compreender, mas que vive conforme o que crê.

3.2 A fé da sociedade - aqueles que consomem

Na América Latina a sociedade é religiosa. Especificamente no Brasil, temos inúmeras pessoas que se declaram cristãs e de modo geral, a sociedade brasileira acredita em muitas coisas. Culturalmente somos um povo de fé. Segundo pesquisa do IBGE em 2022, menos de 10% da população brasileira se declara sem religião. Por sua vez, 56,75% dos entrevistados no país disseram ser católicos. E 26,85% afirmam ser evangélicos. O que também chamou atenção nos dados foi o crescimento das religiões de matrizes africanas. Isso se dá não apenas pela perspectiva numérica de profissão de fé, mas pela interligação entre experiência religiosa, expressão cultural e forma de viver. Isso significa que, independente da religião, as pessoas tomam decisões, assumem responsabilidades ou ignoram informações baseadas em como veem o mundo. Segundo Sire (2018), é ela que orienta a vida das pessoas, o que realmente dita o seu comportamento.

Cosmovisão é um compromisso, uma orientação fundamental do coração, que pode ser expresso como uma história ou num conjunto de pressuposições (suposições que podem ser verdadeiras, parcialmente verdadeiras ou totalmente falsas) que sustentamos (consciente ou subconscientemente, consistente ou inconsistentemente) sobre a constituição básica da realidade, e que fornece o fundamento no qual vivemos, nos movemos e existimos (2018, p 179).

Sendo assim, considerar apenas a capacidade cognitiva, ou a compreensão racional como único fator para que o ser humano possa mudar seu modo de vida é um equívoco. É necessário considerar a fé que os move.

4 Fé e razão

O dualismo fé e razão é um tema antigo, datado da Escolástica, que teve como marco de início o fechamento das escolas pagãs em VI e seguiu até XIII, com a formação das universidades pela igreja católica. Reale (1990, p.482) afirma que Fé e Razão, é um “binômio [que] pode indicar o programa de pesquisa fundamental da escolástica”. Este período contou com nomes importantes como Escoto de Eriúgena que desenvolveu a primeira teoria sobre a razão em função da fé, demonstrando uma utilização da compreensão racional para levar a pessoa a crer. Neste caso, a fé é a crença no cristianismo. O segundo grande nome, chamado de “o primeiro escolástico autêntico” é Anselmo de Aosta (Reale, 1990, p.495). Segundo Reale (1990, p.495) “todo pensamento de santo Anselmo é dominado pela ideia de Deus. Essa questão baseia e unifica suas investigações.” Por isso, entendemos que este grande filósofo é exemplo para como devemos lidar com uma sociedade que tem fé em sua cultura, mas ainda, precisa considerar esse aspecto no processo projetual, ter a sua razão em função da fé para, então, viver uma genuína mudança de comportamento.

4.1 O exemplo de Anselmo de Aosta

A argumentação de Anselmo sobre a existência de Deus é tão forte que repercute até hoje. Filósofos modernos revisitaram sua construção lógica e desenvolveram o raciocínio em suas próprias formações filosóficas. O seu trabalho em *Proslogion* é onde ele formula seu argumento ontológico da existência de Deus *a priori*. Esta produção filosófica divide opiniões, enquanto Reale defende que Anselmo colocava a razão acima da fé (Reale, 1990, p.515), John Frame (2023) afirma que a fé era pressuposto para a razão.

Por sua vez, Reale diz que Anselmo não foi confessional o suficiente em seus escritos, porém esquecem que o estilo literário dele era uma oração. Tal qual Agostinho, outro filósofo católico, suas perguntas são feitas para Deus e a resposta é dada em textos bíblicos. Apesar de seus textos dizerem que o leitor era “o homem que diz em seu coração que não há Deus” ainda assim, a população da época era culturalmente um povo de fé. Eles compreendiam o que Anselmo dizia, pois também criam.

Anselmo é um exemplo de filósofo que se comunicou com o povo de sua época com argumentos lógicos sem menosprezar a fé, que havia tanto nele quanto na sociedade de sua época. Tal como ele, a produção das universidades de hoje não pode ignorar que sua produção intelectual é, em última instância, para uma sociedade que crê. Guardadas as devidas proporções, o Brasil do século XXI tem uma forte cultura de fé que repercute em seu modo de vida. Os designers de hoje não podem negar e, menos ainda, trabalhar apenas baseado na capacidade de compreensão e exposição argumentativa para convencer o povo de seus “pecados” de consumismo.

4.2 Sustentabilidade para os que creem

Mas que tipo de fé estamos lidando? A definição de cosmovisão usada anteriormente afirma que podem existir cosmovisões falsas, parcialmente falsas e verdadeiras. Sendo assim, não é todo pressuposto sobre a realidade que é confiável. Vejamos três possibilidades de compreensão da realidade baseada em cosmovisões a seguir. O primeiro e o segundo consideram o mundo atual como única fonte de vida, e tomam caminhos diferentes. Por fim, apresentamos a cosmovisão Cristã, majoritária no país, que possui base não apenas na interação do ser humano com a natureza, mas também com o direcionamento autoritativo da Escritura Sagrada.

4.2.1 O medo da morte

Diante de tantos fatos alarmantes sobre a situação ambiental, as pessoas podem desenvolver um estado de desespero. O medo da morte domina seu pensamento, pois o sentido de sua existência está apenas neste mundo. Além disso, o imaginário popular foi alimentado diuturnamente por

cenários apocalípticos, especialmente através dos compromissos religiosos e de visões geralmente deturpadas de uma escatologia cristã. Dessa forma, essas pessoas enxergam a natureza como um recurso escasso que pode acabar a qualquer momento e precisa ser poupado a qualquer custo. A continuidade da vida humana na Terra depende da preservação da natureza. Se extremada, essa visão pode levar à ideologia do ecocentrismo, em que se coloca a natureza como prioridade em detrimento do homem (Sampaio et al. 2018).

Nessa perspectiva, o designer irá dar prioridade ao uso de materiais e processos sustentáveis acima da usabilidade, estética e ergonomia, outros aspectos da realidade que se voltam ao conforto do ser humano. Além disso, é utilizada as abordagens de “ensino para a sustentabilidade” como reforço da propagação das informações a fim de convencer o consumidor sobre o estado de crise climática e social. Espera-se, com isso, uma mudança do comportamento para hábitos mais sustentáveis.

4.2.2 A inconsequência

Por outro lado, a criação pode ser vista como uma fonte de sobrevivência a ser usada indiscriminadamente. Não há um medo da morte, mas sim, uma ideia de aproveitamento ao máximo das condições existentes em busca da boa qualidade de vida, da felicidade e conforto material. Nesse sentido, o mundo é visto como um recurso natural, uma matéria-prima, uma fonte infinita e que sempre estará disponível e ao alcance. Tais pessoas tendem a não acreditar na degradação da natureza e vivem em busca da satisfação terrena acima de todas as coisas.

Esta visão não é só profundamente antropocêntrica, mas presume que a natureza está a serviço do progresso, que levaria a humanidade à felicidade. E se antes vimos o impacto de uma escatologia deturpada, aqui o equívoco pode ser traçado ao mandato de domínio e cuidado apresentado no Gênesis, que foi usado ao longo dos séculos para demonstrar a superioridade do ser humano sobre a criação.

4.2.3 A obediência

Por fim, o terceiro caminho que observamos é quando a cosmovisão bíblica (criação, queda e redenção) orienta a forma de vida. Conscientes de que toda a realidade é fruto da obra de Deus, há obediência aos mandatos do Senhor em cultivar e guardar a terra (Bavinck, 2021). Além disso, também assume-se que o pecado afetou todas as coisas e não se nega a existência da degradação da natureza e da sociedade. Isso pode ser percebido na teologia paulina, onde a criação é apresentada como agonizante, ou “como se sofresse dores de parto” (Romanos 8,22), por conta do aspecto caído advindo da queda. O texto bíblico reforça inclusive que há conhecimento sobre a situação da natureza. Então, se sabemos, temos consciência de que não é apenas o homem, mas o meio ambiente, as relações sociais e tudo que as engloba que estão degradadas.

Entretanto, existe uma expectativa messiânica de restauração; no próprio texto citado, a regeneração é obra do Messias e executada em seu retorno. Isso reorienta como alguém que, tendo uma visão de mundo fundamentada na visão cristã, deveria buscar agir sustentavelmente. Em vez de uma apatia que apenas espera, o cristão deveria aguardar a restauração de todas as coisas enquanto se vive uma vida de obediência a Deus. Essa esperança não os deixa entrar em desespero, assim como não coloca sua satisfação nas coisas deste mundo. Àqueles que creem, vivem sem o medo do fim do mundo, mas também sem abuso da natureza. O seu comportamento está relacionado à obediência de uma vida de preservação da realidade. Sendo possível desenvolver a cultura material, oferecer bem-estar à sociedade, pensar novas tecnologias sem descuidar da natureza.

Diante dessas três possibilidades de comportamento a partir da cosmovisão, é possível traçar estratégias de conscientização, assim como, produzir artefatos em design considerando não apenas a racionalidade humana, mas também o seu compromisso fiduciário. Haja vista que o Brasil é predominantemente cristão, o designer precisa atuar condizente com o seu público alvo. Nesse sentido é que fazemos as considerações finais, a seguir.

5 Considerações finais

Não são apenas os exemplos citados no decorrer deste texto que demonstram a “colcha de retalhos” que é o pensamento filosófico no design. Muitos outros casos poderiam ser pontuados demonstrando que as práticas metodológicas e ferramentas utilizadas pelos designers são em última análise conflitantes entre si. Ou ainda, que dão ênfase a aspectos e ignoram outros. Como consequência dessas antigas crenças acumuladas, identificam-se problemas no modo de fazer design.

O breve panorama das filosofias antigas nos fazem concluir que: o que se retém de Heráclito e seus contraditórios é uma visão de impossibilidade de harmonização entre os entes. Ao tratar a realidade como paradoxal, estimula-se o pensamento de que é impossível ser sustentável e ter bem-estar. Ou ainda, de ter que escolher entre o esteticamente belo e o correto para o meio ambiente. Por sua vez, a divinização aristotélica da razão condiciona as virtudes humanas à capacidade cognitiva. Então, quem não é bom é porque não tem conhecimento. Esse é um tipo de pensamento insuficiente atualmente, pois ignora a influência da cosmovisão sobre o comportamento humano. O terceiro exemplo do binômio forma e função, demonstra a influência da Teoria das Ideias de Platão e é explicitamente neoplatônica. Mesmo que alguns digam que essa discussão foi superada, ainda há vestígios em todo mundo do binômio forma e matéria. Isso inclui o design e sua necessidade constante de definir qual aspecto do produto será critério para avaliação do projeto. E na maioria das vezes, não é o processo de produção sustentável. Por fim, Diógenes e sua desesperança nas instituições humanas revisita um subjetivismo muito encontrado na modernidade. Onde, encontrar a felicidade em si e na natureza é o lema. No entanto, a característica de radicalismo desse filósofo é também vista na posição da ecologia profunda que coloca a natureza acima do homem. Diante da busca extrema por bem-estar e conforto, essa posição se impossibilita na sociedade atual.

Se os argumentos acima demonstram a influência das filosofias ao longo do tempo no design, o terceiro tópico deste critica a posição cética do designer em relação ao seu público-alvo. Demonstrando que aqueles que consomem o fazem conforme seus compromissos ideológicos. Sendo, então, o Brasil um país religioso, deve-se considerar a sua cosmovisão, que hoje é majoritariamente cristã.

No caso exemplificado, da sustentabilidade, antes de tudo, o designer precisa compreender que trabalha com um mundo complexo e para um usuário que crê. Para uma sociedade religiosa, como a brasileira, não se pode fazer design sustentável esperando que haja mudança de comportamento apenas pela argumentação lógica, ou pela exposição da informação. Assim como o designer é guiado pelos seus compromissos fiduciários, o consumidor também o é. Por isso, é preciso projetar considerando o público alvo que se tem. Sem deixar a fé de lado, mas utilizando-se da razão de modo adequado à primeira.

Encerramos, assim, considerando importante que pressupostos filosóficos que já foram refutados sejam superados e uma abordagem própria do design seja elaborada. Desse modo, o campo pode se desenvolver criando meios para solução de problemas visando o real consumidor final.

Por fim, ressaltamos que há espaço para demonstrar como essas e outras filosofias respondem ao design hoje. Assim como, demonstrar outras discussões que precisam ser revisitadas a fim de

identificar sua filosofia base e questionar sua validade para o campo do design. Há ainda que se considerar os falsos pressupostos em que se baseiam a sociedade brasileira.

Referências

BAVINCK, H. **As maravilhas de Deus: instrução na religião cristã de acordo com a confissão reformada**. Trad. David Brum Soares. Rio de Janeiro, RJ: Vida Melhor Editora, 2021.

BÍBLIA, A. T. Romanos. In: BÍBLIA. Bíblia Almeida Século 21. Tradução: João Ferreira de Almeida. São Paulo: Vida Nova, 2010.

BONSIEPE, G. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

FRAME, J. **História da Filosofia e Teologia Ocidental**. São Paulo: Vida Nova, 2023. EPUB3.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Panorama do censo 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/indicadores.html?localidade=BR&tema=10> Acesso em: 14 de jun. de 2025.

MARTINS, F. **A Forma e A Função: Um Sistema de Legitimação no Modernismo**. Dissertação de mestrado. Faculdade de Belas-Artes da Universidade do Porto. 2010

REALE, Giovanni. **História da filosofia: Antigüidade e Idade Média**. Tradução. São Paulo: Paulus, 1990.

SAMPAIO, C. et al. **Design para a sustentabilidade: dimensão ambiental**. Ed. Curitiba: Insight Editora, 2018.

SAMPAIO, C. et al. **Design para a sustentabilidade: dimensão social**. Ed. Curitiba: Insight Editora, 2019.

SIRE, J. **O universo ao lado: um catálogo básico sobre cosmovisão**. Brasília: Monergismo, 2018.