

UNESP - UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FAAC - FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

Projeto De Conclusão Do Curso Design
Habilitação Em Design Gráfico

DESIGN E INOVAÇÃO SOCIAL:
EDIÇÃO DE UMA FANZINE ABORDANDO O CONSUMISMO E A CONSCIENTIZAÇÃO
DOS SEUS IMPACTOS AMBIENTAIS EM BUSCA DE UMA CONDUTA DE CONSUMO E
DESCARTE RESPONSÁVEIS

GABRIELA GARCIA FONTOURA

Bauru - SP
2018

Resumo

Diante da depreciação ambiental, este projeto faz uma reflexão sobre a sociedade do consumo, o capitalismo e sua insustentabilidade. Busca-se, através da investigação de soluções alternativas de consumo e do design de uma linguagem gráfica, colaborar na transição de uma cultura de consumismo desenfreado para uma de consumo consciente e sustentável de acordo com a capacidade dos recursos do planeta terra. Tendo como resultado prático, baseado nos conceitos da permacultura, o desenvolvimento de uma *fanzine* a fim de promover a popularização de uma conduta minimalista e de conservação da natureza.

Palavras-chave: Consumismo, Consumo Sustentável, Fanzine

Abstract

Faced with environmental depreciation, this project reflects on the consumption society, capitalism and its unsustainability. Through the investigation of alternative solutions of consumption and the design of a graphic language, we seek to collaborate in the transition from a culture of unbridled consumerism to a consumption of conscious and sustainable consumption according to the capacity of the resources of planet earth. Having as a practical result, based on the concepts of permaculture, the development of a fanzine in order to promote the popularization of a minimalist conduct and conservation of nature.

Keywords: Consumerism, Sustainable Consumption, Fanzine

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a minha família, Messias, Cris e Gui que me apoiaram durante toda a vida até aqui, e me incentivaram a não desistir do curso. Aos amigos que fizeram parte dessa trajetória, todos que puderam me ouvir e me ajudaram de alguma forma na execução do projeto, meus professores (e também tio) Márcio, Joedy, Ana Bia, Mônica. E em especial ao Lucas, meu noivo, que esteve presente nos dias de altos e baixos dessa reta final de TCC, obrigada meus queridos.

SUMÁRIO

1. Introdução.....	5
2. Vida para o consumo.....	6
2.1. Obsolescência Programada: O desperdício.....	9
2.2. Conscientização e Impacto ambiental.....	10
3. Mudança de Hábitos.....	11
3.1. Logística Reversa.....	12
3.2. 5 R's:.....	13
3.2.1. Repensar.....	13
3.2.2. Reduzir.....	13
3.2.3. Recusar.....	13
3.2.4. Reutilizar.....	13
3.2.5. Reciclar.....	13
3.3. Economia Compartilhada.....	14
3.4. Permacultura e Ecovilas.....	14
4. Design e Inovação Social.....	15
4.1. Fanzine.....	16
5. Materiais e Métodos.....	16
5.1. Projeto.....	16
5.2. Composição Gráfica.....	17
5.2.1. Ilustrações.....	17
5.2.2. Colagens.....	20
6. Considerações Finais.....	25
7. Referências.....	26

1. Introdução

O consumo faz parte do cotidiano de todos, ao precisar adquirir produtos e serviços que atendam as mais diversas necessidades. A partir da Revolução Industrial, com a agilização da fabricação das mercadorias, a produtividade aumentou, e com tanta oferta, os produtos e processos de produção foram barateados, possibilitando que pessoas mais pobres tivessem poder para consumir o que antes era restrito apenas aos mais ricos.

Sendo marcada pela desigualdade social, na sociedade capitalista atual, há uma pretendida ascensão de classe por parte dos indivíduos, que anseiam as posses e estilo de vida de pessoas com maior representação social, que acabam por consumir além do realmente necessário, diversos itens simbólicos para satisfazer necessidades supérfluas incentivadas pelas meios de comunicação de massa. Assim, empregos são gerados para atender essa demanda por consumo e o aumento de renda gerado, é utilizado para consumir mais.

Porém, devido a esse maior nível de consumo, o crescente aumento da população mundial, mais matéria-prima é extraída do meio ambiente, de forma mais rápida do que o planeta pode repor, caminhando para o esgotamento dos recursos naturais, ameaçando a sobrevivência humana futura e já observando-se extinção de diversas espécies e iminente colapso ambiental, causada pelo consumismo. Considerando que o consumo gera resíduos, do próprio produto, na produção, transporte e embalagens, que descartados de maneira incorreta acumulam-se, poluindo o solo, ar e lençóis freáticos.

A partir disso, este projeto tem como objetivo propagar importância de uma mudança cultural de hábitos necessária para transição de uma cultura de consumismo desenfreado para uma de consumo sustentável e produção responsável, conciliando as necessidades da nossa geração com a das gerações posteriores, viabilizando a sustentabilidade da humanidade a nessa sociedade. Através da edição de uma *fanzine* pretende-se utilizar o Design como ferramenta projetual e informacional para uma inovação social, despertando o interesse e engajamento das pessoas pela conservação ambiental. Apesar da característica histórica das fanzines, como produções independentes que costumavam ser copiadas e distribuídas em meio impresso, em tiragens de baixa circulação. A fim de evitar o consumo de recursos para impressão e geração de produtos físicos, este projeto será disponibilizado digitalmente ao público através de um produto audiovisual.

2. Vida para o Consumo

O ser humano é motivado a atender suas necessidades, assim que são atendidas, busca-se satisfazer necessidades ainda mais complexas, que são infinitas, nunca existindo um estado de satisfação completa. É principalmente através do consumo de bens e serviços que as atendemos



Figura 1: Pirâmide de Maslow: organiza de forma hierárquica a Teoria das Necessidades Humanas desenvolvida pelo psicólogo norte-americano Abraham Maslow.

Apesar de sempre ter existido, o consumo não é mais uma questão de sobrevivência física como era quando os homens eram caçadores e coletores, agora é parte que estrutura e organiza a vida social das pessoas.

Se antes o local no qual se nascia determinava praticamente todo o seu futuro, a partir das revoluções industrial e francesa, Bauman (2001), sociólogo contemporâneo, afirma que a modernidade busca se desfazer das estruturas sociais e estilos de vida, nos classifica como indivíduos na fase líquida, que por definição, é instável, com grande mobilidade, ocupando formas de modo passageiro.

Isso significa que os indivíduos, as relações estabelecidas entre eles mesmo e as definidas entre as instituições não tem mais uma forma rígida e duradoura, tomamos a forma que o mercado capitalista nos obriga a tomar. Nesse sistema, expansivo e acumulativo, que encontra equilíbrio entre oferta e demanda através da livre circulação de capital, produtos e pessoas, de preferência sem intervenção estatal, a compra e venda das mercadorias

organizam a vida social da sociedade, a hierarquização e o reconhecimento social passam a ser definidos pelo consumo. Por estarem inseridos nesse sistema, os indivíduos são obrigados a participar do mercado para sobreviver, precisam vender alguma coisa para conseguir algum dinheiro e depois conseguir comprar coisas que atendam suas necessidades, das mais básicas (base da pirâmide), até as mais complexas (topo).

Ao longo da história, desenvolveu-se uma série de tecnologias que facilitam os processos para atender essas necessidades, possibilitando a industrialização, quando as indústrias passaram a produzir em maior velocidade e quantidade, aumentando a quantidade de mercadorias.

Sem meios de produzir seu próprio produto, os trabalhadores participam do mercado vendendo a sua força de trabalho, que é tudo o que possuem. Pela grande oferta, enfrenta-se uma intensa competição, para se destacar e ser contratado, tudo depende de consumir os produtos certos para fazer uma boa propaganda de si mesmo, valorizando sua imagem para se vender por um salário maior. As pessoas

[...] são aliciadas, estimuladas ou forçadas a promover uma mercadoria atraente e desejável. Para tanto, fazem o máximo possível e usam os melhores recursos que têm à disposição para aumentar o valor de mercado dos produtos que estão vendendo. E os produtos que são encorajadas a colocar no mercado, promover e vender, são elas mesmas.

(BAUMAN, 2008, p. 13)

Por isso, se entende que só é possível desenvolver habilidades, estilo de vida, de se vestir, de se portar em público, de expressar identidades e personalidades através do que é consumido e se possui, para depois ser consumido pelo mercado de trabalho.

Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar e ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável.

(BAUMAN, 2008, p.20)

A lógica da mercadoria altera não só a construção das identidades das pessoas, mas na relação entre elas, muda o modo de como veem a si mesmas e de como projetam a sua imagem para os outros. Transformamos tudo em objeto de consumo, não apenas no mundo do trabalho, mas em todos os aspectos da vida, inclusive nos relacionamentos amorosos.

Essa fluidez das relações, cria uma cultura imediatista, na qual tudo é feito a curto prazo, os desejos e necessidades precisam ser satisfeitos o

quanto antes, afetando diretamente o nosso jeito de consumir. Com vínculos tão frágeis, não se favorece a elaboração de projetos de vida, e nada que for de longo prazo. Tudo está em constante transformação. Os indivíduos passam a ser os seus únicos referenciais na condução das tarefas cotidianas, podendo ter o exemplo e se comparar apenas com outros indivíduos, assumindo todas as consequências de suas escolhas. O modo de vida deixa de ser algo predeterminado que se herda da estrutura social como era visto anteriormente, e agora é entendido como um projeto individual de autodeterminação compulsivo e obrigatório.

Para o sociólogo Jean Baudrillard, os objetos, e os usos a eles atribuídos, são signos de uma pretendida ascensão social, uma necessidade de pertencimento a um grupo. Pela lógica capitalista, essa é a força motriz que permite as realizações e declara o consumo como elemento de progresso. Se uma classe inferior consegue ter acesso a um bem (objeto, vestuário, uma moda) que era exclusiva de uma classe superior, esse objeto é então substituído. A satisfação da necessidade daquele indivíduo mais abastado é facilmente superada, mas não a da classe inferior. Dessa forma, a moda se torna um fator de inércia social dada a rápida atualização que ela exige, criando a ilusão de mudança e progresso.

[...] Todas as sociedades desperdiçaram, dilapidaram, gastaram e consumiram sempre além do estrito necessário, pela simples razão de que é no consumo do excedente e do supérfluo que tanto o indivíduo como a sociedade, se sentem não só existir, mas viver.

(BAUDRILLARD, 2008, p. 38)

Com a globalização da informação, a internet e a facilidade na comunicação as mudanças nas maneiras de consumir alteraram completamente a forma de exercício da cidadania, segundo Canclini (1998), estamos imersos em um universo de produtos culturais cada vez mais vasto, vindos de todas as partes do mundo. Se tornou muito fácil se conectar e também se desconectar das pessoas, o que

[...] acarreta mudanças não só na forma de consumir cultura, mas também, e principalmente, no imaginário dos cidadãos, na forma como eles se reconhecem enquanto pertencentes a uma nação, a uma cultura, a uma dada realidade, uma vez que os conteúdos midiáticos influem na construção da identidade.

(CANCLINI, 1998, p.203)

As redes sociais são um sintoma que pode ser visto da lógica do consumo, segundo Bauman, são vitrines, onde as pessoas expõe a si

mesmas, abrindo mão de suas privacidades para fazer um marketing de si mesmas, cada curtida é vista como uma validação.

Para se manterem nessa posição, os indivíduos são impulsionados a continuar consumindo os produtos que os mantêm valorizados, mercadorias que agregam valor a sua imagem, evitando a hostilização pelo restante do grupo que se pretende pertencer. Portanto, entende-se que é através da renovação dos bens consumíveis supérfluos que se distingue e se exclui socialmente os demais que não possuem o poder econômico que possibilite o consumo de determinados bens.

Com tantos produtos e serviços disponíveis, através da publicidade e propaganda, os meios de comunicação em massa, em suas diferentes mídias, instigam o desejo das pessoas de consumir. A chamada indústria cultural (ADORNO, 1978), tem por finalidade produzir bens de cultura, como filmes, programas de TV, músicas, portais da internet, livros e revistas, como mercadorias e estratégia de controle social que padronizam o gosto dos indivíduos receptores dessas mensagens e impulsionam o consumo através da indução na preferência de certas mercadorias e também, ideologias, se mostrando uma importante forma de dominação social. Esse sistema amplificou a quantidade de empregos atendendo a demanda para satisfação de necessidades que não eram assim tão indispensáveis outrora.

As mercadorias são feitas para serem vendidas e não para satisfazer necessidades, são criadas para satisfazer a demanda de mercadoria que precisa ser consumida para gerar lucro para a elite política e econômica, que sendo detentora da tecnologia, emprega os meios de comunicação para impedir que os indivíduos tomem consciência (de classe) percebendo sua condição desfavorecida no panorama da desigualdade social.

2.1 Obsolescência Programada: O Desperdício

Diante da crise econômica de 1929, observou-se uma baixa circulação de mercadorias e um grande estoque de produtos que aumentavam a situação de crise, constatou-se que essa redução do consumo estava diretamente ligada com a durabilidade dos produtos, então o mercado passou a produzir bens com menor longevidade e resistência, estimulando os compradores a descartar ainda mais rapidamente os produtos e consumir novamente, devido a demanda, o serviço deles é valorizado e torna-se mais lucrativo.

Esse fenômeno continua em prática atualmente, é chamado de obsolescência programada. Para produzir produtos intencionalmente de curta duração, usam mais matéria-prima, água e energia, que poderiam ser poupadas. Ao mesmo tempo que nos fazem gerar muitos resíduos, não só

por causa dos produtos obsoletos e descartáveis, mas durante a produção, no transporte, e com o descarte, liberando componentes tóxicos.

Ao longo de toda a história da humanidade, graças ao avanço tecnológico e científico, nunca fomos tão produtivos. Entretanto, a expansão proporcionada por esse sistema tem entrado em choque com a biocapacidade do planeta de sustentar a vida humana. Para sustentar esse modo de vida consumista, são extraídos recursos naturais usados na produção de coisas que são vendidas e logo são substituídas por outras coisas, porque de repente deixam de ser úteis para nós, então jogamos fora e compramos outras.

Apesar de tamanha abundância, muitos países ainda enfrentam problemas para sustentabilidade básica da vida, como a fome. Ao mesmo tempo que cerca de 30% da produção mundial de comida é descartada por ano, aproximadamente 1,3 bilhões de toneladas são descartadas, apontam dados da FAO¹, quantidade até difícil de figurar.

Grande parte da produção estraga após a colheita, antes mesmo de chegar aos supermercados, pois a produção é feita longe do consumidor final, o que também exige um gasto que poderia e deveria ser evitado com transporte e juntamente, combustíveis fósseis. Problemas infraestruturais como esse poderiam ser sanados pelas novas tecnologias.

2.2 Conscientização e o Impacto Ambiental

A sociedade ainda não atingiu um nível organizacional para a destinação correta dos descartes e a divisão justa e igualitária dos excedentes gerados pela força de trabalho dos indivíduos. Os fluxos de investimento continuam concentrados nas mãos dos detentores dos meios de produção, e estes investem na continuidade desse sistema. Aparentemente despreocupados com o futuro, continuam desrespeitando o ciclos naturais da Terra, tratando a natureza como matéria prima inesgotável, na crença de que as consequências só fossem atingir as gerações futuras. Por sua vez, os desastres ambientais, tempestades e enchentes se mostram intensos, trazendo as consequências da vigente cultura de consumo exacerbado e deterioração ambiental.

Na busca por desenvolvimento e lucro imediato, muitas empresas desrespeitam as legislações ambientais e exploram o meio ambiente sem se importar com as consequências dessa exploração, causando diversos problemas ambientais no espaço agrário. Entre esses problemas, destacam-se o desmatamento de áreas de vegetação para abrir espaço para pastagem e plantação de monoculturas em geral, sem rotatividade de cultura

¹ Organização da ONU para Agricultura e a Alimentação

que provocam a degradação do solo, deixando-o desertificado, sem nutrientes necessários para outras colheitas, além do esgotamento dos mananciais devido aos sistemas de irrigação mal pensados e consumo rápido e excessivo de produtos que necessitam de grande quantidade de água, como por exemplo a indústria bovina, somando-se também o enorme descarte de resíduos contaminando o solo, o ar e a água, causando grande perda de biodiversidade.

O planeta possui mais de 7 bilhões de humanos vivendo na terra, e com o aumento crescente da população, o nível de consumo, a extração de recursos e a quantidade de resíduos descartados só cresce. Sem dar um destino correto, os resíduos todos misturados se tornam um amontoado de lixo que vai parar nos lixões, aterros sanitários, rios e oceanos, intoxicando o meio ambiente. Marques (2015) aponta que se continuarmos nesse mesmo ritmo, nas mesmas condições de má distribuição de renda, entraremos em um colapso ambiental.

O autor destaca processos que notabilizam a deterioração da natureza, como a grande concentração populacional nos centros urbanos e a busca por cargos executivos revelando o afastamento das pessoas para com a natureza e a desvalorização de se viver no natural. O aumentando da degradação das florestas, o declínio dos recursos hídricos, a degradação do solo, a insegurança alimentar com o agravamento da pressão demográfica, a falta de saneamento básico, a destinação incorreta do lixo, que poluem os lençóis freáticos, a continuidade do uso de combustíveis fósseis (não renováveis), poluindo a atmosfera e agravando o aquecimento global por fim diminuindo a biodiversidade terrestre e marinha.

3. Mudança de Hábitos

A falha dos governos e do mercado em transmitir os sinais do esgotamento dos recursos naturais e a degradação ambiental anteriormente, isolou os cidadãos da necessidade de desenvolver estilos de vida menos esbanjadores e mais auto-suficientes. Demorou para percebermos os estragos do mal uso da natureza e suas riquezas, e mesmo sabemos dos impactos, empresas continuam com suas produções, pois tem quem as compre, e gere lucro.

A medida que o cidadão se torna mais exigente, se conscientizando de que deve consumir de maneira responsável, gerando uma demanda por produtos mais naturais e pressionando os dirigentes para que aprovem medidas de controle danos, e incentivos fiscais para estimular a venda de produtos reciclados, assim os produtores se verão obrigados a produzir, embalar e transportar de outra forma para se manterem competitivos e regulares.

Então, é preciso reforçar a importância de que cada indivíduo, na condução de suas atividades diárias, considere os danos causados no meio ambiente, para a

solução da crise ambiental é necessário que todos reduzam o ritmo de consumo em todos os aspectos, e destinem corretamente os seus resíduos orgânicos e inorgânicos, garantindo para que o ecossistema, a natureza, nosso recurso essencial, seja poupada.

Algumas pessoas buscam o veganismo como uma forma de viver que busca excluir, na medida do possível e do praticável, todas as formas de exploração contra animais, seja para a alimentação, para o vestuário ou para qualquer outra finalidade.

Porém, considerando que a mudança de hábitos está diretamente ligada com o nosso sistema econômico, e que nesse contexto, os orgânicos produzidos pela agricultura familiar, seguem enfrentando maiores taxações, é fato que as classes sociais menos abastadas têm o poder de escolha reduzido e menor acesso à informação, é compreensível que esse estilo de vida ainda não seja acessível a todos.

No entanto, mesmo com acesso à informação, muitos ainda ignoram a responsabilidade do impacto ambiental do seu consumo. Apesar de alimentos naturais não exigirem embalagens poluentes, pois já são providos de cascas que os protegem, não é difícil encontrar nos supermercados, frutas com embalagens desnecessárias ou já descascadas e picadas em embalagens plásticas, o que demonstra irresponsabilidade e despreocupação com a poluição, por parte dos produtores e também dos consumidores.

3.1 Logística Reversa

O sistema de logística reversa é um dos pontos mais importantes da Política Nacional de Resíduos Sólidos do Brasil, propõe o compartilhamento da responsabilidade pelo ciclo de vida dos produtos entre os fabricantes, comerciantes, poder público e também os consumidores.

Espera-se que o consumidor separe os resíduos em seus cestos de lixo, de acordo com o material que é composto, e que o poder público certifique que os comerciantes e fabricantes estão recolhendo suas embalagens e produtos inutilizados e destinando a reciclagem ou incineração. A lei Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010, e seu regulamento, Decreto Nº 7.404 de 23 de dezembro de 2010 prevê a logística reversa para seis tipos de produtos, cujo descarte incorreto causam os maiores danos ao meio ambiente e põe um risco ainda maior a saúde da população, são eles os pneus, lâmpadas, produtos eletroeletrônicos, agrotóxicos, óleos lubrificantes pilhas e baterias. É por isso que existem postos de coletas de pilhas em locais que vendem pilhas, por exemplo.

Apesar da lei não incluir o plástico, esse material também tem se mostrado um dos maiores vilões na crise ambiental. A maioria dos tipos de plástico utilizado pelas indústrias ao redor do mundo são feitos a partir de combustíveis fósseis, e poucos são fungos e bactérias são capazes de degradá-lo, fazendo com que demore séculos para se decompor na natureza.

Além das taxas de reciclagem serem baixíssimas, pois muitos produtos e embalagens são compostos com diferentes materiais, com diferentes métodos de reciclagem, e grande parte das cidades não tem tecnologia para poder separá-los, tornando o processo às vezes mais caro do que fabricar uma mercadoria nova, por isso ele tem se acumulado em grande quantidade na natureza.

3.2. Política dos 5 R's

Para praticar um consumo consciente e responsável, manifesta-se a política dos 5 R's (Repensar, Reduzir, Recusar, Reutilizar, Reciclar), desenvolvida e reconhecida por diversos ambientalistas, prioriza a redução do consumo e o reaproveitamento dos produtos em relação à sua própria reciclagem. Pois muitos objetos são difíceis de reciclar por serem feitos de diferentes materiais, e grande parte das cidades não possuem tecnologia suficiente para separá-los.

3.2.1. Repensar - a real necessidade do produto para você, analise o que comprar avaliando a produção, no que se refere a extração e a qualidade da matéria-prima, preferindo produtos mais duráveis e naturais que não precisem de embalagem, ou priorizando os que possuem um design que facilite seu reuso e sua reciclagem. Analisando também as condições de trabalho que os produtores oferecem aos trabalhadores e as formas de distribuição do produto.

3.2.2. Reduzir - a quantidade de resíduos que descartamos, consumindo apenas o que é realmente necessário, cortando o consumo de coisas supérfluas, que utilizamos muito pouco, por pouco tempo e que poderiam ser substituídas por outras opções mais duráveis. Compartilhar e alugar produtos é uma boa forma para reduzir o descarte de resíduos.

3.2.3. Recusar - produtos que causem danos ao meio ambiente e as pessoas, procurando alternativas semelhantes que sejam mais sustentáveis e também atendam suas necessidades. Prefira produtos locais que não precisaram ser transportados por longas distâncias, sem embalagens desnecessárias, sacolinhas plásticas, canudos e quaisquer produtos de uso rápido e descartável.

3.2.4. Reutilizar - produtos e embalagens, fazendo uso de refis, priorizando embalagens e sacolas retornáveis. Dando uma nova utilidade ao que não usa mais, utilizando métodos de modificação, construção e reparação de coisas sem a ajuda direta de especialistas

ou profissionais. Graças ao aumento da circulação de informações proporcionado pelo avanço das tecnologias da comunicação, não é difícil encontrar soluções criativas para “fazer você mesmo”.

3.2.5. Reciclar - apenas o que não puder ser reaproveitado, como última opção, limpe as partes orgânicas do lixo seco reciclável antes de separá-los de acordo com o seu material no descarte (vidro, papel, plástico, metal) para facilitar a coleta seletiva. Os resíduos orgânicos (casca de frutas, folhas, podas, café) podem ser compostados, já os resíduos rejeitos (fraldas, absorventes, cotonetes) não são recicláveis e vão para os aterros sanitários, que estão cada vez mais lotados

3.3. Economia compartilhada

Trata-se de uma mudança cultural que impacta a forma como vivemos e, principalmente, fazemos negócio. Em detrimento do modelo vigente onde temos a exclusiva posse dos produtos, esse novo jeito de consumir é focado em usufruir do serviço de maneira temporária, o que vai contra a essência do capitalismo de acumulação de bens. O compartilhamento de recursos nos leva a uma redução da posse, porém não reduz o desejo do consumo, mas pode ser entendido como um passo na condução do hiperconsumo para uma conduta mais consciente e minimalista.

3.4. Permacultura e Ecovilas

Ao observarem a degradação de alguns sistemas naturais, na Austrália, o naturalista Bill Mollison juntamente com o estudante David Holmgren, selecionou outras formas de ocupação humana no planeta, outros modos de produzir alimentos, fibras, materiais de construção e combustível de modo que não seja destruidor e impactante aos ecossistemas, mas sim, harmônico. O termo Permacultura surgiu como direcionamento para uma agricultura permanente, capaz de sobreviver dentro dos limites ecológicos. Pois “sem uma cultura permanente não existe a possibilidade de uma ordem social estável.” Propondo como pilares éticos da permacultura: cuidado com a natureza; cuidado com as pessoas; partilha dos excedentes e fixação de limites ao crescimento populacional e ao consumo.

Através do design permacultural que trata-se da criação de sistemas de planejamento, projetando propriedades e comunidades, rurais e urbanas sistematizando ciclos sustentáveis, de modo que proporcionem o melhor aproveitamento, abundância e qualidade, suprindo as necessidades dos seres humanos, tais como alimentação, acesso à água potável, saúde, tecnologia, construções, energia, educação, finanças, economia, organização

comunitária, jurisdição e política, entre outras, diminuindo o impacto ambiental.

Resgatando algumas práticas ancestrais, combinadas com tecnologias modernas, as técnicas foram adaptadas para atender as necessidades da atualidade, propondo o planejamento de ambientes sustentáveis, bioconstruções, uso racional da água, energias renováveis, sistemas agroflorestais que proporcionam a produção alimentar orgânica e ecológica e organização social participativa.

A mudança ocorre de forma gradual, a partir do momento que nos responsabilizamos pelo nosso lixo e buscamos alternativas para continuar atendendo nossas necessidades sem impactar tão negativamente nosso planeta. Quanto mais nos envolvemos com o propósito de sermos sustentáveis, mais alternativas vamos descobrindo para transformar a rotina, no jeito de consumir e descartar. Ao redor do mundo, algumas comunidades levam isso tão a sério que se dedicam a implementar e propagar as mudanças necessárias para viver em harmonia com a natureza, as chamadas ecovilas buscam se desenvolver a partir dessas e outras práticas que atendam as necessidades sem impactar tão negativamente o meio ambiente, tanto no meio rural como no urbano, verdadeiras inovações sociais.

4. Design e Inovação Social

O termo inovação social refere-se a mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades. Tais inovações são guiadas mais por mudanças de comportamento do que por mudanças tecnológicas ou de mercado, geralmente emergindo através de processos organizacionais ‘de baixo para cima’ em vez de daqueles ‘de cima para baixo’. (MANZINI, 2008, p. 61)

Assim, as inovações sociais promovem mudanças que visem melhorar a qualidade dos contextos de vida, através do engajamento de pessoas com interesses em comum, fortalecendo a colaboração humana no projeto de soluções que possam promovê-la. Sendo capazes de transformar os padrões de comportamento e propor novas normas culturais. “Por isso, seus projetistas veem as pessoas como possuidoras de necessidades, mas também de capacidades, estimulando-as a usá-las para promover o bem estar ativo e reforçar o tecido social” (MANZINI, 2008).

O processo de prover as necessidades das pessoas dentro dos limites ecológicos requer uma revolução cultural, na qual o design pode representar um importante papel, tanto no aspecto projetual, quanto no informacional. Para Gustavo Bomfim (1999) o Design como atividade de configuração de objetos e de sistemas

de informação materializa também os ideais e incoerências da sociedade tanto quanto anuncia novas possibilidades; e como práxis, participa da criação cultural, confirmando ou questionando a cultura: "[...] O Design tem assim natureza essencialmente especular, quer como anúncio, quer como denúncia".

4.1. Fanzine

Após essa pesquisa e aprofundamento no tema, decidi desenvolver uma *fanzine* de caráter independente e artístico que se propõe, resgatando os valores do “faça você mesmo”, colaborar para a transição de uma cultura de consumismo desenfreado para uma de consumo sustentável e produção responsável, conciliando as necessidades da nossa geração com a das gerações posteriores, viabilizando a sustentabilidade da humanidade. Mais do que nunca, uma mudança postural em relação ao consumo deve ser posta em prática. Valorizando o cuidado com o planeta Terra, cuidado com as pessoas, de partilha justa e responsabilidade comunitária, em oposição ao atual mau uso dos recursos e a vigente cultura do desperdício.

Segundo Magalhães (2011), *fanzine*, ou apenas *zine*, é um neologismo formado pela contração das palavras inglesas *fanatic* e *magazine*, em português o sentido seria algo como: revistas de fãs, que são publicações amadoras, produzidas por fãs e destinadas a outros fãs de algum determinado assunto ou tipo de expressão artística.

Esse formato também foi usado e se popularizou como uma forma de resistência política na América Latina devido aos regimes ditatoriais empregados. Foi adotado fortemente pelo movimento punk e atualmente, pode-se dizer que esse formato engloba todo tipo de publicação com baixa tiragem e sem o peso comercial de grandes publicações.

Uma das características mais importantes dos *fanzines* é que seus editores se encarregam de todo o processo de produção. Desde a concepção da ideia até a coleta de informações, a diagramação, composição, a ilustração, a montagem, a paginação, a divulgação, a distribuição e a venda, tudo passa pelo domínio do editor, que aprende a lidar com o produto jornalístico de uma forma global. O controle de todo o processo editorial, embora exija mais tempo e habilidade, dá ao editor maior liberdade de criação execução da ideia. (MAGALHÃES, 1993, p.7)

5. Materiais e Métodos

5.1. Projeto

Divisão em dois cadernos: “Consumismo e o Impacto Ambiental” e “Conscientização: Mudança de Hábitos”. Encadernação sanfonada, com páginas coladas umas nas outras e todas em uma estrutura de papelão reaproveitado.

5.2. Composição Gráfica

5.2.1. Ilustrações: As ilustrações finais foram feitas em guache, caneta nanquim e marcadores posca. Foram realizadas experimentações com pigmentos naturais, sendo utilizados apenas argila verde e páginas tingidas com caldo de feijão preto.



Fotos 2 a 5 : Arquivo Pessoal: Rascunhos



Fotos 6 a 8: Arquivo Pessoal: Ilustração



Fotos 9 a 12: Arquivo Pessoal: Ilustrações



Foto 13: Arquivo Pessoal: Ilustração

5.2.2 Colagens: Todos os materiais utilizados nas composições derivam de rótulos e embalagens de produtos de uso doméstico, folhas de rascunho reaproveitadas de antigos trabalhos, folhetos, jornais e revistas que seriam descartados, papéis coloridos Colorset, papel sulfite, e Canson 180g/m².



Foto 14 : Haram Kaur (referência)



Foto 15: Arquivo Pessoal: Colagem



Fotos 16 e 17 (referências) - Fonte: The Society Pages (Details magazine)



Fotos 18 e 19: Arquivo Pessoal: Consumimos para sermos Consumidos



Foto 20: Arquivo Pessoal : Colagem



Foto 21: Arquivo Pessoal: Colagem de objetos



Foto 22: Arquivo Pessoal: Ilustrações feitas para colagens



Foto 23: Arquivo Pessoal: Recortes de jornais e revistas



Foto 23: Arquivo Pessoal: Ilustrações recortadas



Foto 24: Arquivo Pessoal: Obsolescência Programada



Foto 25: Arquivo Pessoal: Produção do Stop Motion com Bruno e Natália

6. Considerações Finais

Ao longo do desenvolvimento, enquanto me aprofundava no assunto, pude aprender muito sobre consumismo e perceber melhor o meus próprios hábitos de consumo e promover mudanças positivas no meu estilo de vida, então, antes de tudo, todo o processo foi de grande crescimento pessoal. Foi uma boa oportunidade de abordar um tema livremente, o que também foi um desafio, para sintetizar todas as ideias. Pude ter uma reaproximação com a ilustração manual, algo que não praticava muito desde o início da graduação e explorar as colagens, que sempre tive interesse e até então tinha me aventurado pouco. Com o vídeo em *stop motion* acredito ter a satisfação de uma divulgação mais sustentável e com maior alcance que o meio impresso, finalizando com audiovisual, área que fez parte da minha graduação durante o período em que pude colaborar com o PET- RTV e aprender mais sobre comunicação. Espero que com a divulgação deste trabalho, possa fazer com que as pessoas reflitam a respeito do próprio consumo e que busquem promover mudanças para minimização dos danos ambientais, a princípio dentro da própria casa, e posteriormente espalhando essas ideias para familiares e amigos.

7. Referências

ADORNO, T.W; HORKHEIMER, M.. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. Em: Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978

BAUMAN, Z. (2008). Vida para o Consumo: A transformação das pessoas em Mercadoria. Rio de Janeiro, Zahar

BAUDRILLARD, Jean. Sociedade de Consumo. 2.ed. Lisboa: Edições 70, 2008.

BOMFIM, Gustavo Amarante. Coordenadas cronológicas e cosmológicas como espaço de transformações formais. In: COUTO, Rita Maria de Souza & Jefferson, Alfredo O. (org). Formas do Design - por uma metodologia interdisciplinar . Rio de Janeiro: 2AB & PUC-Rio, 1999

Bourdieu, Baudrillard e Bauman: O Consumo Como Estratégia de Distinção
<www.revistas.usp.br/novosolhares/article/download/51444/55511/> Acessado em setembro

CANCLINI, Nestor. Consumidores e Cidadãos. Brasil: UFRJ Editora, 2008.

Logística reversa

<<http://www.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/residuos-perigosos/logistica-reversa>>
Acessado em 05 de novembro de 2018

MAGALHÃES, Henrique. O rebuliço apaixonante dos fanzines. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2011.

MANZINI, Ezio. Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MARQUES, Luiz. Capitalismo e colapso ambiental. Campinas: Editora da Unicamp, 2015.

MOLLISON, B. Permaculture: A Designer's manual. Austrália. Tagari Publications, 1988.

SILVA, Thamires Olimpia. "Impactos ambientais causados pelo agronegócio no Brasil"; *Brasil Escola*. Disponível em
<<https://brasilescola.uol.com.br/brasil/impactos-ambientais-causados-pelo-agronegocio-no-brasil.htm>>. Acesso 12 outubro de 2018

Política dos 5R's <<http://www.mma.gov.br/informma/item/9410>> Acessado em setembro

Foto 16 e 17

<<https://thesocietypages.org/socimages/2009/04/06/women-as-items-for-conspicuous-consumption/>> Acessado em 20 de outubro