

NOME: NAJLA MIRANDA MOUCHREK

TÍTULO: O DESIGN COMO AGENTE DE TRANSFORMAÇÃO E PROMOÇÃO DA CULTURA DE SUSTENTABILIDADE ENTRE ADOLESCENTES – etapa inicial

AUTORES: NAJLA MIRANDA MOUCHREK, LIA KRUCKEN

PALAVRA CHAVE: DESIGN PARA SUSTENTABILIDADE; INOVAÇÃO SOCIAL; JUVENTUDE.

RESUMO

No contexto sócio-econômico-ambiental atual, estamos às voltas com uma crise. O conceito de bem-estar vigente está ligado à busca de gratificação imediata dos interesses individuais (Brown 1981) e se fortalece uma mentalidade de consumo generalizada (Manzini 2008). Essa crise atinge especialmente os mais jovens, que têm dificuldades em encontrar caminhos válidos para se desenvolverem e encontrarem seu papel em um mundo cada vez mais complexo. A cultura jovem conforma-se cada vez mais à lógica do consumo: identidade e subjetividade são definidas pelo poder de compra e acesso (Raggi 2010), exclusão e preconceitos (Serrão e Baleiro 1999), em um processo de desfuturação e forte orientação ao presente (Pais 2006).

É especialmente em relação às novas gerações que as transformações rumo a modos de vida mais saudáveis, integrados e sustentáveis são fundamentais. Daí a importância de investir na promoção de uma cultura de sustentabilidade, desenvolvendo estratégias de interação com os jovens. O Projeto Design e Transformação, realizado junto ao Centro de Estudos Teoria, Pesquisa e Cultura em Design, tem como objetivo compreender o contexto e mapear desafios e oportunidades na transição rumo à sustentabilidade entre jovens e investigar o potencial do Design como agente de inovação criativa nesse campo. O presente trabalho integra também a dissertação de mestrado da autora junto ao Programa de Pós Graduação da Escola de Design da UEMG, em andamento. A transição rumo à sustentabilidade configura-se como um processo de aprendizagem social que deve reverter as ideias de bem-estar em direção à qualidade de vida como um todo (Manzini 2008). Como este processo passa por uma reavaliação radical de valores (Brown 1981), é preciso investir em pesquisa e reflexão sobre os valores ligados ao consumo e os valores ligados à sustentabilidade (Malaguti 2009).

Nesse processo, o Design pode ser uma eficaz metodologia de intervenção (Manzini 2008), na medida em que: propõe soluções plurais e projeta novos cenários (Krucken 2008); estabelece condições para o contexto criativo (Landry apud Meroni 2007); desenvolve ferramentas, equipamentos e infraestrutura de apoio para iniciativas (Malaguti 2009); utiliza seus conhecimentos e ferramentas para facilitar a convergência de ideias compartilhadas e soluções potenciais (Manzini 2008).

A pesquisa é de natureza qualitativa e utilizou-se uma abordagem multimétodos, que envolve as seguintes etapas e atividades:

1. Pesquisa exploratória sobre valores, estilos de vida e percepção de sustentabilidade e participação entre os jovens, além de possíveis estratégias de comunicação;
2. Análise e mapeamento dos dados, para delinear um perfil da questão e apontar oportunidades para intervenção;
3. Cocriação e desenvolvimento, estimulando pensamento crítico e competências de sustentabilidade e produção coletiva de conhecimento, em aulas com estudantes de graduação em Design e oficinas com jovens de 14 a 24 anos. Foi realizada uma revisão extensa da literatura, contemplando os principais conceitos abordados.

O segundo passo consistiu em entrevistas com especialistas nas áreas afins ao projeto, visando aprofundar a compreensão do tema e levantar desafios e oportunidades de intervenção.

O terceiro passo foi a condução de um estudo de caso, que teve como objeto o Festival PlugMinas 2013, um grande evento colaborativo do PlugMinas – Centro de Formação e Experimentação Digital. A intervenção de pesquisa consistiu em observação participante e pesquisa etnográfica rápida com 62 pessoas, entre elas 50 jovens entre 14 e 24 anos e 12 adultos acima de 24 anos, entre professores e organizadores.

As entrevistas com especialistas orientaram a abordagem em direção a uma definição complexa do problema a partir do olhar do Design, a uma compreensão aprofundada das características e demandas da fase de desenvolvimento juvenil e à busca criativa de estratégias de comunicação com os jovens. O estudo de caso permitiu identificar aspectos essenciais em uma experiência bem-sucedida de comunicação e mobilização juvenil.

Os resultados preliminares reforçam a importância de entender os valores dos jovens e buscar possíveis linguagens e abordagens de comunicação que dialoguem com esse grupo, para orientar o desenvolvimento de estratégias de design.

As próximas etapas da pesquisa incluem a identificação de oportunidades para intervenção através de cocriação, aproximando estudantes de graduação em Design e jovens de 14 a 24 anos. Serão realizadas aulas teórico-práticas e oficinas, visando o desenvolvimento de soluções sustentáveis relacionadas aos valores e ao contexto atual dos jovens.