

CHE - CÂMARA DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E EDUCAÇÃO (PÔSTER)

NOME: CLARA SANTANA LINS CERQUEIRA

TÍTULO: DESIGN DIVERSIDADE CULTURAL E CONSUMO NO UNIVERSO INFANTIL

AUTORES: RITA APARECIDA DA CONCEIÇÃO RIBEIRO, CLARA SANTANA LINS CERQUEIRA, RITA APARECIDA DA CONCEIÇÃO RIBEIRO, CLARA SANTANA LINS CERQUEIRA

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): FAPEMIG

PALAVRA CHAVE: DESIGN, CULTURA, IDENTIDADE.

RESUMO

O design, como uma das ferramentas fomentadoras do consumo, tem um papel imprescindível não somente no projeto de produtos, mas nas vias intangíveis desse processo. O designer pensa de forma a englobar conceitos como cultura e diversidade a fim de garantir a interação do consumidor com os objetos de consumo resultando em produtos que contenham identidade e valor por parte deste consumidor. Dessa forma, o designer deve pensar estrategicamente em soluções que possam diminuir o consumo de forma tão voraz e efêmera.

No universo infantil esse planejamento tem sido cada vez mais relevante. Os brinquedos interagem com as crianças de várias formas possíveis, como por exemplo, em situações básicas que tendem a acentuar a percepção dos cinco sentidos nas mesmas. Hoje o design lança mão de fatores mais profundos do que apenas os sentidos, atuando como uma ferramenta que pode auxiliar as crianças desde cedo a pensarem de forma integrada e diversa respeitando valores como cultura e sociedade convergindo-as, ao mesmo tempo, a adquirirem sua própria identidade, contudo compreenderem também as diferenças e as identidades assumidas pelas outras crianças.

Dessa forma, faz-se necessário pensar na importância desse mercado de consumo a fim de contribuir na formação de uma sociedade que compreenda e seja capaz de adquirir o senso de alteridade.

O design é capaz de entender essa demanda e aplicá-la, contribuindo para tornar o ser humano mais consciente das suas ações e interações com os meios e espaços que convivem.

Nosso projeto, portanto, visa identificar os principais mecanismos utilizados pelo design na criação de produtos infantis, tendo como foco a diversidade cultural desses consumidores, procurando buscar alternativas que possibilitem a criação de produtos que promovam o respeito e o entendimento das diferenças.