



**UNIVERSIDADE  
DO ESTADO DE MINAS GERAIS**



**ESCOLA DE DESIGN**

Programa de Pós-graduação em Design (PPGD)  
MESTRADO EM DESIGN

# **ESTRATÉGIAS E COMPETÊNCIAS DE DESIGN PARA PROMOVER A CULTURA DE SUSTENTABILIDADE ENTRE JOVENS**

**NAJLA MIRANDA MOUCHREK**

**Belo Horizonte  
Universidade do Estado de Minas Gerais UEMG  
2014**



**UNIVERSIDADE  
DO ESTADO DE MINAS GERAIS**



**ESCOLA DE DESIGN**

Programa de Pós-graduação em Design (PPGD)  
MESTRADO EM DESIGN

**NAJLA MIRANDA MOUCHREK**

# **ESTRATÉGIAS E COMPETÊNCIAS DE DESIGN PARA PROMOVER A CULTURA DE SUSTENTABILIDADE ENTRE JOVENS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG como requisito parcial para a obtenção de grau de Mestre em Design, na linha de pesquisa: Design, Cultura e Sociedade.

Orientador(a): Prof<sup>ª</sup>. Lia Krucken Pereira, Dr<sup>ª</sup>  
(Escola de Design - Universidade do Estado de Minas Gerais)

**Belo Horizonte**  
**Universidade do Estado de Minas Gerais UEMG**  
**2014**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte

M924e Mouchrek, Najla Miranda.

Estratégias e competências de design para promover a cultura de sustentabilidade entre jovens [manuscrito] / Najla Miranda Mouchrek. - 2014.

149 f. il. color. fots. ; 31 cm.

Orientadora: Lia Krucken Pereira  
Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Design.

Bibliografia: f. 131-140

1. Desenho (Projeto) – Desenvolvimento Sustentável – Teses. 2. Desenho Industrial – Metodologia - Jovens - Teses. 3. Educação – Efeito das Inovações Tecnológicas – Criatividade – Desenho (Projeto) - Teses. I. Pereira, Lia Krucken. II. Universidade do Estado de Minas Gerais. Escola de Design. III. Título.

CDU: 7.05-053.6

Ficha Catalográfica: Cileia Gomes Faleiro Ferreira CRB 236/6



UNIVERSIDADE  
DO ESTADO DE MINAS GERAIS



ESCOLA DE DESIGN

Programa de Pós-graduação em Design (PPGD)  
MESTRADO EM DESIGN

## ESTRATÉGIAS E COMPETÊNCIAS DE DESIGN PARA PROMOVER A CULTURA DE SUSTENTABILIDADE ENTRE JOVENS

Autora: Najla Miranda Mouchrek

Esta dissertação foi julgada e aprovada em sua forma final para a obtenção do título de Mestre em Design no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Belo Horizonte, 06 de maio de 2014.

Profª Sebastiana Luiza Bragança Lana, PhD.  
Coordenadora do PPGD

BANCA EXAMINADORA

Profª. Lia Krucken Pereira, Drª  
Orientadora  
Universidade do Estado de Minas Gerais

Profª. Cyntia Santos Malaguti de Sousa, Drª.

Universidade de São Paulo

Profª. Marcelina das Graças de Almeida, Drª

Universidade do Estado de Minas Gerais

*Aos jovens, que são  
luz e calor nesse mundo.  
Em especial, a Clara e Beatriz,  
as duas jovens flores do meu jardim.*

## **AGRADECIMENTOS**

À minha família, pelo suporte e encorajamento: aos meus pais, Izamir e Emílio, às minhas filhas, Clara e Beatriz, ao José Luiz e aos meus irmãos, Paulo e Fabiana.

Ao Wallace Lages, pela presença e motivação. Aos meus amigos daqui e de outras terras, pela força e inspiração.

À minha orientadora, professora Dra. Lia Krucken pelo apoio, confiança e acompanhamento.

Aos membros da banca, Prof<sup>a</sup> Dra. Cyntia Santos Malaguti de Sousa (USP), Prof<sup>a</sup> Dra. Marcelina das Graças de Almeida (UEMG) e Prof<sup>a</sup> Dra. Lia Krucken (UEMG), por aceitarem prontamente o convite para avaliação deste trabalho e pelas valiosas sugestões.

Aos professores, colegas e funcionários do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Aos especialistas entrevistados Vally Mahe (coordenadora do Instituto Pró Educação e Cultura – Diamantina – MG), Marco Túlio Boschi (designer e professor da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais – Belo Horizonte – MG), Peter Moll (pesquisador na Área de Sustentabilidade – Alemanha) e Hannah Drumond (gerente operacional do PlugMinas– Belo Horizonte – MG)

À organização do Festival PlugMinas 2013, na pessoa de Laura Bastos e a todos os jovens e adultos que participaram da coleta de dados no Festival.

À Diana Castilho (educadora e orientadora do Grupo de Sustentabilidade na Oi Kabum) e a todos os jovens membros do Grupo, tanto no segundo semestre de 2013 quanto no primeiro semestre de 2014. À Débora Braun, Paulo Costa, e aos demais professores e alunos da Oi Kabum que contribuíram para esta pesquisa.

À Ana Carolina Ribeiro, Laurent Bernardino e demais alunos da disciplina “Inovação aberta, Design e Sustentabilidade” (ED/UEMG), no segundo semestre de 2013.

A todos os jovens, de todas as idades, que ajudaram a construir juntos o presente trabalho.

## RESUMO

MOUCHREK, N. M. **Estratégias e competências de Design para promover a cultura de sustentabilidade entre jovens**. 2014. 149 f. Dissertação (Mestrado) - Escola de Design, Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

Este trabalho apresenta a pesquisa de mestrado, cujo propósito é mapear desafios e oportunidades para promover a cultura de sustentabilidade nas novas gerações e investigar e propor estratégias de Design para transformação no processo de mudança de valores, criação de novos cenários e estilos de vida sustentáveis entre os jovens. O público-alvo são jovens de 14 a 24 anos, especialmente estudantes de nível técnico e de graduação em Design. A metodologia envolve pesquisa exploratória, desenvolvimento de abordagem participativa em Design voltada aos objetivos da pesquisa, análise e compreensão de contexto a partir das competências de Design. São apresentados os principais resultados da pesquisa, que incluiu a revisão bibliográfica dos temas abordados, entrevistas com especialistas, estudos de caso e proposta e aplicação de abordagens de cocriação. Ao final, apresentam-se elementos-chave para compreensão da questão e diretrizes para mediação e construção de contextos para transformação. Os resultados reforçam a importância de entender os valores e os desafios de desenvolvimento dos jovens, ampliar e aprofundar o conceito de sustentabilidade, aproximando-o da realidade de vida do jovem, investir na construção de contextos para transformação, estimular o empoderamento e desenvolvimento de autonomia, buscar possíveis linguagens e abordagens de comunicação e utilizar estratégias de mediação para facilitar processos de mudança conduzidos pelos próprios jovens. Tais diretrizes visam orientar o desenvolvimento de estratégias de Design para promover práticas sustentáveis nesse campo.

**Palavras-chave:** Design para sustentabilidade. Cultura. Inovação Social. Juventude. Ensino de Design.

## ABSTRACT

MOUCHREK, N. M. **Estratégias e competências de Design para promover a cultura de sustentabilidade entre jovens.** 2014. 149 f. Dissertação (Mestrado) - Escola de Design, Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

This paper presents the research in master degree, which aims to map challenges and opportunities to promote the culture of sustainability among the new generations and to investigate and propose Design strategies to transformation in the process of changing values, creating new scenarios and sustainable lifestyles among young people. The target audience is young people between 14-24 years, especially students of technical level and undergraduate level in Design. The methodology involves exploratory research, development of a participatory Design approach oriented to the objectives of the research, analysis and understanding of context using Design skills. The main results of the research are presented, including a literature review of the topics covered, interviews with experts, cases studies, proposal and implementation of co-creation approaches. At the end, we present key elements to understanding the issue and guidelines for mediation and construction of contexts for transformation. The results reinforce the importance of understanding the values and challenges of youth development, broadening and deepening the concept of sustainability, taking it closer to youth life's reality, investing in building contexts for transformation, stimulating empowerment and the development of autonomy, seeking possible languages and communication approaches and using mediation strategies to facilitate change processes conducted by young people themselves. These guidelines aim to guide the development of Design strategies to promote sustainable practices in this field.

**Keywords:** Design for sustainability. Culture. Social Innovation. Youth. Teaching Design.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### Figuras

FIGURA 1 - Princípios da abordagem Tripple Bottom Line .....	25
FIGURA 2 – Four –Pillar Sustainability Model .....	26
FIGURA 3 – Dimensões da sustentabilidade .....	27
FIGURA 4 – Referências visuais da <i>teenage</i> nos anos 1940 e 1950 .....	46
FIGURA 5 – Referências visuais e atitudes da adolescência contemporânea .....	47
FIGURA 6 – Mosaico de imagens e textos em quarto de adolescente.....	53
FIGURA 7 – Ações e resultados relacionados com a atividade de Design.....	58
FIGURA 8 – Síntese das etapas de pesquisa.....	73
FIGURA 9 – Síntese e fluxo de etapas, atividades e resultados da pesquisa.....	73
FIGURA 10 – Plug Minas .....	87
FIGURA 11 – Atividades no Plug Minas.....	88
FIGURA 12 - Atividades no Festival PlugMinas 2013.....	88
FIGURA 13 - Atividades no Festival PlugMinas 2013.....	89
FIGURA 14 - Mapeamento de pesquisa Festival PlugMinas – Sonhos.....	91
FIGURA 15 - Mapeamento de pesquisa Festival PlugMinas – Cultura Jovem: Fatores de crescimento, comunicação e transformação .....	93
FIGURA 16 – Atividades de desenvolvimento do projeto <i>My Life- My Style-My Future</i> .....	95
FIGURA 17 – Adolescentes nas atividades do projeto <i>My Life–My Style–My Future</i> .....	96
FIGURA 18 - Apresentação visual de dados e elaboração de mapa mental sobre sustentabilidade - Projeto <i>My Life – My Style – My Future</i> .. .....	97
FIGURA 19 - Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! (2º sem 2013).....	101
FIGURA 20 - Fases do processo de cocriação no Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! .....	102
FIGURA 21 - Cocriação e desenvolvimento de campanha de conscientização - Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum. ....	103
FIGURA 22 - Cartazes da campanha Mudança de Hábito - Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! .....	104

FIGURA 23 - Campanha Mudança de Hábito - Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! .....	104
FIGURA 24 - Aspectos relevantes e fatores positivos da abordagem de cocriação Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! .....	106
FIGURA 25 - Laboratório de Design, cocriação e sustentabilidade. Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	107
FIGURA 26 - Síntese dos aspectos relevantes apontados no mapa coletivo e nas discussões em grupo. Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	110
FIGURA 27 - Construção de mapas visuais coletivos – Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	111
FIGURA 28 - Roteiro para estruturação de ações –.Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	111
FIGURA 29 - Modelo para apresentação do andamento do projeto –.Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	112
FIGURA 30 – Exemplo de tela do modelo para apresentação do andamento do projeto Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	112
FIGURA 31 – Roteiro para desenvolvimento do projeto - Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	113
FIGURA 32 – Roteiro para apresentação final do projeto - Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	114
FIGURA 33 – Desenvolvimento e apresentação final de projetos - Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	114
FIGURA 34 – Síntese dos projetos desenvolvidos - Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	115
FIGURA 35 – Grupo de trabalho - - Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade .....	116
FIGURA 36 – Promoção da cultura de sustentabilidade entre jovens: elementos-chave para compreensão da questão. ....	119
FIGURA 37 – Promoção da cultura de sustentabilidade entre jovens: diretrizes para estratégias de mediação e construção de contextos para transformação .....	124

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Cultura atualmente dominante x cultura de sustentabilidade.....	28
QUADRO 2 – Hierarquia de valores na transição rumo à sustentabilidade .....	29
QUADRO 3 – Principais obras que criaram e definiram o estudo da adolescência ao longo do século XX .....	38
QUADRO 4 – Síntese dos elementos de definição do adolescente .....	39
QUADRO 5 – Estágios do processo evolutivo da personalidade segundo Erikson.....	42
QUADRO 6 – Modos de conhecer próprios do Design – alguns aspectos .....	60
QUADRO 7 – Visão do conhecimento e habilidades humanos como modelo de “três culturas” .....	61
QUADRO 8 – Definição de algumas características dos problemas ‘capciosos’ ( <i>wicked problems</i> ), segundo Rittel e Webber.....	62
QUADRO 9 – Design como um conjunto complexo .....	64
QUADRO 10 – Procedimentos e métodos utilizados nas atividades das fases de levantamento de dados.....	76
QUADRO 11 - Entrevistas com especialistas. Áreas de especialidade e temas para discussão.....	81
QUADRO 12 – Síntese das questões levantadas nas entrevistas com especialistas .....	81
QUADRO 13 - Entrevista 1: Vally Mahe - Pontos principais .....	82
QUADRO 14 - Entrevista 2: Marco Túlio Boschi - Pontos principais .....	83
QUADRO 15 - Entrevista 3: Hannah Drumond - Pontos principais.....	84
QUADRO 16 - Entrevista 4: Peter Moll Pontos principais.....	85

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	14
1.1 Objetivos.....	16
1.2 Objeto de estudo e delimitações .....	16
1.3 Justificativa .....	17
1.4 Estruturação do documento .....	18
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA .....	19
2.1 Transição rumo à sustentabilidade .....	19
2.1.1 Contexto atual de crise.....	20
2.1.2 Oportunidades de transformação .....	21
2.1.3 Desenvolvimento sustentável.....	23
2.1.4 Dimensões da sustentabilidade .....	25
2.1.5 Reavaliação e mudança na hierarquia de valores.....	29
2.1.6 Uma nova concepção de bem estar ligado à qualidade de vida.....	30
2.1.7 Novo paradigma e o papel da educação no século XXI .....	31
2.1.8 Importância de trabalhar junto às novas gerações .....	35
2.2 Juventude e Adolescência.....	36
2.2.1 Definição e foco do trabalho.....	36
2.2.2 Conceituação .....	37
2.2.3 Considerações sobre desenvolvimento na adolescência e juventude – características e desafios.....	41
2.2.3.1 Constituição de identidade .....	42
2.2.3.2 Pertencimento e socialização.....	43
2.2.3.3 Imagem e inclusão social.....	44
2.2.4 Consumo, identidade e culturas juvenis contemporâneas.....	45
2.2.4.1 Dimensão simbólica do consumo e identidade .....	45
2.2.4.2 Juventude conformada à lógica do consumo.....	46
2.2.4.3 Valores e necessidades expressas através dos comportamentos de consumo .....	48
2.2.4.4 Cultura juvenil contemporânea.....	50
2.2.4.5 Identidades fluidas e múltiplas na pós-modernidade.....	54

2.2.4.6 Desfuturização e investimento no presente .....	55
2.2.5 Potencial da adolescência e o papel do adulto .....	52
2.3 O papel do Design frente aos desafios contemporâneos.....	57
2.3.1 Definição e natureza do Design .....	57
2.3.1.1 Modos de conhecer próprios do Design .....	60
2.3.2 Design como agente promissor na solução de problemas complexos .....	62
2.3.3 Considerações sobre pesquisa em Design e conceito de cocriação .....	66
2.3.3.1 - Cocriação (ou codesign).....	66
2.3.4 Busca de novos sentidos éticos para o Design.....	68
2.3.5 Papel do Design na promoção da cultura de sustentabilidade .....	70
3. METODOLOGIA.....	73
3.1 Estruturação geral da pesquisa.....	73
3.2 Procedimentos e métodos .....	75
3.2.1 Abordagem multimétodos.....	75
3.2.2 Procedimentos metodológicos utilizados nas atividades de pesquisa.....	77
3.2.2.1 Entrevistas com especialistas .....	77
3.2.2.2 Estudo de caso Festival Plugminas 2013.....	77
3.2.2.3 Estudo de caso indireto <i>My life-my style-my future</i> .....	78
3.2.2.4 Observação participante na Oi Kabum.....	73
3.2.2.5 Laboratório de Design, Cocriação e Sustentabilidade ED-UEMG ..	79
4. FASE EXPLORATÓRIA.....	80
4.1. Entrevistas com especialistas.....	80
4.1.1 Considerações sobre as entrevistas .....	86
4.2. Estudo de caso direto: Festival PlugMinas 2013 .....	86
4.2.1 Caracterização .....	87
4.2.2 Observação e Pesquisa de campo.....	89
4.2.3 Mapeamento dos resultados e análise do estudo de caso.....	90
4.3 Estudo de caso indireto: Projeto <i>My life, my style, my future</i> .....	94
4.3.1 Caracterização .....	94
4.3.2 Resultados e análise .....	95
4.4 Considerações sobre resultados da fase exploratória.....	98

5. FASE APLICADA: PROPOSTA DE ABORDAGEM METODOLÓGICA DE COCRIAÇÃO EM DESIGN .....	99
5.1 Observação Participante - Grupo Gestão em Sustentabilidade na Oi Kabum!.....	100
5.1.1 Caracterização .....	100
5.1.2 Resultados e análise .....	102
5.2 Laboratório de Design, Cocriação e Sustentabilidade na ED-UEMG.....	107
5.2.1 Caracterização .....	107
5.2.2 Objetivos .....	108
5.2.3 Definições .....	108
5.2.4 Estruturação e resultados .....	109
5.2.5 Considerações sobre a aplicação da abordagem de cocriação .....	116
5.3 Considerações sobre resultados da fase aplicada.....	117
6. ANÁLISE E RESULTADOS.....	118
6.1 Elementos-chave para a compreensão do problema .....	118
6.2 Diretrizes para estratégias para mediação e construção de contextos para transformação .....	123
7. CONCLUSÃO .....	128
7.1 Considerações finais .....	128
7.2 Difusão e disseminação do conhecimento .....	129
7.3 Propostas para continuidade da pesquisa.....	130
REFERÊNCIAS .....	131
ANEXO A.....	141
APÊNDICE A.....	144
APÊNDICE B .....	148

# 1. INTRODUÇÃO

Na atualidade, destaca-se a importância de investir na promoção de uma cultura de sustentabilidade, desenvolvendo processos e estratégias de interação e promovendo a construção de contextos para transformação junto às novas gerações. É especialmente em relação a elas que a transição rumo a modos de vida mais saudáveis, integrados e sustentáveis mostra-se fundamental.

A área de Design constitui um potencial campo de inovação criativa e suporte para iniciativas promissoras nesse contexto, oferecendo competências e habilidades, uma metodologia projetual e um olhar diferenciados. Dessa forma, considera-se também de fundamental importância promover o desenvolvimento da capacidade reflexiva e de competências para sustentabilidade no ensino de Design, visando aprimorar as condições de intervenção ativa dos designers nos processos de mudança e proposição de soluções sustentáveis.

Este trabalho parte de três premissas:

- 1 . Para promover a cultura de sustentabilidade, é essencial trabalhar com as gerações futuras;
2. Para melhor definir o problema e empreender ações efetivas, é fundamental compreender as características de desenvolvimento, os desafios e oportunidades que os jovens enfrentam e captar os valores e as visões de sustentabilidade que permeiam a cultura jovem no momento atual.
3. O Design tem potencial transformador na promoção de mudanças de valores, criação de novos cenários e estilos de vida sustentáveis e estratégias de comunicação e mobilização junto aos jovens.

As questões centrais da pesquisa são: “*como se caracteriza o processo de promoção de cultura e sustentabilidade entre jovens?*” e “*como o Design pode contribuir para as iniciativas nesse campo?*”.

A partir dos resultados obtidos nas etapas da pesquisa (revisão bibliográfica sobre os temas abordados, pesquisa exploratória e proposição e aplicação de abordagens de cocriação em Design) e das análises elaboradas, este trabalho elenca elementos-chave para a análise do processo de promoção da cultura de sustentabilidade entre jovens e propõe um conjunto de

diretrizes para a atuação transformadora, visando orientar a aplicação de estratégias e competências de Design nesse campo.

Este trabalho pretende contribuir para a reflexão sobre o tema e para a proposição de caminhos e ideias no desenvolvimento de projetos de Design para cultura de sustentabilidade junto aos jovens. Buscou-se especialmente trabalhar para o avanço na compreensão da questão, a partir de pesquisa, experimentação e análises conduzidas e orientadas pelo Design e o desenvolvimento de abordagens participativas, que demonstraram serem iniciativas promissoras nesse campo.

Fundamentalmente de cunho multidisciplinar, o trabalho filia-se à linha de pesquisa Design, Cultura e Sociedade, do Mestrado em Design do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais – PPGD-UEMG, na medida em que visa compreender o papel e possíveis ações do Design no processo de mudança de valores e contextos de vida, buscando a “compreensão contextual da atividade de Design” e suas “interconexões com a realidade social”.

Alinha-se também às finalidades do PPGD-UEMG, especialmente quanto a “contribuir ao desenvolvimento e difusão de uma cultura de inovação em design com foco nas relações ambiente-objeto-homem” e “desenvolver uma cultura de investigação que estimule o questionamento dos paradigmas existentes e a expansão do conhecimento específico, propondo soluções novas em interface com outros campos do saber”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Cf. Definição e linhas de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Design da UEMG, em: <http://www.ppgd.uemg.br/sobre-o-programa> . Acesso em 30/05/2012.

## 1.1 - OBJETIVOS

### *Objetivo geral*

Investigar estratégias de Design para transformação de contextos e promoção da cultura de sustentabilidade entre jovens.

### *Objetivos específicos*

- a) Investigar especificidades do processo de transição para sustentabilidade entre jovens e levantar os pontos críticos de oportunidade para transformação.
- b) Desenvolver e aplicar abordagens de cocriação em Design direcionadas à promoção de sustentabilidade junto aos jovens.
- c) Elaborar abordagem para compreensão da questão, identificando elementos-chave e interfaces para ação, apontando caminhos criativos para práticas promissoras nesse campo.
- d) Propor um conjunto de diretrizes para intervenção, visando orientar estratégias e aplicação de competências de Design na promoção da cultura de sustentabilidade entre jovens.

## 1.2 - OBJETO DE ESTUDO E DELIMITAÇÕES

Definiu-se como objeto de estudo jovens de 14 (quatorze) a 24 (vinte e quatro) anos. Observa-se que há várias formas de classificar e enquadrar os termos Adolescência e Juventude quanto à faixa etária, tendo em vista que estes se referem não apenas a fases do processo de desenvolvimento fisiológico e psicológico dos indivíduos, mas são também intensamente marcadas por questões sociais e culturais<sup>2</sup>.

Para os fins desta pesquisa, consideramos a seguinte classificação: denominam-se **jovens** os indivíduos de 14 a 24 anos, considerados em duas etapas de desenvolvimento: 14 a 19 anos, vivendo mais propriamente a fase e os temas da adolescência (aqui chamados de **adolescentes**); 20 a 24 anos, em uma segunda fase, mais ligada aos desafios do início da idade adulta.

---

<sup>2</sup> Encontram-se várias referências que indicam que são fases subsequentes, em parte distintas, mas que se sobrepõem. Não há consenso sobre a delimitação etária: a Organização das Nações Unidas define juventude como a fase entre 15 e 24 anos de idade, enquanto a Organização Mundial da Saúde define adolescente como o indivíduo que se encontra entre 10 e 19 anos. No Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente estabelece a adolescência entre 12 e 18 anos e o Estatuto da Juventude estabelece a juventude entre 15 e 29 anos.

As atividades práticas da pesquisa tiveram como foco específico dois públicos, realizando então um recorte dentro do público-alvo da pesquisa:

- a. Jovens de 14 a 24 anos estudantes do Plug Minas – Centro de Formação e Experimentação Digital e, mais especificamente, da Oi Kabum! Escola de Arte e Tecnologia (ensino técnico em Design e Artes Visuais), em Belo Horizonte- MG;
- b. Jovens de 18 a 24 anos, estudantes de graduação da Escola de Design – UEMG (graduação em Design), em Belo Horizonte – MG.

A escolha desse recorte justificou-se pela possibilidade de levantamento direto de dados e experimentação concreta junto ao público das duas instituições de ensino e pelo fato de representarem amostras significativas do público-alvo, além de serem estudantes de design.

Quanto à abordagem, escolheu-se trabalhar a questão a partir de pesquisa, experimentação e análises conduzidas e orientadas pelo Design. Dessa forma, embora os temas ligados à área de Educação tangenciem o trabalho, não se pretendeu aprofundar a análise em relação aos mesmos.

### **1.3 JUSTIFICATIVA**

O presente trabalho surgiu da inquietação e da busca de respostas a partir de dificuldades encontradas no campo das atuais iniciativas de sensibilização e formação das novas gerações para a sustentabilidade, especialmente quanto a despertar interesse para o tema e criar envolvimento e participação entre os jovens.

Frente aos apelos do consumo, à multiplicidade de interesses superficiais, à atomização dos indivíduos e à agilidade de informações e trânsitos em que vive e move-se a juventude contemporânea, o discurso, as ferramentas e modelos tradicionais nessa área parecem pouco eficazes em termos de mobilização, porque são distantes do imaginário e da realidade efetivamente vividos por eles.

Embora o alerta ecológico e a necessidade de mudança sejam conhecidos, permanecem como ideais gerais e abstratos (e muitas vezes geradores de angústia), sendo difícil para os jovens encontrar conexões com a vida cotidiana e, ainda mais, compreender qual o sentido e lugar de cada um em um processo de transformação participativo. Como destacam Autio e Heinonen (2004, p.150), “jovens precisam refletir sobre o futuro do mundo e o que significa uma vida boa para eles. São os futuros consumidores, produtores e agentes de mudança”.

Considera-se que o trabalho junto às novas gerações é fundamental para a promoção da sustentabilidade, tendo em vista que:

Engajar os jovens é a chave para discussões de sustentabilidade, em vista da preocupação de que os jovens estejam desiludidos com os rumos do mundo. O envolvimento dos jovens em programas educacionais sobre as formas culturais, sociais, ambientais e econômicas de sustentabilidade pode ajudar a proporcionar-lhes uma visão mais otimista e sustentável no futuro (DUXBURY e GILLETTE, 2007, p. 11)

Pode-se dizer que é especialmente em relação às novas gerações que as necessárias transformações rumo a modos de vida mais saudáveis, mais integrados e sustentáveis mostram-se fundamentais. É preciso investir na re-criação de um quadro de vida em que os jovens reencontrem o sentido de sua própria existência, reconheçam e tenham capacidade para exercer escolhas, dando a eles oportunidade e contextos para o desenvolvimento de novas mentalidades e novos caminhos práticos.

No contexto da formação de jovens profissionais em Design, considera-se a centralidade de desenvolver competências em sustentabilidade, estimular o pensamento crítico e a capacidade de propor e implementar estratégias inovadoras nesse campo. Esse processo visa contribuir para um novo delineamento do profissional de Design, apto a atuar de forma criativa e efetiva na busca de soluções para as questões complexas que se apresentam na atualidade.

#### **1.4 ESTRUTURAÇÃO DO DOCUMENTO**

Primeiramente, apresenta-se a revisão bibliográfica dos temas ligados à pesquisa (cultura de sustentabilidade, juventude e adolescência e o papel transformador do Design), visando estabelecer as bases teóricas desse trabalho. A seguir, são descritas a metodologia e estruturação da pesquisa, explicitando os caminhos práticos pelos quais se buscou atingir os objetivos da pesquisa. Por fim, são apresentados os resultados de cada atividade de pesquisa, as análises elaboradas (elementos-chave para compreensão da questão e diretrizes para mediação e construção de contextos para transformação) e as considerações finais do trabalho.

## **2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

Os temas abordados nesta pesquisa estão relacionados à transição rumo à sustentabilidade, com foco especial na promoção da cultura de sustentabilidade junto aos jovens e na aplicação das competências de Design nesse contexto.

Apresentamos a seguir a revisão bibliográfica, que assim contempla os principais temas abordados neste trabalho:

- a. *Transição rumo à sustentabilidade* – Contexto de crise, oportunidades de transformação, desenvolvimento sustentável, valores fundamentais para auxiliar a construção de uma sociedade sustentável, mudança de paradigma e a importância de trabalhar junto às novas gerações.
- b. *Adolescência e Juventude* – Conceituação, características psicológicas, necessidades e demandas. Relação entre consumo e constituição de identidade, impactos da crise, potencial e trajetórias juvenis contemporâneas.
- c. *O papel do Design frente aos desafios contemporâneos* – Natureza e modos de atuação do designer no desenvolvimento de soluções sustentáveis e inovadoras e promoção da cultura de sustentabilidade.

### **2.1 - TRANSIÇÃO RUMO À SUSTENTABILIDADE**

Em busca da compreensão do conceito de promoção da cultura de sustentabilidade, apresenta-se a seguir a revisão bibliográfica de alguns temas, iniciando por uma descrição e análise do contexto atual e uma reflexão sobre as oportunidades de intervenção que se apresentam.

A partir dessa contextualização, busca-se destacar a importância de empreender um processo de transformação coletiva, que nesse trabalho denomina-se “transição rumo à sustentabilidade”.

### 2.1.1 - Contexto atual de crise

No contexto sócio-econômico-ambiental atual, vivemos um momento de crise, em que o modelo de crescimento e organização da vida material tornou-se incompatível com os recursos naturais e com a sustentação da vida no planeta. Estamos às voltas com questões fundamentais que dizem respeito ao equilíbrio dos sistemas naturais e culturais e à qualidade de vida como um todo.

A tendência contínua e acelerada de mudança tecnológica que marcou o século XX exerceu efeitos multiplicativos e revolucionários sobre quase todos os campos da vida humana (SEVCENKO, 2001, p.23). O processo de extrema globalização econômica e cultural trouxe em seu seio um processo de desterritorialização e fragmentação do tempo, criando um estado de coisas em que “a competitividade comanda nossas formas de ação, o consumo comanda nossas formas de inação e a confusão dos espíritos impede o nosso entendimento do mundo, do país, do lugar, da sociedade e de cada um de nós mesmos” (SANTOS, 2000, p.46).

A cultura global é cada vez mais marcada pela velocidade, que é a essência mesma da economia de consumo, o “alicerce da economia dominada pelas corporações globais que exigem retorno imediato do investimento e a obsessão pelo crescimento econômico rápido” (ORR, 2002, p. 51), alimenta em todos a compulsão por resultados instantâneos.

Segundo Santos (2000, p.17), no contexto atual instala-se um pensamento único, reprimindo fortemente os demais processos não hegemônicos. No campo cultural, constata-se que a universalização e predomínio da visão ocidental e individualista geraram a perda da diversidade, da riqueza de múltiplas tradições culturais, do diferente. Na visão de Morin e Wulf (2002, p. 29), as pessoas sentem que perderam ou esqueceram alguma coisa fundamental e procuram agora o que falta a elas.

As mudanças que levaram ao progresso material desde o século passado transformaram a experiência humana e a subjetividade de forma contraditória, caracterizando-as pelo individualismo - que trouxe autonomia aos sujeitos, mas também uma extrema atomização - e pela secularização - que trouxe efetiva libertação de dogmas, mas também perda de valores e angústia existencial. Este tema é explorado por Morin e Wulf (2002).

Assim, chega-se ao século XXI às voltas com contextos de vida em que o conceito de bem-estar vigente orienta-se à busca de gratificação imediata dos interesses individuais (BROWN, 1981, p.423), a ideia de conforto vincula-se à minimização do envolvimento

peçoal (MANZINI, 2008a, p.54) e o senso de pertencimento, o cuidado e a responsabilidade pelo bem comum diluem-se cada vez mais (AUGÉ *apud* MALAGUTI, 2009b. n.p.).

Frente a isso, fortalece-se uma mentalidade de consumo generalizada, em grande parte apoiada pelo “discurso sedativo” dos meios de comunicação (GUATTARI, 1990, p.24). Em um círculo vicioso, quanto mais infelizes as pessoas se sentem, mais consomem, em uma busca inconsciente de resolver as questões que as afligem e “restaurar a aceitabilidade de um contexto de vida que está sendo degradado” (MANZINI, 2008a,p.50).

Essa crise atinge a todos, entretanto afeta especialmente os mais jovens, que têm dificuldades em encontrar caminhos válidos para se desenvolverem e encontrarem seu papel na sociedade, num mundo cada vez mais complexo.

Enfim, é importante compreender que todos esses problemas configuram diferentes facetas de uma única crise, que é, em grande medida, uma crise de percepção. Em muitos sentidos, vários setores e processos da sociedade ainda funcionam de acordo com uma “visão de mundo obsoleta, uma percepção da realidade inadequada para lidarmos com nosso mundo superpovoado e globalmente interligado” (CAPRA, 2004, p.23). As soluções para os problemas de nosso tempo requerem uma mudança radical de pensamento, percepção e valores.

### **2.1.2 – Oportunidades de transformação**

Vivemos atualmente num contexto de crise, como sabemos um momento propício para mudanças porque se buscam novas perspectivas, possibilidades, cenários e objetos que viabilizem a construção de outros estilos de vida que simbolizem, que materializem uma outra visão de mundo (MALAGUTI, 2009a, p.33).

Toda uma catálise da retomada de confiança da humanidade em si mesma está para ser forjada passo a passo, e às vezes a partir dos meios mais minúsculos (GUATTARI, 1990, p. 57).

No panorama geral, como em todo contexto de crise, verificam-se ao mesmo tempo imensas possibilidades de avanço e transformação. Enuncia-se um novo discurso. Na visão de Santos (2000, p. 17), frente à fábula de mundo que nos é apresentado e a perversidade do mundo real, há também o mundo como pode vir a ser. Para o autor, as mesmas bases materiais que sustentam o sistema atual podem servir a outros objetivos e criar uma nova história, se utilizarmos o sistema técnico contemporâneo a partir de outras formas de ação.

Para que as possibilidades de avanço se constituam concretamente, será necessário religar as coisas, incluir o outro, o diferente: “reconstituir ao mesmo tempo a unidade e a diversidade, resgatando a solidariedade e a responsabilidade coletiva sobre nosso destino comum” (MORIN e WULF, 2002, p.38-39)

Segundo Morin (2001, p.72-73), emergem nesse momento algumas contracorrentes regeneradoras, que trazem consigo a possibilidade de constituírem múltiplos focos de transformação, na medida em que puderem se intensificar e se ampliar:

- a. a contracorrente ecológica;
- b. a contracorrente pela qualidade de vida;
- c. a contracorrente de resistência à vida prosaica puramente utilitária;
- d. a contracorrente de resistência à primazia do consumo padronizado;
- e. a contracorrente de emancipação em relação à tirania onipresente do dinheiro;
- f. a contracorrente que nutre éticas de pacificação, em reação ao desencadeamento da violência.

Assistimos à emergência de comunidades criativas e organizações colaborativas buscando soluções alternativas – “grupos de pessoas inventando espontaneamente novos modos de vida sustentáveis” (MANZINI, 2008a, p.17), numa busca de satisfação através da “capacidade de reunir pessoas em torno de uma ideia, de mobilizar pessoas, de estar juntos para resolver problemas” (MERONI, 2007, p.10). Nesse sentido, em diversos países, desenvolvem-se iniciativas que buscam alternativas mais responsáveis e éticas, como:

- a. consumo consciente;
- b. economia solidária;
- c. simplicidade voluntária;
- d. responsabilização pelos resíduos e produção limpa;
- e. energias alternativas e construções ecológicas;
- f. desenvolvimento de sistemas agroecológicos;
- g. segurança alimentar.

Desenvolvem-se novas reflexões e processos de inovação social, em busca de alternativas práticas. Novos estudos mapeiam desafios e oportunidades nos diferentes contextos e delineiam possibilidades de ação em um processo de transição rumo a modos de vida mais sustentáveis.

A essa altura, é oportuno introduzir os conceitos de *sustentabilidade* e *desenvolvimento sustentável*. Traçamos a seguir um histórico do tema e discorreremos também sobre as dimensões da sustentabilidade.

### 2.1.3 - Desenvolvimento sustentável

O desenvolvimento sustentável, mais do que um conceito científico, é uma ideia-força, uma ideia mobilizadora, nesta travessia de milênio (GADOTTI, 2000, p.4).

A preocupação com o crescimento econômico em detrimento do meio ambiente obteve destaque na agenda internacional a partir da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em Estocolmo, em julho de 1972. A conferência é considerada um divisor de águas em relação ao despertar da consciência ecológica (GADOTTI, 2000, p. 105).

No mesmo ano, o chamado Clube de Roma publicou o estudo *Os Limites do Crescimento*, que afirmava que, mantidas as tendências de crescimento da população mundial industrialização e exploração de recursos naturais, os limites de crescimento neste planeta seriam alcançados em cem anos (MEADOWS, 1972, p. 20).

Em 1980 o PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente) publicou *Uma estratégia mundial para a conservação*, documento que também corroborava a visão crítica do modelo de desenvolvimento dos países industrializados. Em 1981, Lester Brown, fundador do *World Watch Institute*, publica o livro *Building a Sustainable Society*, que trazia uma visão bastante avançada da questão da sustentabilidade.

Em 1987 a Organização das Nações Unidas - ONU produziu o documento *Our Common Future* (conhecido como *Relatório Brundtland*), que identificou os problemas ambientais e sociais como as necessidades prioritárias a serem atendidas, enfatizando dois princípios para a sustentabilidade: as necessidades e os limites. Surge então a definição: “Desenvolvimento sustentável é aquele que vai ao encontro das necessidades do presente sem

comprometer a habilidade das futuras gerações de satisfazer suas necessidades” (BRUNDTLAND, 1988, p. 48).

Nesta visão, o conceito de desenvolvimento sustentável corresponde a um processo de transformação no qual a “exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas” (BRUNDTLAND, 1988, p. 49).

Na busca de estratégias para um desenvolvimento sustentável, um novo documento foi elaborado na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (RIO 92), no Rio de Janeiro, conhecido como *Agenda 21*. Elaborada com a contribuição de diversos especialistas de organizações internacionais e governos, a Agenda 21 consiste em um plano de ação para a sustentabilidade no século XXI, que deveria ser adotado global, nacional e localmente, por organizações do sistema das Nações Unidas, governos e pela sociedade civil, em todas as áreas em que a ação humana impacta o meio ambiente (GADOTTI, 2000).

Paralelamente à Conferência oficial, ocorreu o Fórum Global 92, promovido pelas entidades da Sociedade Civil. Nesse evento foi elaborada a primeira minuta da *Carta da Terra*, que conclamou os participantes do Fórum a adotarem princípios de ação ecológica, em nível individual e coletivo (GADOTTI, 2000).

Nos anos que se seguiram, o debate sobre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável ampliou-se e popularizou-se. Na virada do milênio, estes termos ganharam vida própria e distanciaram-se de seu sentido original. Na visão de Engelman (2013, p.3), por meio do uso cotidiano cada vez mais frequente e inapropriado, “a palavra *sustentável* se tornou sinônimo para o adjetivo igualmente vago e inquantificável *verde*”, perdendo força e impacto, sendo frequentemente utilizada pelas empresas para promoção de uma imagem pública confiável, mascarando muitas vezes uma atuação sócio-econômico-ambiental neutra ou questionável.

Assim, como o debate sobre sustentabilidade está permeado de conceitos abstratos e frequentemente distorcidos, apresenta-se o desafio de traduzir esses conceitos para uma experiência concreta mais próxima do cotidiano das pessoas (INSTITUTO AKATU, 2010, p. 29 ) e estimular a reflexão crítica e a apropriação dos termos e práticas associados, em busca de recuperar seu sentido e força e ampliar a conscientização sobre a importância e atualidade dessa discussão.

Cabe questionar o que é sustentabilidade, não apenas a nível global, ambiental, social ou econômico, mas especialmente refletir sobre o impacto e presença desse conceito na experiência de vida de cada um. Promover o debate sobre estilos de vida sustentáveis, especialmente em relação às realidades juvenis, é um dos temas de interesse deste trabalho.

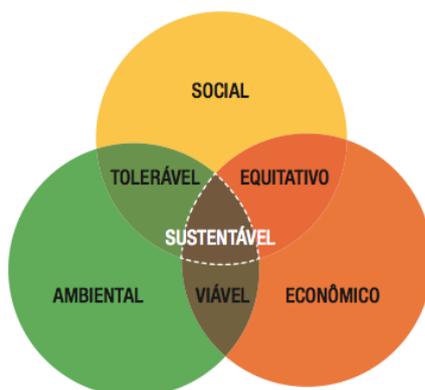
#### 2.1.4 – Dimensões da sustentabilidade

O que é sustentado em uma comunidade sustentável não é o crescimento econômico, o desenvolvimento, o mercado ou as vantagens competitivas, mas toda a teia da vida da qual nossa sobrevivência a longo prazo depende (CAPRA, 1999, p.1)

Para além da questão ecológica e de conservação dos recursos naturais, a sustentabilidade envolve diversas outras dimensões, pois diz respeito às condições de vida e organização da sociedade como um todo. Segundo Sachs (2004), o desenvolvimento sustentável deve satisfazer três critérios principais:

- a. ser incluyente do ponto de vista social,
- b. ser sustentável do ponto de vista ecológico e
- c. ser sustentado do ponto de vista econômico.

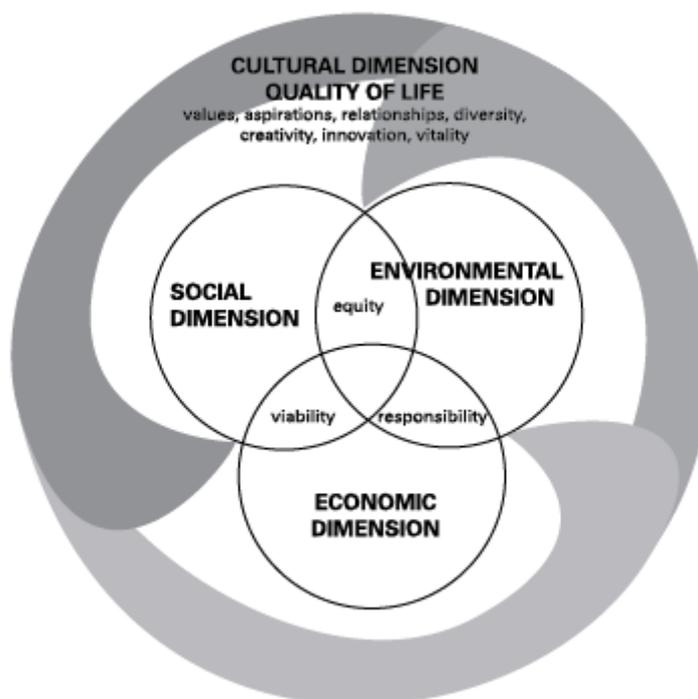
Dessa forma, juntamente à dimensão ambiental, é imprescindível considerar as dimensões social e econômica. Esta abordagem é referida na literatura como “*triple bottom line*” ou “Tripé da sustentabilidade” ou “*3Ps -People Planet Profit*” (figura 1) e foi introduzida em meados da década de 1990 por John Elkington (*apud* KRUCKEN, 2012, n.p.).



**Figura 1** - Princípios da abordagem Tripple Bottom Line.  
Fonte: ELKINGTON, 1994, *apud* KRUCKEN, 2012, n.p.

A estas três dimensões, soma-se a dimensão cultural, fundamental tendo em vista a transformação de percepção e valores necessária para avançarmos na constituição de processos sustentáveis.

Um modelo que contempla a importância dos fatores culturais para a sustentabilidade é conhecido como *Four Pillar Model*, proposto por Hawkes (2001). A figura 2 demonstra o modelo, que coloca a dimensão cultural enquanto qualidade de vida, permeando todas as demais.



**Figura 2** – Four –Pillar Sustainability Model – Fonte: RUNNALS, 2007, adaptado de HAWKES, 2001.

Na visão de Veiga (2010), a sustentabilidade exige uma trinca de indicadores, pois “só poderá ser bem avaliada se houver medidas simultâneas da dimensão ambiental, do desempenho econômico, e da qualidade de vida (ou bem-estar)” (VEIGA, 2010, p.40).

Ainda segundo Sachs (2004), é possível compreender ampliar a compreensão do conceito e identificar oito dimensões de sustentabilidade: social, cultural, ecológica, ambiental, territorial, econômica, política nacional e internacional.

Para os fins dessa pesquisa, enfocaremos ações e estratégias ligadas às dimensões cultural e educativa da sustentabilidade, conforme apresentadas no complexo das dimensões da sustentabilidade apresentado na figura 3, elaborado a partir do trabalho de Sachs:

## DIMENSÕES DA SUSTENTABILIDADE



**Figura 3** – Dimensões da sustentabilidade – Fonte: SACHS, 2004; KRUCKEN, 2012, n.p.  
Elaborada pela autora no contexto da disciplina Design para sustentabilidade, no PPGD – UEMG.

Nesse contexto, o termo *cultura de sustentabilidade* está intimamente ligado também à dimensão educativa, fazendo alusão à necessidade e centralidade de uma mudança cultural na forma como indivíduos e sociedade abordam as questões econômicas, sociais e ambientais – alterando seus comportamentos e padrões e consumo e adaptando-se a um estilo de vida mais sustentavelmente consciente (DUXBURY e GILLETTE, 2007, p. 10).

No quadro 1, as características fundamentais da cultura de sustentabilidade são comparadas às ideias-força da cultura atualmente dominante (BROCCHI, 2008, p. 38-39):

<b>Cultura atualmente dominante</b>	<b>Cultura de sustentabilidade</b>
Modelos auto-referenciais são mais importantes do que a realidade	Experiências, emoções e percepção ambiental são mais importantes do que os modelos
Visão de mundo monodimensional e centrada no econômico	Visão de mundo multidimensional, pensamento sistêmico
Monocultura, padronização e assimilação globalizadas	Diversidade cultural, comunicação, autonomia, integração
Quantidade, funcionalização, ordem, controle	Qualidade, criatividade, capacidade de aprender, dinamismo, renovação
Esforços, carreira, status, lucro, poder, violência, segurança	Humanidade, justiça, igualdade, autoconfiança e auto-determinação
Concorrência, propriedade privada	Cooperação, uso comum
Tempo industrial, aceleração	Tempo biológico (por exemplo, o ritmo de reprodução dos recursos renováveis), desaceleração
Crescimento	Equilíbrio

**Quadro 1** - Cultura atualmente dominante x cultura de sustentabilidade. Fonte: BROCCHI, 2008, p. 39. Traduzido pela autora.

A ideia de promover a cultura de sustentabilidade engloba todos os fatores e dimensões da sustentabilidade, na medida em que:

Nossa cultura encarna o sentido que damos às nossas vidas. É construída sobre os valores que compartilhamos e como conciliamos nossas diferenças. Lida com o que é importante para as pessoas e as comunidades. E acima de tudo, a nossa cultura expressa nossa visão do futuro: o que é que queremos transmitir às gerações futuras (HAWKES, 2001, p. 2).

Nesse trabalho, veremos como aspectos ligados à cultura de sustentabilidade apresentam-se e como podem ser desenvolvidos e estimulados na realidade do público jovem, nosso objeto de estudo.

Como vimos, a transição para a sustentabilidade depende fundamentalmente de uma transformação em nossa percepção e visão de mundo, além de reflexão e mudança na hierarquia de valores a partir da qual estruturamos nossas vidas. Apresentamos a seguir alguns elementos fundamentais para compreensão da natureza e da dinâmica dessas transformações:

- a. Reavaliação e mudança na hierarquia de valores;
- b. Uma nova concepção de bem-estar ligado à qualidade de vida;
- c. Novo paradigma e o papel da educação no século XXI
- d. Importância de trabalhar junto às novas gerações.

### 2.1.5 - Reavaliação e mudança na hierarquia de valores

O processo de transição em direção à sustentabilidade passa necessariamente por uma reavaliação radical dos valores que dão sentido à vida (BERRY, 1990), pela reflexão sobre as possibilidades de mudança na hierarquia de valores vigente (MALAGUTI, 2009a).

Nas palavras de Brown, “os valores são a chave para a evolução de uma sociedade sustentável, não apenas porque influenciam o comportamento, mas também porque determinam as prioridades de uma sociedade e, portanto, sua capacidade de sobreviver” (BROWN, 1981, p.400). O autor propõe uma importante reflexão, que é ao mesmo tempo perturbadora e catalisadora de novas ações:

Agora que sabemos que estamos em um curso insustentável, nosso sistema de valores adaptar-se-á a tempo de transformar a nova informação em novos valores, prioridades e programas? Frente a nós está a oportunidade de ajustar os nossos valores de acordo com nossas mudanças de percepção de nosso mundo e de nosso lugar nele (BROWN, 1981, p.400).

É importante investir em pesquisa e reflexão sobre os valores que sustentam a cultura do consumo e os valores fundamentais para auxiliar na construção de uma sociedade sustentável. Destaca-se o trabalho de Malaguti (2009a, 2009b), que propõe uma interessante leitura destes valores, buscando especialmente definir qual poderia ser o papel do Design como agente de transformação nesse campo. O quadro 2 enumera alguns dos valores levantados pela autora, indicando as necessárias transformações, aqui destacadas por representarem desafios particulares em relação às novas gerações.

<b>Valores fundamentais vigentes que sustentam a cultura do consumo</b>	<b>Valores fundamentais para auxiliar na construção de uma sociedade sustentável</b>
Consumo, no sentido de destruir, devorar, gastar até a total destruição	Cuidado, conservação, fruição.
Criação de ídolos como referenciais de identidade e beleza a serem seguidos	Respeito e valorização da diversidade; ampliação do conceito de beleza.
Propriedade e posse individual	Valorização do bem-comum, do coletivo, do comunitário.
Conveniência, associada ao “use e jogue fora”.	Outras “conveniências” como sobrevivência, manutenção, equilíbrio.
Luxo como ostentação, aparência, exclusividade, ousadia ou transgressão gratuita.	Luxo como demonstração de atitude comprometida com uma causa, coragem para rupturas; luxo como qualidade de vida.

**Quadro 2** – Hierarquia de valores na transição rumo à sustentabilidade. Fonte: MALAGUTI, 2009a, p.33-34. Adaptado pela autora.

A autora traz para a reflexão também as três estratégias de participação e ação propostas por Arbuckle, como caminho para uma vida sustentável, que denominou *compassionate design* (ARBUCKLE *apud* MALAGUTI, 2009a, 2009b):

- a. *Ressimbolizar* – criar novas imagens e representações;
- b. *Regenerar* – alimentar novos valores e formas de ver as coisas;
- c. *Reprojetar* – ampliar a capacidade de recriar a nós mesmos e a nosso mundo.

No presente trabalho, abordam-se essas três estratégias da seguinte forma:

- a. *Ressimbolizar* – ligado ao novo paradigma e à promoção de reflexão e de mudanças de percepção;
- b. *Regenerar* – ligada à mudança de valores, às novas concepções de bem-estar, redirecionamento de prioridades, atitudes e práticas;
- c. *Reprojetar* – ligada às possibilidades de ação do Design como agente de criação e transformação na promoção da cultura de sustentabilidade.

#### **2.1.6 – Uma nova concepção de bem-estar ligado à qualidade de vida**

A transição de uma sociedade insustentável para uma sustentável levará a estilos de vida materialmente diferentes. No primeiro caso, os estilos de vida são centrados em torno das atividades de autointeresse e satisfação, mas no segundo eles serão infundidos com um senso de ação e de propósito comum (BROWN, 1981, p.423-424).

Segundo Manzini (2008a), o processo de transição rumo à sustentabilidade configura-se como um processo de aprendizagem social largamente difuso, a partir de uma transformação sistêmica, do local ao global, que deve reverter as ideias de bem-estar baseado em produtos ou em acesso e reorientá-las em direção ao bem-estar ativo e baseado na qualidade do contexto de vida como um todo, com valorização aos bens comuns locais e uma ecologia do tempo.

Para Meroni (2007, p.10), a despeito da pressão da sociedade materialista, o senso de bem-estar subjetivo está baseado nos relacionamentos interpessoais e no potencial de auto-determinação dos indivíduos e das comunidades. Para a autora, a busca genuína de satisfação e autorrealização residiria na capacidade de reunir pessoas em torno de uma ideia, de mobilizar pessoas para resolver os problemas colaborativamente, em situações em que as

peças param de se ver apenas como consumidores e descobrem que podem determinar suas próprias vidas.

Na visão de Manzini e Vezzoli (2002, p.59-62), as mudanças rumo à sustentabilidade estão baseadas em uma nova qualidade social baseada em três pilares:

- a. *Convívio* – conceito de bem-estar ligado à convivência – redes – comunidades virtuais;
- b. *Multipolaridade* – conceito de bem-estar que acolhe a complexidade – diferentes experiências, sistemas tecnológicos, formas de vida, trabalho, temporalidade e espacialidade;
- c. *Friendlyness* – constituição de um consumidor mais ativo, competente, capaz, co-produtor: que se sente responsável e zela pelo bem comum e pelo bem estar comum.

Nesse modelo, as capacidades de “sensibilidade, competência e espírito de iniciativa” têm um importante papel, numa concepção de que “a qualidade de um determinado contexto é o resultado do cuidado de todas as pessoas que ali vivem” (MANZINI, 2008a, p.53).

### **2.1.7 - Novo paradigma e o papel da educação no século XXI**

É tudo uma questão de história. Estamos em dificuldades agora porque não temos uma boa história. Nós estamos entre histórias. A velha história, que conta como o mundo veio a ser e como nos encaixamos nele, não é mais eficaz. No entanto, nós ainda não aprendemos a nova história (BERRY, 1990, p.123).

À educação cabe fornecer, de algum modo, os mapas de um mundo complexo e constantemente agitado e, ao mesmo tempo, a bússola que permita navegar através dele (DELORS, 1999, p.89)

O paradigma mecanicista, que dominou nossa cultura por muitos séculos e modelou a moderna sociedade ocidental, começa agora a retroceder (CAPRA, 2004). Nesse momento, torna-se “imperativo admitir que nossa sociedade organiza-se e funciona de acordo com uma visão de mundo obsoleta, uma percepção de realidade inadequada para lidarmos com as questões urgentes de um mundo superpovoado e globalmente interligado” (CAPRA, 2004, p. 14). É preciso criar novas linhas de interpretação, novas formas de ver o homem e o mundo, como destacam Morin e Wulf (2002).

O antigo paradigma, conforme aponta Capra (2004, p. 22), consiste em várias ideias e valores fechados, entre eles:

- a. visão do universo como um sistema mecânico de blocos elementares;
- b. visão do corpo humano como uma máquina;
- c. separação mente-corpo, mente-relacionamento, mente-ecossistema, homem-natureza
- d. visão da vida em sociedade como uma luta competitiva pela existência;
- e. crença no progresso material ilimitado, a ser obtido por meio de um crescimento econômico e tecnológico.

Nesse início de milênio, um novo paradigma de compreensão da vida emerge uma nova maneira de pensar sobre a natureza da ordem e da organização dos sistemas vivos baseada na visão sistêmica – denominado por Bateson (1987) como “ecologia da mente”.

Segundo Capra e Crabtree (2000, p. 29), pensar sistemicamente significa pensar em termos de relacionamentos, conectividade e contexto. Os autores apontam como princípios-base desta nova compreensão:

- a. Sistemas vivos são todos integrados cujas propriedades não podem ser reduzidas às das partes;
- b. A Natureza do todo é sempre diferente da mera justaposição de suas partes – seu significado provém das interações e interdependência entre suas partes;
- c. Nenhuma das partes pode se manter em separado e nem é mais importante do que as outras, cada uma dependendo de todas as outras e do fluxo de energia entre elas.

Neste processo de mudança de paradigma e ressimbolização da compreensão da vida e dos modos de viver, a educação surge como elemento fundamental de disseminação de novos conceitos e oportunidade de conscientização e criação do novo, especialmente a educação voltada para a integralidade e a sustentabilidade. Para fazer frente aos desafios contemporâneos, a educação deve proporcionar ao ser humano oportunidades para um desenvolvimento integral (DELORS, 1999, p.99), sendo cada vez mais compreendida como uma construção de “conhecimentos, habilidades, compreensões, entendimentos e atitudes que deverão preparar as crianças e jovens para participar plena e ativamente das constantes mudanças da sociedade” (FONTOURA, 2002, p.208).

Morin (2001, p. 86) propõe a ideia de “ecologia da ação”, em que se aprende a levar em consideração a complexidade que supõem as ações e escolhas, em um processo de conscientização e flexibilidade frente à imprevisibilidade e aos múltiplos impactos da ação humana no mundo. Segundo o autor (2001, p.13), há sete saberes fundamentais que a educação do futuro deveria tratar em toda sociedade e em toda cultura:

- a. As cegueiras do conhecimento: o erro e a ilusão;
- b. Os princípios do conhecimento pertinente;
- c. Ensinar a condição humana;
- d. Ensinar a identidade terrena;
- e. Enfrentar as incertezas;
- f. Ensinar a compreensão;
- g. A ética do gênero humano.

Assim, a formação das novas gerações deve, ao mesmo tempo, transmitir os conhecimentos e o “saber-fazer” - bases das competências do futuro (DELORS, 1999, p.31) e dar referências para que estas desenvolvam a consciência e as habilidades sistêmicas (CAPRA, 2004, p. 130), criando condições para que se orientem num cenário de múltiplas informações, fluido, dinâmico e complexo (DE MORAES, 2010, p. 6) e desenvolver projetos de desenvolvimento individuais e coletivos.

Para Morin (2001, p.47), “a educação do futuro deverá ser o ensino primeiro e universal, centrado na condição humana”, enquanto Capra (2004, p.22) declara que a educação para uma vida sustentável é hoje fundamental, “o mais importante papel da educação neste século” e Gadotti (2000, p.4) dá ênfase na importância da ecopedagogia, na medida em que esta “não se preocupa apenas com uma relação saudável com o meio ambiente, mas com o sentido mais profundo do que fazemos com a nossa existência”.

Nesse contexto, é importante incluir também a noção de “educação para a autonomia”, conforme proposta por Paulo Freire (2002). Para o autor, a autonomia é um processo de amadurecimento do ser para si e ocorre em meio às experiências e escolhas da vida. Assim, “uma pedagogia da autonomia tem de estar centrada em experiências estimuladoras da decisão e da responsabilidade, vale dizer, em experiências respeitosas da liberdade” (FREIRE, 2002, p.103).

O autor traz a ideia de uma formação libertária, em que:

[...] a liberdade vai construindo consigo mesma, em si mesma, com materiais que, embora vindo de fora de si, sejam reelaborados por ela, a sua autonomia. É com ela, a autonomia, penosamente construindo-se, que a liberdade vai preenchendo o “espaço” antes “habitado” por sua dependência. Sua autonomia que se funda na responsabilidade que vai sendo assumida. (FREIRE, 2002, p.91)

As noções de autonomia e protagonismo são centrais para o desenvolvimento de adolescentes e jovens, especialmente em face dos desafios contemporâneos. Apresentam-se como fatores relevantes para a promoção da cultura de sustentabilidade, na medida em que estão na base de diversas compreensões e habilidades a desenvolver nesse processo.

Nesse sentido, dentre as competências necessárias a cultivar para habilitar os jovens a desenvolverem-se e tornarem-se capazes de projetar e manter sociedades sustentáveis, podemos destacar (CENTER FOR ECOLITERACY, 2006, n.p.):

- a. a habilidade de resolver problemas criativamente, aplicando a ética e consciência ambientais e sistêmicas a novas situações;
- b. a habilidade de considerar e prever o impacto e as consequências das tecnologias e ações humanas;
- c. habilidades práticas de criar e utilizar ferramentas, objetos e procedimentos requeridos por comunidades sustentáveis;
- d. a capacidade de converter convicções em ações práticas e efetivas;
- e. um sentimento de afinidade com o mundo natural e um cuidado pelo bem-estar da Terra e de todas as coisas vivas, que seja profundamente sentido, não apenas entendido;
- f. empatia e a habilidade de ver e apreciar sob múltiplas perspectivas;
- g. um compromisso com a equidade, justiça, inclusividade e respeito por todos os seres.

### **2.1.8 - Importância de trabalhar junto às novas gerações**

Como vimos, o processo de mudança sustentável implica em mudanças de comportamento advindas de um processo de conscientização, responsabilização coletiva, pertencimento e fortalecimento da autonomia. Em um breve futuro, a geração que está em formação vai “precisar de líderes e cidadãos que pensem ecologicamente, compreendam a interconectividade dos sistemas humanos e naturais, e tenham a vontade, a habilidade e a coragem de agir” (STONE, 2011, n.p.).

A habilidade de compreender e buscar sentido nas experiências e realizar escolhas será um atributo-chave para os jovens neste processo. É fundamental investir na conscientização dos jovens, para que valorizem a própria voz e o próprio potencial inato de ação e transformação.

Assim, é especialmente em relação às novas gerações que as transformações rumo a modos de vida mais saudáveis, integrados e sustentáveis mostram-se fundamentais. É preciso investir na criação de novos cenários e estilos de vida entre os jovens, fortalecendo o pensamento crítico, a autonomia, a habilidade de fazer escolhas, promovendo novas mentalidades e novos caminhos práticos.

Além da formação escolar que educa os jovens a serem membros participativos da sociedade, há outros aspectos importantes para a construção de uma identidade saudável e uma consciência cidadã, fundamental para esta formação/educação integral: estimular reflexão, formar competências para lidar com a complexidade e os desafios dos próximos tempos, a formação de lideranças, conscientização sobre escolhas e responsabilidades, entre outros.

É necessário investir no processo de formação das novas gerações para constituir uma consciência justa de seu lugar e seu papel na sociedade. É um objetivo voltado para o futuro e definirá os rumos dessa mesma sociedade. As novas gerações precisam encontrar uma forma dinâmica de reflexão e de nova percepção de seu lugar em um mundo que atualmente lhes traz muitas condicionantes e é fonte de angústia e incerteza. É fundamental constituir um programa de futuro para esses jovens, que têm enorme necessidade de inovação para poder vislumbrar outros horizontes possíveis.

## 2.2 - JUVENTUDE E ADOLESCÊNCIA

Em busca da definição do objeto de estudo e posterior investigação das possibilidades de atuação, apresenta-se revisão bibliográfica que tem como propósito:

- a. Esclarecer as origens dos conceitos de juventude e adolescência culturalmente vigentes;
- b. Ampliar a compreensão sobre o jovem, suas características psicológicas, necessidades e desafios, de forma a captar o sentido e os temas existenciais dessa fase,
- c. Compreender seus potenciais, respeitando seu estágio de desenvolvimento e recuperando o papel de referência que os adultos têm nesse processo.

### 2.2.1 – Definição e foco do trabalho

Há várias formas de classificar e delimitar os termos Adolescência e Juventude, tendo em vista que estes se referem não apenas a fases do processo de desenvolvimento fisiológico e psicológico dos indivíduos, mas são também intensamente marcadas por questões sociais e culturais. Silva e Lopes sustentam que:

[...] no Brasil, há um uso concomitante de dois termos: adolescência e juventude. Suas semelhanças e diferenças nem sempre são esclarecidas e suas concepções ora se superpõem, ora constituem campos distintos, mas complementares, ora traduzem uma disputa por abordagens distintas. (SILVA e LOPES, 2010, p. 88)

Como mencionado anteriormente, para os fins deste trabalho, denominam-se *jovens* os indivíduos de 14 a 24 anos, considerados em duas etapas de desenvolvimento: 14 a 19 anos, vivendo mais propriamente a fase e os temas da adolescência (aqui chamados de *adolescentes*); 20 a 24 anos, em uma segunda fase, mais ligada aos desafios do início da idade adulta. Para esta definição, mais que a idade propriamente dita, importa considerar a fase de desenvolvimento e as temáticas vivenciadas pelo jovem.

### 2.2.2 - Conceituação

Os conceitos de juventude e adolescência como consideramos hoje começaram a se consolidar na virada do século XIX para o século XX. Nesse campo de estudo, destaca-se o trabalho de Ariès (1981), que descreve a construção histórica dessas idades da vida, que refletiram as mudanças graduais e significativas vividas pela sociedade a partir do século XVIII. O autor registra que, embora o conceito de infância comece a adquirir seu significado moderno no século XVII, ainda persistia "a ambiguidade entre a infância e a adolescência de um lado, e aquela categoria a que se dava o nome de juventude, de outro" (ARIÈS, 1981, p. 45). Juventude tinha o sentido de "força da idade" e se referia a uma idade mais tardia.

Assim, até meados do século XIX, não havia a distinção clara do período de transição da infância à idade adulta como uma fase com características e representações sócio-culturais próprias (SAVAGE, 2007). Junto às profundas mudanças na sociedade que ocorrem a partir da virada do século, cresce a demanda por reconhecimento da juventude como fase e grupo distinto dos demais. A consciência da juventude ganha força após a guerra de 1914, quando os combatentes opuseram-se em massa às velhas gerações - a partir daí, a adolescência se expande, empurrando a infância para trás e a maturidade para frente (ARIÈS, 1981, p.47). Ao mesmo tempo, havia naquele momento um grande interesse mercadológico em constituir um novo público consumidor com gostos e hábitos diferenciados.

Os temas ligados à juventude caracterizaram fortemente o século XX, à medida que se desenvolveu uma consciência etária que, pela primeira vez, contrapôs jovens e não jovens, em que a moda e a cultura passaram a ser ditadas e elaboradas para e pelos jovens e o adolescente foi alçado à categoria de herói (DE CARVALHO LÍRIO, 2012, p.1682). Ariès define o século XX como idade privilegiada da adolescência: "passamos de uma época sem adolescência a uma época em que a adolescência é a idade favorita." (ARIÈS, 1981, p.15). Constituindo "uma das formações culturais mais poderosas de nossa época" (CALLIGARIS, 2009, p.8-9), a atual representação da adolescência foi popularizada sobretudo após a Segunda Guerra Mundial. Baseou-se por um lado em estudos e reflexões acadêmicas e por outro, em crescentes manifestações literárias, culturais e mercadológicas que criaram assim todo um referencial imagético e conceitual da juventude.

Ao longo do século passado, a adolescência constituiu-se como objeto autônomo de reflexão e pesquisa acadêmicas. O quadro 4 enumera alguns dos estudos que contribuíram para a compreensão da adolescência e sua constituição enquanto um problema moderno.

Ano	Obra	Contribuição
1904	STANLEY HALL, G. <i>Adolescence: its psychology and its relations to physiology, anthropology, sociology, sex, crime, religion and education.</i>	<p>Obra fundadora: Hall pode ser considerado o pai da psicologia da adolescência.</p> <p>Considerava-a uma época perigosa e trabalhosa, como que um novo nascimento.</p> <p>As transformações são naturais, biológicas, próprias da vida – por isso, defendia que os jovens precisavam de proteção por mais tempo (integrou a luta para que os benefícios da infância, entre eles a escolarização, se prolongassem).</p> <p>Período de tempestade e tensão, caracterizado por anomalias de comportamento.</p> <p>Em seu conceito de adolescência, já se encontra a mistura de medo e inveja na imagem idealizada que temos até hoje.</p>
1928	MEAD, Margaret. <i>Coming of Age in Samoa.</i>	<p>Ao descrever a adolescência como transição fácil e feliz em uma sociedade nas ilhas Samoa, a antropóloga demonstrou que a adolescência atormentada e difícil é uma produção da cultura e assim contrapôs as ideias de Hall.</p>
1955	COHEN, Albert. <i>Delinquent boys: The subculture of the gang.</i>	<p>Sua obra sobre jovens delinquentes teve grande influência na constituição da ideia da adolescência como oposição contra a cultura e o mundo adulto e foi crucial para difundir uma imagem negativa da adolescência.</p> <p>Contemporânea da representação do adolescente como um rebelde sem causa no cinema americano (“Juventude Transviada”, clássico estrelado por James Dean).</p>
1969	OFFER, Daniel. <i>The psychological world of the teenager: A study of normal adolescent boys.</i>	<p>Demonstrou que os adolescentes reais não correspondiam à imagem negativa difundida.</p> <p>Contraponto a Cohen, mas tarde demais para corrigir os efeitos de desconfiança sobre a adolescência.</p>
1972	ERIKSON, Erik. <i>Identidade, juventude e crise.</i>	<p>Institucionalizou a adolescência, definindo-a como uma fase especial do desenvolvimento humano, de transição por excelência. A constituição da identidade é o objetivo fundamental dessa fase.</p> <p>Foi o primeiro a utilizar o termo “moratória”, na qual o adolescente tem um período de suspensão em que experimenta diversas identidades até constituir a sua própria identidade estável.</p> <p>Entende a crise da adolescência como efeito dos nossos tempos. A rapidez das mudanças na modernidade dificulta a transmissão de tradição de pais para filhos e estes então precisam se constituir, se inventar, sem referências estáveis.</p> <p>Assinalava que a crise da adolescência já se tornava de difícil administração, pois o mesmo tipo de crise já assolava também o mundo adulto.</p>

**Quadro 3** – Principais obras que criaram e definiram o estudo da adolescência ao longo do século XX. Elaborado pela autora, a partir de CALLIGARIS (2009, p. 76-77) e DE CARVALHO LÍRIO (2012, p.1683-5).

Na visão de Calligaris (2009, p.8-9), as ideias assim desenvolvidas sobre a adolescência formam hoje o “prisma pelo qual os adultos olham os adolescentes e pelo qual os próprios adolescentes se contemplam”, constituindo um verdadeiro mito, colaborou em muito para as visões distorcidas da adolescência, o distanciamento e as dificuldades de compreensão entre as gerações.

Nossos adolescentes amam, estudam, brigam, trabalham. Batalham com seus corpos, que se esticam e transformam. Lidam com as dificuldades de crescer no quadro complicado da família moderna. Como se diz hoje, eles se procuram e eventualmente se acham. Mas, além disso, eles precisam lutar com a adolescência, que é uma criatura um pouco monstruosa, sustentada pela imaginação de todos, adolescentes e pais (CALLIGARIS, 2009, p.8).

Segundo o autor, vivemos em uma época que nutre uma espécie de culto da adolescência e tem em relação a essa fase da vida diversos posicionamentos conflitantes:

- a. A adolescência é objeto de inveja e medo, representando ao mesmo tempo os sonhos de liberdade ou fuga dos adultos e seus pesadelos de violência e desordem;
- b. É também objeto de admiração e rejeição, constituindo ao mesmo tempo um poderoso argumento de marketing e uma fonte de desconfiança e repressão preventiva (CALLIGARIS, 2009, p.8-9).

Nesse sentido, importa buscar uma aproximação mais pura, visando definir melhor quem é o adolescente. Apresentamos a abordagem crítica de Calligaris (2009), que sintetiza também as visões de vários autores, entre eles Erikson (1976). O quadro 4 traz os principais elementos de definição da adolescência propostos pelo autor, que questiona as representações vigentes.

Aspecto	Descrição
<b>Constituição</b>	O adolescente é um indivíduo que teve tempo de assimilar os valores compartilhados na comunidade, tendo sido por vários anos instruído e treinado para adotar esses ideais. Neste momento, seu corpo chega à maturação para que ele possa se consagrar na prática às tarefas que são apontadas por esses valores, aprendendo através das experiências e sendo respeitado de igual para igual pelos adultos.

Aspecto	Descrição
<b>Moratória</b>	<p>A comunidade impõe então ao adolescente uma espécie de moratória: a realização fica adiada para bem mais tarde. Não sendo reconhecido como adulto, ele deverá ficar aproximadamente mais 10 anos sob tutela, em “suspensão”, até poder realizar as ações mais importantes para as quais se preparou. Fenômeno novo, surgido com a modernidade tardia, a moratória instaura-se, prolonga-se e termina por constituir uma idade da vida, com várias implicações sociais e subjetivas.</p>
<b>Reação e rebeldia</b>	<p>A imposição da moratória (jovens impedidos de se realizar e não reconhecidos como pares e adultos pela comunidade) naturalmente gera uma reação, por vezes benigna (inventar e tentar obter reconhecimento por meios diferentes, inéditos), às vezes não.</p> <p>O fato de a educação moderna cultivar e dar grande importância ao ideal de independência torna o período de suspensão da adolescência ainda mais difícil.</p> <p>Apesar de prontos, eles têm que aceitar que a autonomia tão reverenciada seja deixada para mais tarde. Essa contradição é claramente percebida pelo jovem e pode gerar reações justificadas, em sentimentos e comportamentos rebeldes.</p>
<b>Idealização</b>	<p>Para completar, nossa cultura idealiza a adolescência como um período particularmente feliz. Em flagrante contradição, nossa cultura priva o adolescente de autonomia, adia sua realização plena de seus valores fundamentais e ao mesmo tempo impõe a ele o inexplicável dever de ser feliz, pois vive uma época da vida idealizada por todos.</p> <p>Isso naturalmente irrita muito o adolescente, que termina por viver um paradoxo: está frustrado pela moratória imposta e ao mesmo tempo “obrigado” a ser feliz por essa idealização da adolescência.</p>
<b>Duração</b>	<p>É fácil definir quando a adolescência começa: na puberdade. As mudanças fisiológicas e alterações hormonais constituem uma transformação biológica considerável, mas esta apenas constitui um problema na medida em que o olhar adulto não reconhece nelas os sinais de passagem para a vida adulta.</p> <p>Mas, quando é que termina a adolescência? A cultura contemporânea não define um marco para a transição da adolescência para a idade adulta. Nem mesmo é claro mais o que define um homem ou uma mulher adultos. Boa parte da angústia da adolescência é também fruto desta indefinição.</p>

**Quadro 4** – Síntese dos elementos de definição do adolescente. Elaborado pela autora, a partir de CALLIGARIS, 2009, p. 14-21.

Para o autor, a passagem para a vida adulta é um verdadeiro enigma: moratória mal justificada que contradiz os ideais de autonomia; privação de reconhecimento e independência; idealizada como período de liberdade e felicidade; de duração indefinida, o que gera ainda mais insegurança e confusão. Geram-se várias questões: “o que esperam de mim?”, “como conseguir que me reconheçam e me admitam como adulto?”, “por que me idealizam?” (CALLIGARIS, 2009, p. 14-21).

A questão da moratória é objeto de controvérsia entre os autores. Alguns afirmam que esta é justificada, na medida em que, apesar da maturação dos corpos, falta ao adolescente maturidade para vivenciar as experiências. Nesse sentido, alguns anos a mais de proteção e supervisão adultos seriam importantes para a constituição dessa maturidade. Outros autores, afirmam que é justamente a espera imposta que impede o adolescente de aprender através de diferentes experiências, que o priva da liberdade de vivenciar processos variados de tentativa e erro, mantendo-o inadaptado ou imaturo.

Para melhor compreensão dos desafios que estão em jogo no desenvolvimento adolescente, importa buscar avançar na compreensão de suas características e necessidades, para além das representações estereotipadas de fundo cultural e mercadológico, além de analisar os impactos das questões contemporâneas sobre as trajetórias juvenis.

### **2.2.3 – Considerações sobre desenvolvimento na adolescência e juventude – características e desafios**

Ao se compreender que o adolescente precisa de liberdade para ser ele mesmo, escolher seus amigos e preservar a intimidade de seus pensamentos e sentimentos, entende-se que ele não luta contra os pais, mas a favor de seu crescimento (SCHOEN-FERREIRA; AZNAR-FARIAS e SILVARES, 2003, p.113).

A adolescência é um período de readaptação, formação e identificação da identidade do sujeito (ERIKSON, 1972, p. 20). Engloba, além dos aspectos biológicos e fisiológicos da puberdade, os elementos psicossociais próprios dessa fase, influenciados por aspectos culturais. Assim, o universo simbólico, social e cultural interfere na puberdade, ressignificando as transformações vividas nessa fase, dando a elas signos, marcas e significações (DE CARVALHO LÍRIO, 2012, p.1678).

A seguir, destacam-se três aspectos importantes desse processo de desenvolvimento, na busca de delineamento das principais necessidades e demandas do adolescente. Constituem temas centrais de atenção e problematização nessa fase:

- a. constituição de identidade;
- b. pertencimento e socialização;
- c. imagem e inclusão social.

### 2.2.3.1 - *Constituição de identidade*

Mapeando os aspectos culturais do processo evolutivo da personalidade, Erikson (1976) propõe oito estágios, cada um com duas alternativas: quando o estágio evolutivo é satisfatoriamente alcançado, dará origem a uma personalidade saudável; quando não é atingido, o resultado será uma personalidade emocionalmente imatura ou desajustada.

O quadro 5 mapeia os estágios de Erikson (1976):

	<b>Estágios</b>	<b>Cenário em que a evolução é alcançada: a personalidade saudável desenvolve</b>	<b>Cenário em que a evolução não é alcançada: a personalidade imatura/desajustada desenvolve</b>
1	Infância	Confiança básica	Desconfiança básica
2	Meninice	Senso de autonomia	Sentimento de vergonha e dúvida
3	Fase lúdica	Atitude de iniciativa	Sentimento de culpa e inadequação
4	Idade escolar	Senso de indústria, através da identificação com o <i>ethos</i> tecnológico da sua cultura	Na ausência destas condições, sentimento de inferioridade
5	Adolescência	Encontro da identidade do indivíduo, através da crise psicossocial	Identidade difusa, com repercussões negativas por toda a vida
6	Adulto jovem	Intimidade e solidariedade	Isolamento
7	Adultícia	Geratividade	Estagnação
8	Maturidade	Integridade	Desespero

**Quadro 5** – Estágios do processo evolutivo da personalidade segundo Erikson (1976). Organizado pela autora, a partir de PINHEIRO, s.d., p. 17.

Assim, a adolescência constitui o estágio de desenvolvimento que se adquire uma identidade psicossocial, através da chamada “crise da adolescência”, em que o indivíduo recapitula e redefine os elementos de identidade já adquiridos (PINHEIRO, s.d., p. 17).

Constituindo uma fase de transição por natureza, a adolescência é caracterizada pelo desejo de experimentar diferentes identidades e diferentes formas de viver, de forma a realizar sua motivação existencial mais forte: a constituição da identidade, a busca por entender o seu papel no mundo, a partir da consciência da sua singularidade (ERIKSON, 1976, p. 20).

Também o questionamento de normas e ideias defendidas por sua família é parte constitutiva de um processo saudável de definição de identidade, valores e posicionamentos na adolescência.

### **2.2.3.2 - Pertencimento e socialização**

Nesta fase, as relações interpessoais adquirem importância central para a personalidade, sendo ambiente e espaço para várias das experiências necessárias para a constituição de identidade. A idade juvenil é a grande fase do processo de socialização, assim descrita por Sullivan (*apud* PINHEIRO, s.d., p. 1):

- a. **Pré-adolescência** – caracteriza-se pela necessidade de companheirismo com pessoas do mesmo sexo e pela capacidade de apreciar as necessidades e sentimentos do outro.
- b. **Primeira adolescência** - o indivíduo se torna cômico de três necessidades básicas: paixão, intimidade e segurança pessoal, e procura meios de integrá-los adequadamente.
- c. **Segunda adolescência** - marca o início das relações interpessoais amadurecidas.
- d. **Fase adulta** - o eu se apresenta estável e idealmente livre da excessiva ansiedade.

Na adolescência, as relações sociais são consideradas como um meio de legitimação. O grupo de amigos é a referência essencial para o adolescente no estabelecimento de valores e crenças, substituindo o papel exercido pela família durante a infância. Segundo Gresolle e Gonçalves (s.d., n.p.), no seio do grupo, o jovem encontra apoio moral, liberdade de expressão e aceitação, constituindo um sentimento de pertencimento. A inserção em diferentes grupos sociais ocorre por interesses diversos, valores, cultura, estilos de se vestir, lazer.

Podemos considerar que a procura de contato é também uma busca de si, já que “as identidades individuais se constituem como resultado de experiências individuais que surgem em ritualizações próprias de identidades coletivas” (PAIS, 2006, p. 18).

Também do ponto de vista cognitivo, ressalta-se a importância da interação social nessa etapa do desenvolvimento. Segundo Piaget, na adolescência, o amadurecimento biológico torna possível a aquisição das operações formais - ponto máximo do processo do desenvolvimento cognitivo (*apud* PINHEIRO, s.d., p. 29-30). É importante ressaltar que a aquisição das operações formais depende da interação do indivíduo com o meio e constitui um fator de fundamental importância para o processo de ajustamento social do adolescente.

### ***2.2.3.3 - Imagem e inclusão social***

Em muitos aspectos, a cultura contemporânea pode ser considerada fundamentalmente uma cultura da imagem. Mais do que nunca, “tudo deve ser visto e apresentar-se como espetáculo”: as imagens representam um papel central na constituição da subjetividade, dos significados percebidos e compartilhados e na própria estruturação do tecido social (MAFFESOLI, 2000, p. 47).

Dentre as inúmeras mudanças no seio da sociedade causadas pelas transformações tecnológicas que ocorreram desde o final do século XIX e aceleraram-se no decorrer do século XX, destacam-se: a valorização da visibilidade e comunicação através de elementos exteriores como forma básica de identificação das pessoas, em um contexto de rápido crescimento das metrópoles; e alterações nos padrões de percepção e sensibilidade das pessoas, com uma supervalorização do olhar (SEVCENKO, 2001). Esses fatores, associados ao interesse cada vez mais articulado de estimular novos estilos de vida baseados no capitalismo de mercado levaram à ascensão da chamada “cultura da imagem e do consumo”.

De acordo com França (2007, p. 47), o processo de constituição da identidade se dá enquanto uma “negociação com as imagens do mundo”, em que “ser é ser percebido”. A autora aponta que constituir a própria identidade é 'ser imagem para o outro e para o mundo', uma vez que as identidades constroem-se nas interações sociais.

No contexto contemporâneo, e especialmente entre os jovens, a imagem e a aparência funcionam como signos de pertencimento ou de exclusão. Lehmann et al (1998, p. 111) destacam que os estilos de vestir-se adquirem função crucial perante o outro, implicando na possibilidade de estar junto ou ser excluído de um grupo. Objetos, roupas e acessórios, tudo

ganha característica e dimensão de expressividade estética e é signo de inclusão ou exclusão social.

Para incluir-se o jovem necessitaria, por exemplo, de demonstrar através de emblemas e sinais visíveis as marcas que o unem ao grupo: o boné, a camiseta tal, o tênis assim ou assado, processo este que inexoravelmente o distingue de outros grupos que detêm diferentes sinais e emblemas (CASTRO, 1998, p. 133-134).

Dessa forma, a autora registra que os vínculos sociais dentro da cultura do consumo se alicerçam na complementação dos aspectos de separação e reconhecimento (CASTRO, 1998, p. 133-134). A natureza do “estar junto” para muitos jovens desenha-se no plano de, em primeiro lugar, serem reconhecidos como iguais aos demais, para em seguida, fazerem parte do grupo e pertencerem.

#### **2.2.4 - Consumo, identidade e culturas juvenis contemporâneas**

Nesta parte, analisamos a relação entre consumo e constituição de identidade na juventude, visando avaliar o impacto da lógica de consumo sobre o desenvolvimento e a cultura juvenil. Um dos objetivos desse estudo é conhecer melhor os fatores em questão, de forma a criar recursos para compreender de que forma o consumo pode substituir algumas vivências e experiências fundamentais, na medida em que aparentemente supre algumas das necessidades legítimas do adolescente.

##### ***2.2.4.1 - Dimensão simbólica do consumo e identidade***

O consumo exerce atualmente um papel eminentemente simbólico, na medida em que as ideias, símbolos e conceitos contidos nos produtos são tão ou mais importantes que o produto em si (FORTY, 2007, p. 298). Constitui um verdadeiro sistema de significação, cuja função essencial é fazer e atribuir sentido, suprimindo principalmente necessidades simbólicas e culturais (GRESOLLE e GONÇALVES, s.d., n.p.).

Os significados que revestem os bens de consumo são utilizados para expressar categorias e princípios culturais, cultivar ideias, estruturar valores, criar estilos de vida, construir identidades, regular relações sociais e definir mapas culturais (ROCHA, 2006, p.8).

O desenvolvimento de identidades através do consumo baseia-se principalmente no papel simbólico que esse desempenha: é considerado “campo privilegiado para a manutenção e cultivo do eu” (CAMPOS, DIAS e PERASSI, 2012, p. 469), na medida em que os

indivíduos buscam desenvolver uma identidade própria através de “mecanismos mentais de projeção e identificação” (MENDES e CAMPOS, 2012, p.216), que ocorrem durante o consumo de produtos dotados de determinados conteúdos simbólicos e ideológicos.

A compulsão para o consumo está ligada à pressão para expressar identidade ou status social. Há um condicionamento psicológico de buscar segurança em dois comportamentos relacionados ao grupo social: “destacar-se” e “inserir-se”. O consumo serve aos dois objetivos: “a cultura do capitalismo e do comercialismo enfatiza tanto o destacar-se quanto o inserir-se, através das posses e de sua exibição” (SPETH *apud* LEONARD, 2012, p.179).

No caso do público adolescente, esses processos simbólicos de atribuição de identidade a partir do consumo mostram-se ainda mais significativos, tendo em vista que muitos se tornam consumidores ativos antes mesmo de constituir um mínimo de maturidade psicológica e são assim facilmente levados pela ideia de que produtos e acesso poderão (ou poderiam) resolver as difíceis questões de identidade e aceitação social que se apresentam.

#### 2.2.4.2 - Juventude conformada à lógica do consumo

Um dos fatores que impulsionou a constituição da adolescência enquanto público com ideias e necessidades diferenciadas foi o interesse mercadológico em constituir um novo público consumidor. “*Teenager*” foi a princípio um termo de marketing utilizado nos EUA nos anos 1940. Pela primeira vez, jovens tornaram-se um público-alvo com rituais, direitos e exigências próprios. (SAVAGE, 2007, p. 11).



**Figura 4** – Referências visuais da *teenage* nos anos 1940 e 1950. Fonte: [www.teenagefilm.com](http://www.teenagefilm.com). Acesso em 03 de junho de 2013.

Se por um lado, a representação da juventude como a época da vida em que há liberdade, rebeldia, possibilidade de expressão e diferenciação reflete desejos e demandas legítimas dos jovens, por outro ela é frequentemente apropriada pelo sistema capitalista para um crescente aumento e sofisticação do mercado de consumo juvenil.

Nesse contexto, mais do que nunca a natural ambivalência da cultura juvenil se faz presente e encontra expressão através do consumo - seja de produtos, seja de imagens e símbolos, tudo o que possa conferir identidade e autenticidade. Assim, os sentimentos e questões juvenis são "incorporados pelo sistema capitalista e retornam na forma dos mais variados produtos" (RIBEIRO, 2012, p. 5-6), reforçando as tendências do consumo exacerbado como forma de buscar solucionar as tensões identitárias próprias da adolescência.

Dessa forma, há uma profusão de produtos, entre roupas, acessórios, equipamentos eletroeletrônicos, além de objetos imagéticos que são atualmente amplamente utilizados pelos jovens como fatores de identidade e diferenciação.



**Figura 5** – Referências visuais e atitudes da adolescência contemporânea, expressas em produtos, roupas, penteados e acessórios. Fonte: [www.tumblr.com](http://www.tumblr.com). Acesso em 03 de junho de 2013.

A cultura jovem apresenta-se cada vez mais conformada à lógica da sociedade de consumo: na sociedade contemporânea, o jovem mostra quem é e se define socialmente pelo poder de compra e acesso (RAGGI, 2010, p. 79). Identidade e subjetividade são definidas por um padrão de sucesso social marcado pela exclusão e preconceitos (SERRÃO & BALLEIRO, 1999, p. 15).

Apresentar-se na moda, possuidor do tênis ou calça jeans que está na vitrine das melhores lojas, ter acesso ao grupo de estudantes que frequentam os melhores lugares, se torna uma meta para o jovem que deseja sobreviver entre os considerados “normais” nos corredores das instituições escolares. Subtrair-se a essa busca ou ser privado dela, sem dúvida constitui-se em fator gerador de angústia, que deve ser solucionado sob pena de se permanecer em um ostracismo social diante dos outros colegas (OLIVEIRA, 2007, p. 7).

É possível perceber nas culturas juvenis os impactos da cultura de consumo, que incide diretamente sobre as jovens personalidades em desenvolvimento. Geram-se “inquietações naqueles que não podem comprar tudo o que é oferecido, e uma insuportável sensação de falta de limites naqueles que podem” (KEHL *apud* OLIVEIRA, 2007, p. 2). Cria-se assim uma dinâmica social perversa: “poucos atendem às superexigências de sempre novas aquisições de mercadorias e quinquilharias” e os demais se sentem precocemente fracassados e insatisfeitos (OLIVEIRA, 2007, p. 6).

O poder aquisitivo e o status social tornando-se os objetivos supremos a perseguir (SERRÃO & BALLEIRO, 1999, p.15), impera a lógica do “salve-se quem puder” – até mesmo na educação, a meta é utilitária: sair-se bem para ter um emprego que permita os recursos materiais para consumir (OLIVEIRA, 2007, p. 6).

Nesse ponto, ressaltamos a importância de buscar compreender que necessidades e demandas legítimas dos jovens estão sendo foco de busca de satisfação através do consumo. Considera-se que essa compreensão é fundamental para propor estratégias para reconduzir essas necessidades e demandas e buscar outras formas de realização. Este tema é explorado no item a seguir.

#### ***2.2.4.3 – Valores e necessidades expressas através dos comportamentos de consumo***

Visando compreender os valores e necessidades expressas pela juventude contemporânea, é interessante analisar suas tendências atuais de consumo e identificação simbólica. Em meio ao fenômeno crescente do consumismo, observa-se uma forte e crescente relação de lealdade e identificação do jovem em relação às marcas, que por sua vez são muito bem-sucedidas em comunicar e mobilizar esse público.

Em busca de delinear os principais motivadores simbólicos por trás do consumo, adesão e fidelidade e levantar aspectos bem sucedidos da comunicação e engajamento desenvolvidos pelas marcas junto aos jovens, realizou-se uma análise comparativa dos dados e insights-chave obtidos por cinco pesquisas:

- a. *"The Next Normal: An Unprecedented Look At Millennials Worldwide"* (2012), que entrevistou 15 mil jovens em 24 países, desenvolvida pelo conglomerado de mídia americano Viacom.

- b. *"8095: Millennials, Their Actions Surrounding Brands, and the Dynamics of Reverberation"* (2010), que entrevistou mais de 4 mil jovens em 8 países, desenvolvida pela Edelman, uma empresa mundial de Relações Públicas.
- c. *8095 Refreshed: The evolving role of brands for the world's largest and most impactful generation"* (2013), que entrevistou 44 mil jovens em 11 países. Continuação da pesquisa anteriormente citada.
- d. *"Génération C en tant que consommateurs"* (2011), que entrevistou 2000 jovens no Canadá. Desenvolvida pela empresa de pesquisa canadense Cefrio.
- e. *"Meet Generation Y - How changing expectations are shaping the way we think about customer service"*, relatório de pesquisa desenvolvido por T. Scott Gross para a empresa americana de telecomunicações Sitel em 2011.

Apresentamos a seguir a síntese dos principais valores e experiências que os jovens buscam nas marcas e no consumo atualmente, apontados pelas pesquisas anteriormente citadas.

**Sentido, significado real.** O jovem espera um conteúdo/produto que valha a pena, que apresente um valor percebido real, que tenha significado em sua vida.

**Auto-expressão.** Relação com a marca, compra e filiação figuram atualmente como relevante forma de auto-expressão. Quanto mais a marca se encaixa no seu estilo de vida, mais inclinados eles estão a desenvolver identificação pessoal com essa marca. Marcas são ícones aglutinadores e os jovens utilizam-nas para mostrarem-se membros do grupo ou de outro.

**Reconhecimento pessoal.** Os jovens querem 'customizar' o mundo à sua maneira e não gostam de serem tratados como um número ou um bloco monolítico. É importante valorizar o usuário, permitir que se reconheça como único, personalizar e adaptar a mensagem e o produto/serviço. A marca deve dar suporte e encorajar a diversidade, a criatividade e a auto-expressão.

**Criação de relação estreita de confiança.** Jovens usuários apresentam forte lealdade a marcas, em uma relação envolvente e simbiótica. A marca deve conquistar sua confiança e adesão através de transparência, autenticidade, verdade, flexibilidade e presença, demonstrando ação, atitude e dinamismo. Os jovens são surpreendentemente abertos a

engajar-se quanto às marcas, mas apenas se estas têm a abordagem certa. Esperam que a marca faça algo mais, ajude-os em sua realização pessoal e possa entretê-los. Esperam que as marcas desempenhem um papel em suas realizações pessoais.

**Participação, engajamento, criatividade.** Apreciam a possibilidade de participarem ativamente na criação e evolução da marca, gostam de estar envolvidos em pesquisa e desenvolvimento, participando de alguma forma da evolução do produto ou serviço. Gostam de combinar humor, valor e engajamento em relação a marcas.

**Presença constante e conectada em tempo real.** Os jovens que cresceram com a tecnologia não têm as mesmas práticas que os mais velhos no consumo. O *Facebook*, entre outros, é uma ferramenta que eles usam como consumidores, para fazer contato com empresas que gostam e falam sobre suas marcas favoritas com os seus amigos. O efeito de reverberação é cada vez maior *online*, *offline* e cada vez mais móvel (comunicação em tempo real - conexão quase constante que jovens têm com seu grupo de referência). O universo da comunicação pessoal é instantâneo e potencialmente global. Os jovens acreditam que tudo deve estar disponível - querem ser gratificados instantaneamente.

**Espaço para exercer escolha, especialmente em grupo.** Contando com uma rede de amigos mais extensa, cada vez mais comprar é uma experiência social. A informação é uma chave para influência: o fluxo constante de dados alimenta seus pensamentos e conversas. Buscam informações em sua rede social - compartilhamento e colaboração vão capacitá-los a tomar decisões pessoais de compra.

A síntese dos *insights* encontrados nessa análise comparativa servirá para enriquecer os elementos de análise que abordaremos na segunda parte desse trabalho, em que é avaliada a possibilidade de transpor e aplicar esses valores e percepções a um contexto diverso: a proposição de estratégias de comunicação e mobilização de jovens em iniciativas de promoção de sustentabilidade.

#### **2.2.4.4 - Cultura juvenil contemporânea**

Para entender o adolescente, hoje, o que ele pensa e o que ele é, é preciso não deixar de enxergá-lo no seu contexto. Fase de mudanças e alterações em todos os âmbitos da vida, cuja medida de compreensão tem que ser avaliada a partir das mudanças de valores, costumes e regras condizentes com esse novo tempo. (GRESOLLE e GONÇALVES, s.d., n.p.)

Faz-se necessário reconhecer-se a mobilidade e diversidade presente nas trajetórias juvenis contemporâneas, tendo em vista as consequências que as mudanças de paradigma e contexto de vida na pós-modernidade acarretam nos modos de ser e viver do jovem contemporâneo (RAGGI, 2010, p.79).

Além da chamada 'lógica do consumo', no contexto da juventude contemporânea, Serrão e Baleeiro (1999, p.15) apontam também a presença de fenômenos como:

- a. padrões de relacionamento social e interpessoal que reforçam a exclusão;
- b. falta de perspectiva (não acreditam que sua ação possa interferir no curso dos acontecimentos);
- c. percepção da cidadania como conceito abstrato, distante da realidade ativa;

Outras características contemporâneas também estão presentes nesse contexto (BAUMAN, 2001, 2005; MAFFESOLI, 2004; PAIS, 2006; HALL, 1998 *apud* RAGGI, 2010, p.79):

- a. falta de referências, transitoriedade/ oportunidades e segurança fugazes;
- b. contexto fluido, fragmentação das estruturas tradicionais;
- c. desfuturização do futuro e presenteísmo;
- d. pulverização identitária, identificação ao invés de identidade;
- e. emergência de novas formas de sociabilidade superficiais baseadas em aspectos de ordem “emocional e afetual” .

Para os fins de nossa análise, vamos dedicar nossa atenção a dois desses aspectos: identidades fluidas e múltiplas na pós-modernidade; desfuturização e investimento no presente.

#### ***2.3.4.5 - Identidades fluidas e múltiplas na pós-modernidade***

Vivemos um momento social, cultural e histórico de transformação das noções modernas de identidade. Segundo Hall (1998), estas estão em declínio, sendo descentradas, deslocadas ou fragmentadas, fazendo surgir novas identidades. Em contraposição ao sujeito moderno integrado, este é vivido agora como uma composição de “várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas” (HALL, 2008, p.12).

Para o autor, essa crise de identidade faz parte de um processo mais amplo de mudanças, que está “deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social” (HALL, 1998, p.7).

No mesmo sentido, Canclini (2008, p. 10-11) sustenta que, na modernidade recente, informal e globalizada, o papel da institucionalidade que organizou a primeira modernidade diluiu-se e cede lugar para arranjos transitórios, apropriação flexível de recursos e tomada de decisões importantes a partir da satisfação momentânea ou expectativas de curto prazo, mais do que a partir de critérios como estabilidade e ordem.

A análise de Hall (1998) aponta que essas transformações também se dão no nível pessoal, em que se experimenta uma perda do “sentido de si” estável e integrado. Diluem-se as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que antes nos forneciam sólidas localizações como indivíduos sociais. O sujeito pós-moderno não tem uma “identidade fixa, essencial ou permanente”, mas sim uma identidade “móvel, formada e transformada continuamente”, assumindo “identidades diferentes em diferentes momentos, não unificadas em torno de um eu coerente” (HALL, 2008, p. 8-9, 13).

Segundo Maffesoli (1996), assistimos à substituição da lógica de identidade que prevaleceu na modernidade (modelo de identidades definidas e centradas em que o indivíduo tem uma personalidade estável durante toda a vida) pela lógica de identificação, que pressupõe o modelo emergente de identidades múltiplas, fluidas, que “permitem aos sujeitos uma certa tramitação de valores e aparências”. Nessa abordagem, o sujeito expressa diferentes personas, tendo a identidade mais como efeito estético. Na busca de “estar junto” com aqueles com os quais se identifica momentaneamente, realiza mudanças compatíveis com a imagem do objeto /objetivo desejado (MAFFESOLI, 1996 *apud* LEHMANN et al, 1998, p. 116).

É importante notar que esse deslocamento de identidade também tem características positivas. Ele “desarticula as identidades do passado, mas também abre a possibilidade de novas articulações: a criação de novas identidades, a produção de novos sujeitos e a recomposição da estrutura em torno de pontos nodais particulares de articulação” (LACLAU, 1990 *apud* HALL, 1998, p. 18).

Essas transformações estão fortemente presentes entre os jovens, que de certa forma aceleram e intensificam as dinâmicas culturais em questão. Os jovens permitem-se transitar na

fluidez dos novos conceitos para a identidade (identidades múltiplas, identidades parciais etc), sendo muito ativos nos processos de estetização do corpo e das mutações da aparência, criando “renovadas identificações, um nomadismo pessoal e tribal” (LEHMANN et al, 1998, p. 119).

A demanda fundamental dos jovens pela constituição de identidade encontra na contemporaneidade recursos e estratégias novos. A estética e a lógica da *remixagem* - geração de imagens, sons e significados a partir de apropriação, colagem, mistura e hibridização -, em voga na arte e na cultura contemporâneas, estão presentes também nos processos de constituição de identidade entre os jovens (SANTAELLA, 2008, p. 43).



**Figura 6** – Mosaico de imagens e textos em quarto de adolescente. Fonte: [www.tumblr.com](http://www.tumblr.com). Acesso em 03 de junho de 2013.

Couto e Rocha (2009) observam bem que "as identidades na cibercultura, *online* ou *offline*, são cada vez mais camaleônicas". São de certa forma identidades mais ou menos inventadas, "hibrididades que permitem experimentação, invenção, redefinição e exibição de múltiplas identidades". Os autores destacam a possibilidade da experimentação de "vários eus fluidos" (COUTO e ROCHA, 2009, p. 26-29).

Assim, os jovens experimentam a(s) própria(s) identidade(s) como um mosaico. São verdadeiras composições, a partir da coleta e recombinação de várias referências, elementos, imagens e textos que criam e recriam códigos visuais e de comportamento. O jovem

reapropria, remixa e ressimboliza imagens e referências, atribuindo novos significados em diferentes composições, inventando e reinventando a si mesmo.

#### ***2.2.4.6 - Desfuturização e investimento no presente***

Jovens não se vêem como o futuro. Serão o presente? As mudanças na experiência da temporalidade, que se manifestam nos sentimentos e condutas das novas gerações, não apenas tornaram anacrônica a fórmula que remetia os jovens ao futuro. Fazem repensar no que resta daquilo que chamávamos modernidade (CANCLINI, 2008, p. 5-6).

Segundo Canclini (2008), na conjuntura atual, em que a concepção moderna de um processo histórico evolutivo já não se sustenta e o futuro é repleto de incerteza, já não é possível dizer aos jovens que o melhor está por vir e que eles são o futuro (CANCLINI, 2008, p. 10).

Na medida em que o futuro fracassa em oferecer possibilidades de concretização das aspirações que em relação a ele se desenham, surge então entre os jovens uma forte orientação em relação ao presente. Para muitos deles, o futuro se encontra desfuturizado, (des)governado pelo princípio da incerteza. Os projetos de futuro encontram-se relativamente ausentes ou são de curto prazo. Nesse contexto, o importante é viver o dia-a-dia (PAIS, 2006, p. 10).

Verifica-se também a busca de refúgio na ilusão como estratégia de fuga à realidade. Pais (2006) aponta que um bom exemplo é a imersão no mundo virtual do ciberespaço, especialmente em jogos. Uma forte razão para isso é que, “no cenário virtual de um jogo de computador descobrem-se como protagonistas” (PAIS, 2006, p. 12).

O autor considera que, embora sejam virtuais, essas imersões proporcionam uma forma de concretizar novas vivências de realidade, muitas vezes não constituindo propriamente uma fuga, mas uma busca alternativa.

Importante notarmos a relevância desta manifestação de necessidade do protagonismo, fator essencial de autonomia. Num contexto de dificuldades de se orientarem e constituírem um plano de desenvolvimento futuro e possíveis inserções na sociedade, um sentimento de impotência e insignificância pode originar muita angústia existencial nessa fase.

## 2.2.5 - Potencial da adolescência e o papel do adulto

Os jovens são o núcleo de nosso presente e, especialmente nas nações mais questionadas por seu desenvolvimento incerto, são a chave para interrogarmos se teremos futuro (CANCLINI, 2008, p. 15).

O adolescente é o elo da cadeia social em que as fraquezas do conjunto atingem um ponto de ruptura. (MORIN, 2013, p.367).

Segundo Morin (2013, p. 367), o adolescente carrega consigo, de modo intensificado, os problemas da nossa civilização: a adolescência é, simultaneamente, o elo frágil (por sua fraca inserção sociológica) e o elo forte (por suas energias) do conjunto de nossa sociedade (MORIN, 2013, p.367).

No mesmo sentido, Canclini (2008, p. 10) afirma que as novas gerações mostram, exacerbadas, as tendências das sociedades atuais:

- a. aumento da informação e das interações com baixa integração social;
- b. aceleração das mudanças com empobrecimento das perspectivas históricas a respeito do passado e do futuro;
- c. combinação contraditória de recursos formais e informais para satisfazer necessidades e desejos, em escala individual ou grupal.

Muitas vezes refere-se à adolescência como uma idade difícil e tomam-se atitudes a partir de uma posição de crítica, incompreensão e exclusão de suas demandas, opiniões e energias. É importante perceber que, em verdade, a adolescência é um período extremamente rico da vida humana (GRESOLLE e GONÇALVES, s.d., n.p.), uma idade plástica, na qual o indivíduo pode se transformar e se reformar, e também uma idade de “aspiração à plena existência, de desejo de uma vida simultaneamente autônoma e comunitária” (MORIN, 2013, p.368).

Nesse sentido, importa resgatar o papel dos adultos no processo de desenvolvimento e constituição de identidades juvenis. Fraser (*apud* OLIVEIRA, 2007, p.11) destaca a importância que os estudos psicanalíticos atribuem à presença de um suporte identificatório, um parâmetro para o estabelecimento de laços sociais na forma de uma pessoa com quem o jovem tenha uma relação de afeto e que se faça simbolicamente um representante da cultura. Assim, evita-se uma situação de desamparo psíquico.

Oliveira (2007) faz uma interessante análise do tema, trazendo a contribuição de vários outros autores. Enfatiza a necessidade de existir uma maior, consciente e efetiva

participação dos adultos, para que garantir que o elo entre a vida do jovem e a vida das gerações que o precederam não seria rompido, proporcionando a noção de continuidade e preservação dentro de uma determinada cultura.

Porém, infelizmente esse vínculo é cada vez menos realidade, também por influência da desconstrução de valores que ocorre na contemporaneidade. Como já apontava Arendt (*apud* OLIVEIRA, 2007, p.12) em 1954, os laços intergeracionais aparecem ameaçados por uma recusa dos adultos em assumir a responsabilidade diante de um mundo, o qual, apesar de suas contradições, deveria ser apresentado aos mais novos.

Na visão de Oliveira (2007), “os cidadãos adultos, em meio a suas incertezas, abdicam do papel estruturador antes presente na modernidade, o que inviabiliza a elaboração de identidades duradouras pelas novas gerações” (OLIVEIRA, 2007, p. 1).

Na qualidade de autoridades frente aos jovens, recém-chegados a um mundo novo, os adultos (pais, professores e outras figuras de referência) deveriam ser os guias, os alicerces para que as mudanças necessárias pudessem emergir. Porém, o que ocorre atualmente é justamente o contrário: “aqueles que deveriam orientar agora se encontram perdidos, apenas lutando com os recursos que possuem para manterem o mínimo de recursos materiais” (OLIVEIRA, 2007, p. 11). Assim, as pessoas parecem não possuir mais tempo e energia para “planejamentos de longo prazo, reflexões em torno do sentido da vida, convívio com os filhos” (PEREIRA, 2006 *apud* OLIVEIRA, 2007, p.12).

Na falta de referência para o “engajamento em um estilo de vida e na ausência de uma história que lhes seja apresentada como coerente e digna de ser perpetuada ou mesmo ressignificada” (OLIVEIRA, 2007, p. 12), os jovens da atualidade ficam expostos às diretrizes traçadas pela sociedade de consumo. Aparentemente, não resta outra opção às personalidades em formação a não ser assumirem uma subjetividade exterior (FREIRE COSTA 2004 *apud* OLIVEIRA, 2007, p. 12), superficial, desprovida de singularidade.

Essas análises e reflexões demonstram de maneira contundente a importância fundamental de considerar cuidadosamente o papel dos adultos junto aos adolescentes, um papel simultaneamente de proteção e compreensão, de liberdade e estímulo ao desenvolvimento, de solidariedade e referência.

Na visão de Morin (2013), a adolescência constitui um “fermento necessário para qualquer sociedade”, pois é movida ao mesmo tempo pelo espírito de aventura e pelo espírito de resistência:

Antes da resignação domesticada para a integração social, ela traz consigo a aspiração milenar da humanidade à harmonia e à felicidade. Trata-se portanto de reconhecer a verdade humana dos “segredos da adolescência” [...] e saber associá-los aos “segredos da maturidade” (MORIN, 2013, p. 368),

Assim, é fundamental encontrar e propor novas formas de compreensão e interação entre jovens e adultos, abrindo possibilidades para que as vozes juvenis se expressem e aliando a elas o melhor da experiência da maturidade. Esse processo requer humildade, abertura e sobretudo disposição para assumir responsabilidade e participar de um processo de crescimento e mudança que é hoje essencial e concerne o futuro conjunto de todos.

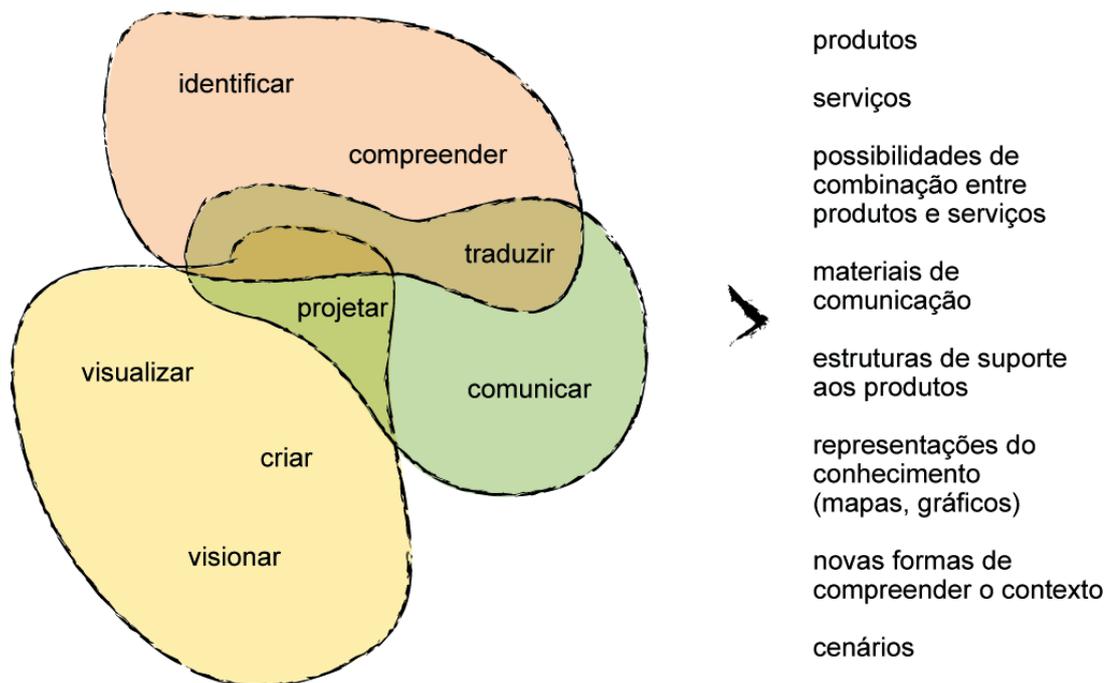
## **2.3 - O PAPEL DO DESIGN FRENTE AOS DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS**

Historicamente, a tarefa do Design era mais simples do que é hoje, e a responsabilidade do designer era mais fácil de definir. [...] Agora, face à crescente complexidade, designers tem que pensar mais profundamente sobre o futuro e seu papel em construí-lo no presente. (MARGOLIN, 2007, p.14)

Neste momento, é importante traçarmos uma reflexão sobre a natureza do Design e seu papel frente aos desafios contemporâneos, investigando sua potencialidade como um modo alternativo de intervenção, para abordar e enfrentar as questões complexas com as quais lidamos, especialmente em relação à sustentabilidade.

### **2.3.1 - Definição e Natureza do Design**

Podemos associar vários significados e interpretações ao conceito de Design. A princípio, a palavra refere-se tanto a *desenho*, quanto a *projeto* e *planejamento*. De fato, há um conjunto de significados, ações e resultados ligados à atividade de Design, como demonstra a figura 7, a seguir:



**Figura 7** – Ações e resultados relacionados com a atividade de Design. Fonte: KRUCKEN, 2009, p. 42.

Buchanan (2001) aponta que, embora uma das grandes forças do Design seja a de não se resumir a uma única definição, a busca por definições é crítica para o avanço do campo, na medida em que clarifica a natureza e a direção do trabalho e sua evolução futura (BUCHANAN, 2001, p.8).

O *International Council of Societies of Industrial Design* – ICSID propôs em 2005 a seguinte definição:

Design é uma atividade criativa que tem como objetivo estabelecer as múltiplas qualidades dos objetos, processos, serviços e seus sistemas em todo o seu ciclo de vida. Portanto, o Design é um fator central para a humanização inovadora das tecnologias e um fator crucial para a troca econômica e cultural (ICSID, 2005).

Para Maldonado (1999), a concepção do papel mediador do Design deve ser destacada:

O Design atua como uma autêntica força produtiva, que contribui para a organização e socialização das outras forças produtivas, com as quais entra em contato. O Design tem a tarefa de mediar dialeticamente as necessidades e os objetos, produção e consumo – daí a grande incidência social da atividade do design (MALDONADO, 1999, p. 16-17).

O Design é sobretudo um processo dinâmico - o ato de pensar, planejar e divisar cursos de ação com um propósito específico. Podemos dizer que o designer é um pensador cujo trabalho é mover-se do pensamento para a ação (FRIEDMAN, 2000, p. 10)

Em sua capacidade intrínseca de fusão entre a ideia e o visível, uma dupla qualidade de representação e percepção ativa, a ação de Design constitui o ato de fazer vir, de “trazer algo da não-presença à presença” (MOURA, 2005, p.73-74). Ao agregar valores semânticos aos objetos e tomar consciência das suas possibilidades comunicativas; o Design é capaz de construir algo, distingui-lo através de um signo, dar-lhe significado; designar as relações que ele estabelece; construir o sentido das coisas e das experiências (FRANZATO, 2010, p.89-90). Assim, podemos abordar o Design em suas diversas dimensões, entre as quais destacamos:

- a. enquanto um esforço consciente do sujeito para estabelecer uma ordem significativa para as coisas e objetos que o cercam (McCARTHY e GRENVILLE *apud* FONTOURA, 2002, p.209);
- b. enquanto processo e conjunto de atividades projetuais e criativas ;
- c. enquanto agente ativo para solução de problemas, através do planejamento e implementação de ações para “transformar uma situação existente em uma outra desejada” (SIMON, 1982, p. 129).;
- d. enquanto agente de criação e recriação de sentido aos objetos e às experiências (FRANZATO, 2010, p.89-90);
- e. enquanto agente de mediação entre diversos atores, transversal por natureza, que atua facilitando e apoiando o desenvolvimento de inovações (KRUCKEN, 2009, p.45).

O Design utiliza um processo de composição que reúne uma variedade de elementos, formando um todo funcional com qualidades emergentes. Na visão de Nelson e Stolterman (2003), o Design é ele mesmo uma composição, sendo constituído por:

- a. Criatividade – processo de criação seminal
- b. Pensamento reflexivo - investigação racional e pragmática
- c. Ação produtiva - manifestação e integração de conceitos criativos no mundo real (inovação);
- d. Acompanhamento responsável do processo (NELSON e STOLTERMAN, 2003, p. 5-6)

Em todas as acepções, destaca-se a natureza simultaneamente teórica e prática do Design. Constituindo-se como um campo integrativo e interdisciplinar, ele está na interseção entre diversos grandes campos. Dessa forma, desenvolver conhecimento e estratégias em Design requer uma rica e sistêmica integração entre pensamento e prática (FRIEDMAN, 2000, p. 10).

### 2.3.1.1 - Modos de conhecer próprios do Design

No trabalho de definição e levantamento das potencialidades do Design, é de extrema relevância reconhecer e compreender melhor as formas de conhecimento peculiares à consciência e habilidades de um designer. Nesse sentido, Cross (1982, p.226; 1999, p.10) aponta a ideia-chave de que há modos de conhecer próprios do Design (*'Designerly ways of knowing'*), sobre os quais ressalta alguns aspectos, descritos no Quadro 6.

Aspecto	Descrição
<b>Designers lidam com problemas mal-definidos</b>	É necessária autoconfiança para definir, redefinir e mudar o problema a luz da solução que emerge de sua mente e suas mãos.
<b>Modo de resolver problemas focado na solução</b>	Tendência a buscar ou impor um 'gerador primário' que define os limites do problema e sugere a natureza de uma possível solução.
<b>Modo de pensar construtivo e criativo</b>	Criação através da síntese de padrões a partir de um princípio ordenador.
<b>Utilização de códigos que traduzem requisitos abstratos em objetos concretos</b>	Designers aprendem a pensar em forma de esboço, de projeto, na qual padrões abstratos se transformam em padrões concretos, um tipo de linguagem artificial que transforma pensamentos em palavras e objetos.
<b>Utilização de códigos tanto para 'ler', quanto para 'escrever' em 'linguagens de objetos'</b>	Imersos na cultura material, que é a fonte primária de seu pensamento, designers tornam-se especialistas na comunicação entre as pessoas e o 'mundo dos bens'.

**Quadro 6** – Modos de conhecer próprios do Design – alguns aspectos. Traduzido e elaborado pela autora, a partir de CROSS, 1982, p.226.

As características apontadas por Cross (1982), elencadas no quadro anterior, revelam a potencialidade do Design em oferecer competências para abordagens diferenciadas sobre as questões contemporâneas.

Apoiado no trabalho de Archer (1979) junto ao *Royal College of Arts*, Cross sustenta a visão do Design enquanto uma terceira cultura, um terceiro modo de conhecimento e apreensão da realidade, ao lado das Ciências e das Humanidades (CROSS, 1982, p.221-222). Para melhor compreensão desse conceito, vejamos como o autor compara as três grandes áreas de conhecimento, analisando os fenômenos de estudo, métodos próprios de pesquisa e valores-chave de cada uma (vide Quadro 8).

	Fenômeno de estudo	Métodos próprios	Valores
<b>Ciências</b>	Mundo natural	Experimento controlado, classificação, análise	Objetividade, racionalidade, neutralidade e um interesse pela <i>verdade</i>
<b>Humanidades</b>	Experiência humana	Analogia, metáfora, crítica, avaliação	Subjetividade, imaginação, comprometimento e um interesse pela <i>justiça</i>
<b>Design</b>	Mundo construído pelo homem	Projeto / modelamento, formação de padrões, síntese	Aspecto prático, capacidade de invenção, empatia e um interesse pela <i>adequação</i>

**Quadro 8** – Visão do conhecimento e habilidades humanos como modelo de “três culturas”. Traduzido e elaborado pela autora, a partir de CROSS, 1982, p.221-222.

É fundamental reconhecer que o Design tem uma cultura intelectual própria e distinta (CROSS, 1999, p.7). A abordagem de Design é ao mesmo tempo interdisciplinar e disciplinar, na medida em que dialoga com as diversas áreas mediadas por ele, mas mantém integridade, coerência e características próprias.

Passamos assim a investigar as possibilidades de intervenção diferenciadas junto à solução de problemas complexos, a partir das competências e formas de pensamento e ação específicas do Design.

### 2.3.2 - Design como agente promissor na solução de problemas complexos

O principal desafio do Design atualmente é desenvolver ou suportar o desenvolvimento de soluções para questões de alta complexidade, que exigem uma visão abrangente do projeto, envolvendo produtos, serviços e comunicação de forma conjunta e sustentável (KRUCKEN, 2009, p. 44)

Lidamos atualmente com uma realidade cada vez mais complexa e multifacetada, que apresenta problemas desafiadores. De certa forma, as tradições de investigação e ação correntes não dão suporte para fazer face aos desafios emergentes (NELSON e STOLTERMAN, 2003, p. 2). Os modos de compreender e agir frente à realidade, a partir dos quais estruturamos e conduzimos o mundo, precisam ser fundamentalmente reestruturados para enfrentar a natureza crítica desses desafios (BANERJEE, 2008, p.3).

A grande maioria dos problemas com que lidamos atualmente, especialmente na esfera social e econômica, são complexos e demandam métodos de solução diferentes dos problemas comuns. São aqueles denominados por Rittel e Webber (1972) como problemas ‘capciosos’ (*wicked problems*), descritos a seguir no Quadro 8.

Características dos problemas	Consequências
São problemas incompletos, contraditórios e com requisitos mutáveis	Soluções frequentemente difíceis de reconhecer por conta de sua interdependência.
A natureza de um problema pode ser explicada de muitas formas	A visão de mundo de quem busca solucionar o problema acaba sendo o fator determinante para definir a explicação das causas dos problemas e das soluções.
Não existe uma formulação definitiva para um problema	A informação necessária para entender o problema depende das hipóteses de solução desse problema. A compreensão do problema e sua resolução são concomitantes.
Não existe um conjunto pré-definido de alternativas possíveis	É uma questão de julgamento definir se se deve continuar a tentar aumentar o leque de alternativas possíveis ou se deve dar-se por satisfeito com aquelas já levantadas.

Todo problema é único	Cada problema tem sua peculiaridade, um aspecto próprio ou uma combinação de aspectos que não existia nos outros problemas enfrentados no passado, dificultando a replicação de soluções.
As soluções não são verdadeiras ou falsas, e sim boas ou más	Não há metodologia ou abordagem definida para lidar com esses problemas.
Não é possível operar através de tentativa e erro.	As soluções, depois de implementadas, podem ter efeitos que se propagam através do tempo e do espaço de maneiras impossíveis de serem rastreadas

**Quadro 8** – Definição de algumas características dos problemas ‘capciosos’ (*wicked problems*), segundo Rittel e Webber. Traduzido e elaborado pela autora, a partir de RITTEL e WEBBER, 1972, p.155-164, NELSON e STOLTERMAN, 2003, p 13-14 e SABOYA, 2012, n.p.

Enquanto o modo clássico de solução de problemas é basicamente reativo, reforçado e suportado por procedimentos de solução bem-desenvolvidos, para lidar com problemas ‘capciosos’ é preciso desenvolver estratégias radicalmente diferentes, tendo em vista sua complexidade, ambiguidade e singularidade epistemológica.

Atualmente, a tomada de decisões demanda ação e habilidade para agir, a partir de uma enorme quantidade de informações incompletas e com restrições de recursos e tempo (BANERJEE, 2008, p.3). As demandas atuais requerem atores capazes de lidar com problemas complexos e que, além de deter condições e recursos, também imaginem e implementem respostas adequadas em todas as suas implicações, em situações da vida real únicas, contingentes, imprevisíveis e complexas (NELSON & STOLTERMAN, 2003).

Banerjee (2008) sustenta que a abordagem do Design, enquanto um modo de aproximação da realidade que abraça intencionalmente sua vasta riqueza e complexidade, emerge como uma alternativa à abordagem puramente racional e linear (BANERJEE, 2008, p.3). No mesmo sentido, De Moraes (2010) afirma que o Design revela seu potencial como metodologia de intervenção, na medida em que evidencia “a relação holística dos problemas, a capacidade de gestão da complexidade, dos aspectos criativos, da tensão gerada quando se inova e uma propensão natural de agir como mediador” (DE MORAES, 2010, p. 10).

Assim, o que faz do Design um agente promissor é um conjunto complexo e dinâmico de habilidades, processos cognitivos, metodologias e aspectos estruturais (vide Quadro 9).

<b>Design como um conjunto complexo</b>	
<b>Atributos estruturais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campo profundamente aplicado e necessariamente criativo.</li> <li>• Expande o espaço do problema e da solução.</li> <li>• Navega entre o abstrato e o operacional,</li> <li>• Tem potencial para gerar novos paradigmas.</li> </ul>
<b>Modelos cognitivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliza pensamento abdutivo (a lógica do possível) em adição ao pensamento indutivo e dedutivo das outras disciplinas.</li> <li>• Pratica educação, trazendo insights ocultos e oportunidades latentes a partir de cenários confusos.</li> <li>• Utiliza pensamento retrodutivo, permitindo sondar sob que condições um dado fenômeno pode emergir.</li> <li>• Método de trabalho iterativo envolvendo protótipos como alternativa altamente eficaz à pura análise. Chave para trabalhar com sucesso em problemas complexos, permitindo desenvolver conceitos em múltiplas frentes em contexto real.</li> <li>• Operações cognitivas que levam a novas configurações (racionalização espacial, cognição visio-espacial, representação simbólica e outros que levam à saltos criativos de impacto considerável).</li> </ul>
<b>Modalidades de operação estratégicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Designers conduzem síntese, criando configurações de valor maior do que a soma das componentes (habilidade-chave em cenários de restrição de recursos).</li> <li>• Estão acostumados à ambiguidade e tem a atitude necessária para lidar com problemas complexos.</li> <li>• Têm criatividade e habilidades para criar e comunicar novas visões de futuro que sirvam como motivadores para mapas estratégicos.</li> <li>• São eficazes em cenários multi-disciplinares, catalisando focos, nutrindo uma cultura de criatividade, visão compartilhada e comunicação entre disciplinas que comumente não se comunicam.</li> </ul>
<b>Atributos de atitude e estilo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ao designer é permitido opinar e expressar abertamente que ele se importa.</li> <li>• Designers são pró-ativos e inclinados à ação, ao invés de se contentarem em caracterizar fenômenos.</li> <li>• São empáticos e centrados no humano, ao mesmo tempo em que estão à vontade em cenários de negócios e tecnologia. O campo integra questões psicológicas, cognitivas, tecnológicas, sociais e econômicas à habilidade de implementar planos.</li> <li>• Compartilham seus métodos e têm habilidade de transformar pessoas de outras disciplinas em 'Design-thinkers', estimulando sua criatividade com métodos diferentes da indução e dedução.</li> </ul>

**Quadro 9** – Design como um conjunto complexo. Traduzido e elaborado pela autora, a partir de BANERJEE, 2008, p. 4-5, com a contribuição de diversos autores.

No mesmo sentido, Nelson e Stolterman (2003) apontam a possibilidade de utilizar as competências de Design para lidar com processos de mudança de forma inovadora. Ao invés de considerar a mudança como consequência do *acaso* ou da *necessidade*, com foco no problema como o motivador primário para tomar ações, como fazem as tradições clássicas de pensamento, nessa abordagem, a mudança é vista como resultado de *intenção e propósito*. Os autores tecem algumas considerações nesse sentido (NELSON e STOLTERMAN, 2003, p.15-16):

- a. Ao mudar o foco de pensamento, a mudança motivada pelo Design pode ser pró-ativa e intencional, criando condições para expressão concreta da intenção e potencial humanos, em um processo conscientemente projetado (*Designed evolution*).
- b. Essa mudança de foco requer também a reintrodução da perspectiva *analógica* em face a questões complexas. Os indivíduos lutam para compreender sua experiência de vida em uma realidade analógica. A abordagem digital e analítica reduz a enorme complexidade para que esta experiência indiferenciada faça sentido. Porém, para que a vida continue a ser experimentada como um todo coerente para o indivíduo, os resultados de toda intervenção digital e analítica devem retornar à realidade analógica;
- c. É este o papel do Design: mover-se de uma experiência de vida analógica para uma perspectiva digital ou analítica e retornar. O processo de Design começa com uma situação complexa, indiferenciada, inicia uma transição através de um processo de discernimento e distinção e termina com a integração de um projeto inovador em uma realidade concreta.

O Design, ancorado em suas características e modos próprios de conhecer e atuar no mundo e amparado por um campo de pesquisa bem constituído, tem potencial para se constituir como agente criativo e eficaz no esforço conjunto de resolução dos grandes desafios complexos e multifacetados, propostos pelas questões contemporâneas.

Vejamos a seguir algumas considerações sobre pesquisa em Design, busca de novos sentidos éticos e as possibilidades de atuação específicas no campo da sustentabilidade.

### 2.3.3 - Considerações sobre pesquisa em Design e conceito de cocriação

O presente trabalho situa-se no contexto de desenvolvimento de pesquisa em Design, vista como fonte fundamental no ciclo de criação e articulação de conhecimento na área, na medida em que oferece fundamento para a prática e para o desenvolvimento de pensamento crítico e reflexão aprofundada (FRIEDMAN, 2000, p. 13).

Especialmente em relação aos objetivos traçados, destaca-se o potencial da pesquisa em Design para:

- a. abrir investigação em questões ainda não levantadas (FRIEDMAN, 2000, p.25).
- b. enriquecer as habilidades do designer/estudante/pesquisador em Design em elaborar uma compreensão ampliada e um conhecimento consciente face às questões que se apresentam na atualidade (PIZZOCARO, 2011, p.95).

Acompanhando uma tendência geral de mudança de perspectiva no campo, atualmente apresentam-se vários tipos, caminhos e atividades de pesquisa em Design (BUCHANAN, 2001, p.17). Além dos métodos tradicionais, a pesquisa em Design vem utilizando, cada vez mais, novos métodos desenvolvidos especificamente a partir do pensamento e prática do Design, muitos deles ainda em progresso (PIZZOCARO, 2011, p.90).

Entre os métodos em progresso, destacam-se as abordagens de cocriação em Design, que representam procedimentos metodológicos centrais no presente trabalho. Assim, apresentam-se a seguir o conceito e as definições de cocriação no contexto desse trabalho de pesquisa.

#### 2.3.3.1 - Cocriação (ou codesign)

Trazer a cocriação para a prática em design causará uma série de mudanças no futuro. Mudará a forma de projetar, o que nós projetamos e quem projeta. Isso também afetará as ferramentas e métodos que as novas equipes de codesigners utilizarão.(SANDERS e STAPPERS, 2008, p.12)

Observa-se que o termo *cocriação* tem definições muito diferentes, dependendo do contexto em que se insere (NIELSEN, 2010, p.1). Sanders e Stappers (2008) afirmam que geralmente os autores referem-se à cocriação para se referir a “qualquer ato de criatividade coletiva, ou seja, a criatividade que é compartilhada por duas ou mais pessoas” (SANDERS e STAPPERS, 2008, p.1)

Quanto ao contexto específico da cocriação em Design, o termo denomina um processo que “envolve a criatividade de designers e de pessoas não treinadas em design trabalhando juntos no processo de desenvolvimento em Design” (SANDERS e STAPPERS, 2008, p.1), na medida em que considera as pessoas comuns capazes de ser criativas, se são facilitadas e encorajadas nesse sentido (NIELSEN, 2010, p.1).

Dessa forma, para os fins desse trabalho, considera-se *cocriação na perspectiva do Design*, sendo portanto sinônimo do termo *codesign*.

Como vimos, os processos de cocriação / codesign consistem na participação de vários atores nas decisões chaves do processo de Design. Fuad-Luke (2010) aponta as principais características da cocriação / codesign:

- a. encoraja um pensamento mais sistêmico, revela os efeitos em cadeia das nossas decisões na etapa projetual;
- b. estimula as pessoas a serem participantes ativos e fornecedores de soluções sustentáveis;
- c. revela novas formas e possibilidades de fazer as coisas de maneira diferente, como a criação de novos modelos de empreendimento;
- d. incentiva as pessoas a acreditar que podem tornar-se cidadãos ativos e profissionais gerando soluções que se auto-sustentam e se autoregeneram.
- e. parece construir ou fortalecer o sentimento de confiança, um ingrediente essencial para impulsionar qualquer mudança real.

(FUAD-LUKE, 2010,n.p.)

Na definição de Kingsley (2009), cocriação / codesign é uma forma de progredir através de um problema ou cenário e é usado, por exemplo, para promover mudanças de comportamento (KINGSLEY, 2009, p.1).

Na condução de processos de cocriação, os papéis alteram-se e tornam mais complexos: o usuário / público passa a ser codesigner do processo, os designers/pesquisadores passam a ser também facilitadores e os designers englobam novas funções, demandando novas habilidades e competências, como indicam os autores a seguir:

O designer / pesquisador fornece ferramentas para a ideação e desenha o processo de inovação. O designer / pesquisador e o usuário colabora com as ferramentas para a ideação. Finalmente, o designer / pesquisador dá forma às ideias (NIELSEN, 2010, p.1).

Nesse sentido, é importante desenvolver competências e proporcionar oportunidades de experimentação em abordagens de cocriação no ensino de Design, tanto no nível técnico quanto no nível da graduação. As duas atividades desenvolvidas na fase aplicada deste trabalho (Abordagens de cocriação junto a jovens na Oi Kabum e na escola de Design), apresentadas no capítulo 5, visam atender a esses propósitos.

### 2.3.4 - Busca de novos sentidos éticos para o Design

Desde o início do século XX, o Design tem atuado ativamente na difusão dos produtos manufaturados e impulsionado a economia de mercado e o fenômeno do consumismo. A partir dos anos 1960 e atualmente de maneira mais intensa, face à crise ambiental, material e de valores engendrada por esses processos, os designers começam a se questionar sobre seu papel ético.

Em 1964, um grupo de designers escreveu um manifesto, que se tornaria famoso e símbolo do questionamento crítico da atuação do designer e da busca de novos sentidos éticos para o Design: “*First Things First*”<sup>3</sup>. Destaca-se a seguir um trecho do manifesto:

Em comum com um número crescente de pessoas, chegamos a um ponto de saturação em que para nós, o grito agudo da venda ao consumidor não passa de puro ruído. *Nós pensamos que há outras coisas mais em que vale a pena usar a nossa habilidade e experiência (...)* Estamos propondo uma inversão de prioridades em favor de formas de comunicação mais úteis e mais duradouras.(FIRST THINGS FIRST MANIFESTO 1964, grifo da autora)

Em 2000, um novo grupo de designers reafirmou e atualizou o Manifesto<sup>4</sup>, que em uma passagem, diz:

Esta, por sua vez, é a forma como o mundo percebe o design. O tempo e a energia da profissão são utilizados fabricando demandas por coisas que são dispensáveis na melhor das hipóteses. (...) *Propomos uma inversão de prioridades em favor de formas de comunicação mais úteis, duradouras e democráticas.* Uma mudança de mentalidade que se afasta do marketing de produto e caminho em direção à exploração e produção de um novo tipo de significado.(FIRST THINGS FIRST MANIFESTO 2000, grifo da autora)

---

<sup>3</sup>O manifesto original *First Things First* foi publicado por 22 signatários em: Design, the Architects' Journal, the SIA Journal, Ark, Modern Publicity, The Guardian, em abril de 1964. À época, o manifesto gerou controvérsia e vários debates entre os designers. Foi renovado em 2000. Fonte:[http://www.strg-n.com/edu/hgkz\\_BuK/files/first\\_things.pdf](http://www.strg-n.com/edu/hgkz_BuK/files/first_things.pdf)

<sup>4</sup>O Manifesto *First Things First* 2000 foi uma versão atualizada do manifesto de 1964. Publicado para alguns dos profissionais mais conceituados do design gráfico e artes visuais. Foi republicado por Emigre, Eye e outras importantes revistas de design gráfico e como seu antecessor, também gerou controvérsia na comunidade do design. Fonte:[http://www.strg-n.com/edu/hgkz\\_BuK/files/first\\_things.pdf](http://www.strg-n.com/edu/hgkz_BuK/files/first_things.pdf)

Também no mesmo sentido, Findeli (2001) relata uma experiência, levada a cabo na Escola de Design da Universidade de Montreal, Canadá, entre 1989 e 1992: um projeto de pesquisa no tema da ética no design e a responsabilidade do designer . A pesquisa indicou que o código de ética da profissão não estava mais adaptado às condições contemporâneas, sendo então necessário desenvolver um novo código.

As principais conclusões do projeto foram:

- a. A fim de ser capaz de definir a responsabilidade profissional (ou seja, não só a competência), uma discussão sobre o propósito e finalidade do design é necessária;
- b. Deve ser dada prioridade à reforma do ensino de design;
- c. Não é possível haver nenhum projeto responsável, sem um designer responsável, ou seja, a educação deve ser direcionada para o desenvolvimento de uma ética renovada.

(FINDELI, 2001, p. 13)

Para complementar essa reflexão, buscou-se inspiração sobre possíveis valores de orientação para a constituição da ética no Design em obras de dois autores brasileiros: Nicolau Sevckenko (2001) e Charles Bezerra (2008).

Segundo Sevckenko (2001), antes da modernidade, a ética estava fundada nas relações entre indivíduos, centrada na perspectiva humana. O advento da era tecnológica e todas as transformações engendradas por ela multiplicou em muitas vezes a capacidade transformadora e o impacto das consequências das ações do homem sobre o ambiente e os outros homens.

Assim, é preciso encontrar uma nova ética, que permita às pessoas refletir e compreender os fatores envolvidos e tomar escolhas com base não apenas nas implicações imediatas, mas também nas consequências futuras e mais profundas (SEVCENKO, 2001, p. 44-45). O autor sugere dois elementos norteadores: o princípio da precaução (que diz que é melhor zelar pelas consequências do que se arrepender posteriormente) e o imperativo da responsabilidade (em que os agentes em posição de decisão se responsabilizam por todos os seres e processos envolvidos).

Em sua reflexão sobre ética no design, Bezerra (2008) sugere aos designers a atitude de ‘criar com humildade’, observando a utilização inteligente dos recursos, preocupando-se com desenvolvimento de valores e educação do caráter, a partir de um conceito de “responsabilidade criativa”. O autor utiliza alguns conceitos trabalhados por Popper como fundamentos para esta “nova visão das atividades de Design”:

- a. Importância de realizar mudanças graduais nas instituições, de modo a diminuir o potencial de degradação dos processos naturais e culturais;
- b. Necessidade de desenvolver uma sociedade em que as liberdades individuais se compatibilizem, através de um senso de responsabilidade;
- c. Valor da educação e discussão crítica, educação como caminho para auto-emancipação, liberdade na formação de opinião constituindo criadores / designers mais responsáveis.

(BEZERRA, 2008, p. 64-74)

Os conceitos de responsabilização, consciência sobre o impacto sistêmico das ações e intencionalidade são centrais nessas novas acepções. De fato, a orientação ideológica não é parte intrínseca da natureza do Design, mas sim depende de em que direção se escolhe dirigir a aplicação de suas competências.

Dessa forma, constata-se que, de acordo com as escolhas e orientações de projeto, as competências e estratégias de Design tanto podem servir para a continuidade dos processos de persuasão e estímulo à criação de necessidades supérfluas, quanto à criação de novos cenários e atribuição de novos valores e identidades, servindo a propósitos mais humanos, integrados e éticos.

### **2.3.5 - Papel do Design na promoção da cultura de sustentabilidade**

A criatividade e as habilidades de Design são elementos efetivamente necessários para mover um processo de inovação social e tecnológica de tal magnitude como requer a transição rumo à sustentabilidade (MANZINI, 2008, p. 16)

Na transição em direção a uma cultura e um estilo de vida sustentáveis, é importante investigar potencialidades e interfaces de ação do Design, investigando como conceitos e ferramentas de Design podem oferecer suporte e caminhos criativos para práticas inovadoras.

Os autores apontam que o Design pode ser um poderoso catalisador neste campo, revelando-se uma eficaz metodologia de intervenção (MANZINI, 2008b, n.p.). Observa-se também que características próprias do Design podem contribuir para solucionar as questões do nosso tempo: riqueza interpretativa e habilidade visionária (KRUCKEN, 2008, p.23), bem como habilidades de pensar sistemicamente e inventividade de linguagem (CARDOSO, 2012, p.244-245).

No sentido prático, o Design pode participar:

- a. Propondo soluções plurais e projetando novos cenários (KRUCKEN, 2008, p.26);
- b. Estabelecendo condições para o contexto criativo (LANDRY *apud* MERONI, 2007, p.11);
- c. Desenvolvendo ferramentas, equipamentos e infraestrutura de apoio para práticas promissoras (MALAGUTI, 2009a, p.33);
- d. Utilizando seus conhecimentos e ferramentas específicos para facilitar a convergência em direção às ideias compartilhadas e soluções potenciais (MANZINI, 2008a, p.97).

O foco projetual do Design evolui em direção a uma perspectiva sistêmica, aumentando seu campo de ação. Nesse ponto, é fundamental para o designer desenvolver competências para ser um facilitador no processo de inovação, promovendo formas de colaboração e participação ativa: integrar, ativar diálogos, criar conexões - ao mesmo tempo contextualizar e globalizar (KRUCKEN, 2008, p.26).

Assim, formam-se redes de ação multidisciplinares, em que o designer pode contribuir na criação de artefatos e processos – “a infra-estrutura *hard*, como lugares, concessões culturais, instalações, tecnologia e equipamentos e condições *soft* como sistemas de rede e contatos entre as pessoas” (LANDRY *apud* MERONI, 2007, p.11), no sentido de promover estilos de vida e emancipação dos sujeitos, relações cooperativas e harmoniosas voltados à sustentabilidade (MENDES, MEDEIROS e ONO, 2009, n.p.) e regenerar a qualidade do contexto de vida (MANZINI, 2008, p.47).

Os novos cenários de vida e as possibilidades de soluções sustentáveis baseiam-se sobretudo em redes de comunicação e ações colaborativas (MENDES, MEDEIROS e ONO,

2009, n.p.). Mais uma vez, uma competência afim, já que Design é em essência comunicação, incluindo comunicação de valores e identidades culturais (MARZANO, 1993, n.p.).

Outra característica que revela a potencialidade de intervenção através do Design é apontada por Manzini (2008): “[...] designers dispõem de instrumentos para operar sobre a qualidade das coisas e sua aceitabilidade e, portanto, sobre a atração que novos cenários de vida possam porventura exercer” (MANZINI, 2008a, p.16).

No contexto atual, emergem várias iniciativas espontâneas de inovação social, conduzidas pelo esforço de um número crescente de pessoas que buscam e criam novos modos de vida sustentáveis (MERONI, 2007, p.10). Assim, as organizações colaborativas, nascidas espontaneamente no seio da sociedade, configuram uma forma de construir os valores da comunidade e também de inculcar um sentimento de bem-estar pessoal, beneficiando tanto o indivíduo quanto o coletivo, enriquecendo também as próprias comunidades (GONÇALVES e JACOBI, 2010, n.p.).

É importante reconhecer a existência e fortalecer essas comunidades de prática, uma vez que não podem ser impostas, mas sim “imaginadas, identificadas, estimuladas, cultivadas e valorizadas”, encontrando formas criativas de engajar os indivíduos, especialmente os jovens, em uma ação estratégica para alargar seu potencial de aprendizagem e formação de identidade (GONÇALVES e JACOBI, 2010, n.p.).

É gerado um tipo original de redes de Design: “grupos amplos e flexíveis de agentes sociais que criam e desenvolvem colaborativamente soluções sustentáveis” (MANZINI, 2008a, p. 97-). Os designers são parte destas redes de Design emergentes e devem colaborar oferecendo suas competências específicas e alimentar essas redes de Design com seus conhecimentos profissionais, interagindo com outros designers não profissionais em um modelo de parceria (KRUCKEN, 2008, p. 28).

Assim, colocando em ato descontinuidades locais promissoras e participando no desenvolvimento de um bem-estar ativo - em que as capacidades de sensibilidade, competência e espírito de iniciativa tem um importante papel -, o Design pode contribuir para mudanças sistêmicas efetivas (MANZINI, 2008a, p. 36). Nesse contexto, as práticas de codesign e criação coletiva de estratégias e ferramentas surgem como modos de ação promissores.

Como vimos, cabe ao designer participar ativa e positivamente no desenvolvimento de soluções sustentáveis, em diversos campos (MANZINI, 2008a, p. 36-37). Dessa forma, é

fundamental que a formação de profissionais em Design inclua, desde o início da graduação, o desenvolvimento da capacidade reflexiva e de competências para sustentabilidade entre os estudantes de Design, visando aprimorar as condições de intervenção ativa dos designers nos processos de mudança e proposição de soluções sustentáveis.

### 3. METODOLOGIA

A fim de responder às questões colocadas pelos objetivos do presente trabalho de pesquisa, seguiu-se uma metodologia específica que será detalhada nas páginas seguintes.

Em primeiro lugar, apresenta-se a estruturação geral da pesquisa. A seguir, os procedimentos e métodos adotados em cada atividade ao longo do desenvolvimento da pesquisa. Ao final, seguem algumas considerações sobre pesquisa em Design e conceito de cocriação.

#### 3.1 - ESTRUTURAÇÃO GERAL DA PESQUISA

A abordagem investigativa foi estruturada em cinco etapas, de acordo com o esquema apresentado na Figura 8.



**Figura 8** – Síntese das etapas de pesquisa. Organizado pela autora.

Cada etapa é composta de várias atividades para as quais foram adotados diferentes métodos e preveem alguns resultados. Observa-se que, como o desenvolvimento da pesquisa não é inteiramente linear, algumas etapas aconteceram em paralelo.

O fluxo de etapas, atividades e resultados da pesquisa estão delineados na figura 9, a seguir:

# delineamento da pesquisa

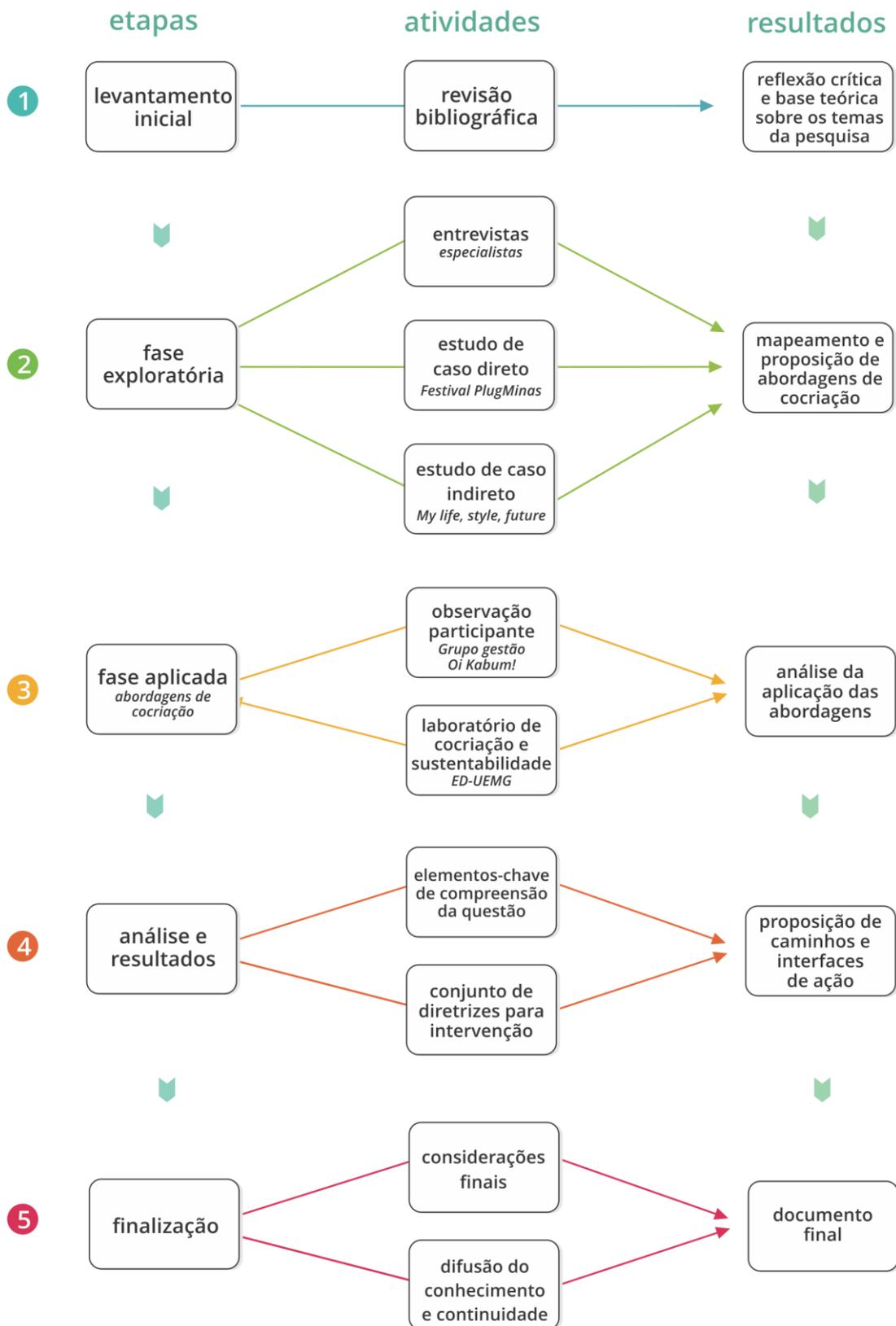


Figura 9 – Síntese e fluxo de etapas, atividades e resultados da pesquisa. Organizada pela autora.

## **3.2 - PROCEDIMENTOS E MÉTODOS**

Evidencia-se que a natureza da pesquisa é de ordem qualitativa e utiliza abordagem multimétodos. O tema objeto da análise é contemporâneo, ou seja, está evoluindo ao mesmo em que a pesquisa está sendo conduzida. Esta característica reforça o desafio de encontrar padrões para compreensão e mapeamento das questões e a necessidade de combinar conhecimentos de diversas áreas para delinear oportunidades de intervenção.

A pesquisa qualitativa consiste na abordagem indicada ao presente trabalho, na medida em que opera em “um nível de realidade que não pode ser quantificado: [...] o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes [...], processos e fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis” . (MINAYO, 1994, p. 21). Na abordagem qualitativa, o pesquisador procura reduzir a distância entre o contexto e a ação, usando a compreensão dos fenômenos pela sua descrição e interpretação. Dessa forma, “as experiências pessoais do pesquisador são elementos importantes na análise e compreensão dos fenômenos estudados” (TEIXEIRA, 2006, p.137).

A seguir, apresentamos o conceito da abordagem metodológica multimétodos, conforme utilizada no presente trabalho e detalhamos os procedimentos e métodos abordados em cada uma das etapas da pesquisa.

### **3.2.1 – Abordagem multimétodos**

A abordagem multimétodos (também chamada de triangulação metodológica ou *mixed methods*), corresponde ao uso de dois ou mais métodos de pesquisa, definidos em função do objeto e dos objetivos definidos pelo pesquisador (GÜNTHER et al, 2011).

A escolha pela aplicação de abordagens metodológicas múltiplas configura “uma estratégia que possibilita abarcar as várias vertentes de um problema, agregando disciplinas, teorias e métodos” (GÜNTHER et al, 2011). Assim, no presente trabalho essa escolha se justifica devido à:

- a. diversidade de temas envolvidos e a complexidade da questão de pesquisa;
- b. necessidade de integrar experiências diferenciadas e buscar pontos de convergência em torno do objeto;
- c. possibilidade de validar construtos de áreas interdisciplinares mediante uma perspectiva multimétodos.

Elaborou-se uma combinação de *procedimentos e técnicas de pesquisa tradicionais* (pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise de conteúdo, entrevistas abertas e semi-estruturadas, estudo de caso direto e indireto) e *procedimentos e técnicas de pesquisa em progresso* (pesquisa etnográfica rápida; observação participante, desktop research, mapeamento visual, oficinas de cocriação e construção coletiva de conhecimento, sessões de ideação, prototipagem, mapas colaborativos, entre outros). Esses últimos configuram novos métodos desenvolvidos especificamente a partir do pensamento e prática do Design, muitos deles ainda em progresso (PIZZOCARO, 2011, p.90).

<b>Etapas</b>	<b>Atividades</b>	<b>Procedimentos metodológicos</b>
<b>Etapa 1</b> <b>Levantamentos iniciais</b>	<b>Revisão bibliográfica</b>	Pesquisa documental e bibliográfica Desktop research
	<b>Entrevistas com especialistas</b>	Entrevistas abertas
<b>Etapa 2</b> <b>Fase exploratória</b>	<b>Estudo de caso direto</b> <i>Festival PlugMinas 2013</i>	Pesquisa etnográfica rápida, incluindo observação e entrevistas semi-estruturadas breves
	<b>Estudo de caso indireto</b> <i>Projeto de pesquisa My life, my style, my future</i>	Pesquisa documental, incluindo seleção e de informações textuais e gráficas e análise de conteúdo
<b>Etapa 3</b> <b>Fase aplicada</b> Abordagens de cocriação	<b>Observação participante no Grupo Gestão em Sustentabilidade</b> <i>Oi Kabum!</i>	Observação participante, incluindo proposta de um processo de cocriação, aplicado a um contexto de gestão coletiva. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brainstorming e sessões de ideação</li> <li>• Criação de campanha de comunicação</li> </ul>
	<b>Laboratório de Design, Cocriação e Sustentabilidade</b> <i>ED-UEMG</i>	Proposta e aplicação de abordagem metodológica de cocriação, incluindo a utilização de várias ferramentas de design: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapeamento visual,</li> <li>• Mapas colaborativos,</li> <li>• Sessões de ideação;</li> <li>• <i>Desktop research</i>;</li> <li>• Técnicas de visualização;</li> <li>• Questionários e enquetes virtuais</li> <li>• Protótipos;</li> <li>• Imersão com participação do usuário</li> </ul>

**Quadro 10** – Procedimentos metodológicos utilizados nas atividades das fases de levantamento de dados  
Organizado pela autora.

### 3.2.2 Procedimentos metodológicos utilizados nas atividades de pesquisa

Apresentam-se a seguir os procedimentos metodológicos utilizados em cada atividade da pesquisa.

#### 3.2.2.1 – *Entrevistas com especialistas*

Para as entrevistas com especialistas, foi adotada a técnica da *entrevista aberta*, na qual o entrevistador introduz os temas e o entrevistado discorre livremente sobre a questão, em uma conversação informal. Essa técnica mostrou-se apropriada para a fase inicial de levantamento de dados no presente trabalho, na medida em que “atende principalmente finalidades exploratórias, é bastante utilizada para o detalhamento de questões e formulação mais precisas dos conceitos relacionados” (BONI e QUARESMA, 2005, p. 72).

A entrevista aberta é utilizada quando o pesquisador deseja obter o maior número possível de informações sobre determinado tema, segundo a visão do entrevistado, e também para obter um maior detalhamento do assunto em questão. Ela é utilizada geralmente [...] na compreensão de especificidades culturais para determinados grupos” (MINAYO, 1993, p. 74).

Foram propostos temas gerais para cada especialista entrevistado, conforme detalhado no capítulo 4 – Fase exploratória, no item 4.2.

#### 3.2.2.2 – *Estudo de caso Festival PlugMinas 2013*

No estudo de caso do Festival Plugminas 2013, utilizou-se a técnica de *pesquisa etnográfica rápida*, consistindo em observação e entrevistas semi-estruturadas breves. A intervenção apresentou as características-chave desse gênero de pesquisa (MILLEN, 2000):

- a. focos de investigação dirigidos, de forma a captar o ambiente de maneira mais direta;
- b. auxílio de informantes-chave, para detectar mais rápida e precisamente as fontes de informação;
- c. utilização de análise qualitativa que utiliza a triangulação.

Realizou-se *observação* durante três dias, incluindo registros fotográficos e em vídeo. As entrevistas foram do tipo *semi-estruturado*, em que “o pesquisador deve seguir um

conjunto de questões previamente definidas, mas ele o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal” (BONI e QUARESMA, 2005, p. 74).

Uma vantagem dessa técnica é que o pesquisador pode “dirigir a discussão para o assunto que o interessa fazendo perguntas adicionais para elucidar questões que não ficaram claras ou ajudar a recompor o contexto da entrevista” (BONI e QUARESMA, 2005, p. 74). A técnica se mostrou apropriada para a atividade, na medida em que o Festival PlugMinas ofereceu um universo bastante rico, com grande diversidade de público. As questões puderam dirigir a abordagem (que deveria ser breve), mas a liberdade de explorar questões afins foi importante para captar dados importantes quanto às percepções e pontos de vista dos entrevistados.

O processo de *análise qualitativa colaborativa* foi realizado através da combinação de diferentes fontes de informação e ferramentas de análise (triangulação): dados obtidos por observação, análise de fotos e vídeos, revisão bibliográfica e dados coletados nas entrevistas.

A descrição detalhada do estudo de caso Festival PlugMinas 2013 pode ser encontrada no capítulo 4 – Fase Exploratória, no item 4.2.

### **3.2.2.3 – Estudo de caso indireto *My life-my style-my future***

Para estudo de caso indireto sobre o projeto *My life – My Style – My future*, foram utilizados procedimentos de pesquisa documental, incluindo seleção de informações textuais e gráficas e análise de conteúdo.

A análise de documentos constitui um procedimento que pode, entre outros, compor o método de pesquisa ao participar de um conjunto de estratégias, que visam ampliar as possibilidades de construção de informações acerca do objeto em estudo (CALADO e FERREIRA, 2004).

O estudo de caso indireto é apresentado em detalhes no capítulo 4 – Fase Exploratória, no item 4.3.

### **3.2.2.4 – Observação participante no Grupo Gestão Sustentabilidade Oi Kabum**

Para a intervenção de pesquisa junto ao Grupo Gestão Sustentabilidade na Oi Kabum! foi utilizada a técnica de *observação participante*, que “pressupõe a integração do

investigador ao grupo investigado, ou seja, o pesquisador deixa de ser um observador externo dos acontecimentos e passa a fazer parte ativa deles ” (BONI e QUARESMA, 2005, p.).

A intervenção junto à Oi Kabum! apresentou todas as características-chave da pesquisa participante, que consistem em (PERUZZO, 2005, n.p.):

- a. o pesquisador compartilha as atividades do grupo, envolve-se nas atividades e vivencia interesses e fatos, como um integrante do grupo;
- b. o grupo não apenas sabe que está sendo investigado, como conhece os objetivos da pesquisa e participa do processo de sua realização;
- c. a pesquisa tem o propósito de contribuir para solucionar alguma dificuldade ou problema real do grupo pesquisado;
- d. os resultados (e o próprio processo de pesquisa) revertem em benefício do grupo, servem de subsídios para o encaminhamento de questões demandadas *in loco*.

No contexto da observação participante, foi proposta uma abordagem de *cocriação*, aplicada ao processo de gestão coletiva desenvolvido no Grupo. Quanto às ferramentas de design utilizadas, destacam-se *brainstorming* e sessões de ideação e criação de campanha de comunicação.

A observação participante e a abordagem de cocriação estão apresentadas em profundidade no capítulo 5 – Fase Aplicada, no item 5.1.

#### **3.2.2.5 – Laboratório de Design, Cocriação e Sustentabilidade – ED-UEMG**

Para a atividade de Laboratório de Design, Cocriação e Sustentabilidade foi desenvolvida uma *proposta metodológica de abordagem em cocriação*, aplicada no contexto de uma disciplina optativa no curso de Design da Escola de Design – UEMG.

Foi proposto o desenvolvimento de um projeto aberto, em envolveu e estimulou várias competências de Design, inovação e sustentabilidade, incluindo a utilização de várias ferramentas de Design, entre elas: mapeamento visual, mapas colaborativos, sessões de ideação, *desktop research*, técnicas de visualização, questionários e enquetes virtuais, prototipagem e imersão com participação do usuário.

A abordagem metodológica detalhada está descrita no capítulo 5 – Fase Aplicada, no item 5.2.

## **4. FASE EXPLORATÓRIA**

No presente capítulo, apresentam-se os resultados e análises das atividades realizadas na fase exploratória da pesquisa. O objetivo dessa fase foi aprofundar a compreensão do tema, delinear melhor as questões envolvidas e levantar desafios e oportunidades de intervenção.

A fase exploratória consistiu em três atividades, descritas nos itens a seguir:

- a. Entrevistas com especialistas
- b. Estudo de caso direto - *Festival PlugMinas 2013*
- c. Estudo de caso indireto - *Projeto de pesquisa My life, my style, my future*

### **4.1 - ENTREVISTAS COM ESPECIALISTAS**

O primeiro passo da pesquisa exploratória consistiu em consultar alguns profissionais especialistas nas áreas afins ao projeto, que foram escolhidos por sua atuação profissional reconhecida e orientada aos propósitos do presente trabalho.

As entrevistas foram realizadas entre os meses de junho a agosto de 2013. Como vimos no capítulo anterior, foi utilizada a técnica de entrevista aberta, com a proposição de alguns temas para discussão (Quadro 11).

As entrevistas permitiram o levantamento de muitos aspectos relevantes pertinentes à questão de pesquisa. Apresentam-se a seguir a síntese das questões levantadas (Quadro 12) e a íntegra das entrevistas (Quadros 13 a 16).

	Entrevistados	Área de especialidade	Temas propostos para discussão
1	<b>Vally Mahe</b>	Desenvolvimento sociocultural e projetos sociais de formação para jovens.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desafios no processo de sensibilização e envolvimento dos jovens</li> <li>• Linguagens e abordagens de comunicação</li> <li>• Oportunidades de intervenção positiva</li> <li>• Hierarquia de valores apresentada pelos jovens</li> <li>• Percepção do jovem sobre sustentabilidade e participação social</li> </ul>
2	<b>Marco Túlio Boschi</b>	Design para inovação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abordagem de pesquisa em Design apropriada para o presente trabalho</li> <li>• O papel do Design na construção de um caminho de pesquisa nessa área (aplicação de metodologias de Design)</li> </ul>
3	<b>Hannah Drumond</b>	Comunicação e projetos para juventude	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Linguagens e abordagens de comunicação que melhor dialogam e sensibilizam os jovens</li> <li>• Desafios no processo de sensibilização e envolvimento dos jovens</li> </ul>
4	<b>Peter Moll</b>	Projetos em Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contexto atual de sustentabilidade ligado aos jovens</li> </ul>

**Quadro 11** - Entrevistas com especialistas. Áreas de especialidade e temas para discussão. Organizado pela autora.

### abordagem e pesquisa em design e sustentabilidade

Definir o problema
Criar abordagem para compreender a questão
Papel do Design: olhar diferenciado, visão transversal
Área em exploração e valor da experimentação
Ter em vista o contexto contemporâneo
Jovens têm pouco poder e possibilidade de interagir efetivamente na sociedade
Importância de desenvolver processo de empoderamento e autonomia

### adolescência: características e interação

Adolescência como fase de transição
Abordagem e criação de ambiente para interação
Proporcionar liberdade com referências e limites
Recursos para proporcionar referências
Importância da experimentação para constituir os próprios valores
Papel do adulto
Mudança na relação com o meio ambiente na adolescência
Importância da identificação com a comunidade de referência

### jovens: comunicação e mobilização

Adequação da linguagem para comunicar com o jovem
Seriedade com leveza, criar pontes
Escutar o que o jovem tem a dizer
A mensagem tem que ter um significado real na vida do jovem
O jovem é um multiplicador
Comunicar com o jovem sobre sustentabilidade
Mudanças de atitude e responsabilização
Buscar comunicação visual diferenciada
Estímulo à autonomia, mas com orientação
São várias juventudes

**Quadro 12** - Síntese das questões levantadas nas entrevistas com especialistas. Organizado pela autora.

# entrevista n. 1

## Vally Mahe | coordenadora do Instituto Pró Educação e Cultura

Graduada em Desenvolvimento Sociocultural, pela Université Michel de Montaigne Bordeaux 3 (França). Doze anos de experiência no acompanhamento dos adolescentes e jovens adultos para a sua integração social através do apoio educativo. Ênfase em interação com grupos de jovens, aplicando princípios da psicologia da infância e adolescência em atividades sociais e educacionais práticas. Coordenou vários projetos na área.

### Adolescência como fase de transição

Quando preparamos uma abordagem com jovens, especialmente adolescentes, é importante ter em mente que estão em uma fase de transição, em que sua própria identidade está se formando.

### Abordagem e criação de ambiente para interação

É importante tentar encontrar um ponto em comum com eles, seja na linguagem, na forma de se comportar, de dar exemplos, criar um ponto de ligação. Proporcionar a eles um espaço, um ambiente propício para que a interação aconteça; mostrar que você está ao lado deles. Assim, é fundamental abrir possibilidades de experimentação, propondo oportunidades para coisas que gostariam de realizar, algo próximo da realidade deles.

### Proporcionar liberdade com referências e limites

É bom que eles sintam que têm escolhas, mas é preciso também dar referências. Por exemplo, vamos montar juntos um programa de ensino e atividades, em que eles terão o papel de definir o conteúdo do programa. Não é possível deixar isso totalmente aberto, muitas vezes não é claro para eles mesmos o que querem e precisam. Um erro frequente é dar uma "liberdade" que termina sendo frustrante, porque não há referências e não é possível visualizar um encaminhamento válido para as questões.

### Recursos para proporcionar referências

Criar referências, enquadrar as possibilidades, dar exemplos é muito importante. Dinâmicas funcionam bem também, como forma de deixar menos abstrato o que você quer dizer. Outras abordagens artísticas e lúdicas também funcionam bem.

### Importância da experimentação para constituir os próprios valores

Para os jovens, é difícil reconhecer 'valores' no sentido fixo utilizado pelo adulto. A adolescência é justamente o momento de fazer experiências, de experimentar a si mesmo em várias formas e perspectivas, de passar por vários valores. Faz parte do processo saudável de desenvolvimento. De certa forma, nesta fase ele experimenta e se constitui para mais tarde ser e agir de acordo com quem ele é, com os valores que ele elegeu durante o processo da adolescência.

### Papel do adulto

É importante conhecer e considerar as características psicológicas do adolescente: se conhecer, saber quem é através das experiências. Como para eles, tudo ainda está em transição, ainda está em aberto, em mutação, o papel do adulto é de guia, referência. A "linha", a ligação para manter a coesão durante essas experimentações, seriam os pais, os adultos (funcionando como uma 'rede de segurança'). O problema é que hoje, em muitos casos, não se pode contar com a família para este papel mais.

### Mudança na relação com o meio ambiente

É comum dizer que o jovem não se interessa pelas questões de meio ambiente e sustentabilidade. Não é verdade. Pela experiência, vemos que muitas vezes eles estão conscientes e sensíveis a estas questões.

Porém, é preciso entender que é muito diferente a relação que a criança e o adolescente têm com a natureza e o mundo exterior!

A criança está descobrindo o mundo, para ela um bichinho, uma planta, como funciona a natureza são extremamente interessantes. Enquanto o adolescente está descobrindo o mundo interior – para ele é muito mais interessante entender como ele é, como os outros o vêem, definir como será... É outro direcionamento de interesse.

Quanto ao meio ambiente, eles não têm como pensar em como será o mundo daqui a 5 anos. No máximo, eles pensam em quem vão ser daqui a 5 anos. O que já é stress suficiente, se pensarmos que em pouco tempo terão que tomar várias definições em seu direcionamento de vida, sem muitas vezes ter condições para isso.

### Importância da identificação com a comunidade de referência

A força de turma e de 'moda' é fundamental nessa fase. Eles fazem aquilo que é legal, válido, na comunidade de referência deles. É preciso propor algo que achem interessante, 'compre a ideia'.

Se pensamos por exemplo em lançar uma mochila de material reciclável. Eles iriam aderir à ideia se houvesse algum tipo de 'testemunho' – alguém que eles achem legal, ídolo, formador de opinião, recomendasse o uso da mochila, aparecesse na mídia e nas redes sociais com a mochila. Pode ser até mesmo uma 'celebridade' local, por exemplo. Nesse sentido, o potencial das redes sociais é enorme e pode ser bem aproveitado.

**Quadro 13 - Entrevista 1: Vally Mahe - Pontos principais. Organizado pela autora.**

# entrevista n. 2

## Marco Túlio Boschi | designer e professor da Escola de Design - Universidade do Estado de Minas Gerais

Designer, professor e pesquisador em design. Mestre em Design pela Universidade Anhembi Morumbi – SP. Professor efetivo e pesquisador do Núcleo de Inovação - Escola de Design. Atua também como diretor de Design da Oggi Design. Tem grande experiência em Design e desenvolvimento de produtos, atuando como profissional desde a década de 80 em diversos segmentos. Em pesquisa concentra-se em inovação, design, gerenciamento, design thinking e design centrado no usuário.

### Definir o problema – criar abordagem para compreender a questão

É importante realizar pesquisa para levantar interesses e possíveis caminhos, antes de mais nada, para definir melhor o problema - desenvolver uma abordagem para compreensão do processo.

Assim, a ação inicial é de investigar, mapear e conseguir entender definir a questão. Para ser possível desenvolver e/ou aplicar uma ferramenta ou estratégia de Design apropriada, o problema tem que estar bem delineado. E como é uma questão complexa, demanda pesquisa e trabalho de análise e síntese.

Há várias ferramentas práticas disponíveis, depois que o contexto estiver melhor desenhado através de uma abordagem de Design, a fase de materialização da solução em si é relativamente fácil de acontecer.

### Papel do Design: olhar diferenciado, visão transversal

O papel do Design neste assunto é exatamente oferecer um olhar diferenciado: o olhar da mediação. Por não estar limitado a nenhuma área ou grupo de interesse específico, mas sim ter uma atuação transversal a todas elas, o designer pode abordar a questão de um outro lugar. Não é nem o olhar do usuário, nem o do cliente, nem o do jovem, nem o do professor – é uma visão panorâmica, um olhar diferenciado, que busca levantar os fluxos e as possibilidades de mudança nos fluxos (“design de fluxos”).

### Área em exploração e valor da experimentação

Posicionar a sua questão de pesquisa como uma área em exploração e valorizar a importância da experimentação. Como é uma questão contemporânea, real e presente, que interessa a vários públicos e não há ainda soluções prontas, já é uma contribuição interessante avançar na compreensão do problema. Verificar como outros agentes têm lidado com a questão, o que funciona, o que não funciona.

### Ter em vista o contexto contemporâneo

Não perder de vista o contexto em que a questão se insere, que inclui entre outros:

- centralidade da comunicação na atribuição de valores;
- trânsitos e dinâmicas atuais de comunicação;
- o poder intenso mas efêmero da transmissão de informações nas redes sociais;
- os processos de busca de identidade em ídolos e referências midiáticas;
- as questões de pertencimento e identificação a grupos;
- a instantaneidade de interesses;
- o enorme fluxo de informações diversas que chega aos jovens simultaneamente.

**Quadro 14 -** Entrevista 2: Marco Túlio Boschi - Pontos principais. Organizado pela autora.

# entrevista n. 3

## Hannah Drumond | Gerente Operacional do PlugMinas, centro de experimentação e arte digital para jovens

Diretora de Projetos Especiais– Instituto Cultural Sérgio Magnani/ PLUG MINAS. Formada em Comunicação Social pela PUC/MG, com especialização em Produção e Crítica Cultural pelo IEC. Atualmente é a gerente operacional do Plug Minas – Centro de Formação e Experimentação Digital. Tem grande experiência na área de projetos com a juventude.

### Adequação da linguagem para comunicar com o jovem

Essa indagação da linguagem vem de todos os lados, de como dialogar com os jovens. Os adultos acham que é difícil dialogar com os jovens, mas não é, de jeito nenhum.

Quando a gente começou o PlugMinas, como é um projeto do Governo, tinha um peso muito grande linguagem institucional na comunicação, principalmente no tratamento dos textos e das imagens. Com certeza absoluta, essa abordagem não iria comunicar bem com nosso público.

Na época, nossa prioridade era encontrar formas de dialogar com os jovens. Começamos a estudar outros projetos, formas e linguagens que se aproximassem mais. Buscamos nas teorias de comunicação que tipo de linguagem era mais próxima ao jovem e descobrimos que não existe uma teoria formada sobre o assunto.

Começamos a testar algumas coisas. Primeiro o Plug se coloriu completamente, mas não como um jardim de infância. Muito importante diferenciar o tratamento, não tratar o jovem como criança. Aqui, a gente desaprova qualquer tipo de clichê, principalmente na parte de texto, voltado para gírias, etc. Os jovens têm muita crítica absurda a isso. Ao invés de utilizar uma linguagem forçada para parecer jovem, é melhor utilizar uma linguagem direta e objetiva.

Como chegamos a uma construção mais próxima: todos nós já fomos jovens, o olhar para a linguagem está muito mais para dentro de nós do que para fora. Assim, o primeiro grande eixo com que trabalhamos é essa adequação de linguagem que fazemos.

### Seriedade com leveza, criar pontes

O segundo eixo é tratar os assuntos mais sérios com a seriedade que eles têm que ter, mas com um tom de leveza. Um boa estratégia é conversar com eles como nos lembramos que queríamos escutar quando éramos adolescentes. O papo tem que ser muito descontraído, sem hipocrisia ou formalidade.

Quando os jovens se sentem parte, quando estão legitimados, a distância diminui bastante. Não se pode propor abismos, o adulto vai justamente propor as pontes. A primeira coisa para você romper o abismo é não mentir, não ter hipocrisia. Os jovens sabem do que estamos falando.

### Escutar o que o jovem tem a dizer

Essa questão da escuta é muito importante – ouvir o que eles têm a dizer é o melhor. É sempre uma tentativa de encontrar outras formas de colocar a questão, mais realistas.

Aqui no Plug, a gente pratica uma democracia participativa. Cada núcleo tem um representante nas nossas reuniões, e tem os meninos que fazem parte. Então eles votam em tudo, e têm bastante opinião sobre tudo.

### A mensagem tem que ter um significado real na vida do jovem

O mais importante é que o que a gente comunica tem que ser SIGNIFICADO: tem que ser REAL na vida daquele jovem, de tocá-lo de alguma maneira. O que você escuta e não traz nenhum significado para você, entra por um ouvido e sai pelo outro, você sai da palestra e esqueceu o que ouviu. Mas quando aquilo toma forma, entra na sua vida como exemplo, é quando você leva aquelas ideias para casa e faz algo concreto na sua vida com aquela informação.

### O jovem é um multiplicador

O jovem em si é um multiplicador, na medida em que está conversando com seus pares o tempo todo. Assim que descobre alguma coisa, conta para o melhor amigo, claro! Quando eles se tornam os mensageiros, quando se colocam nessa posição, a aproximação e a efetividade da comunicação se multiplicam. Esta é uma das intenções de trabalhar a comunicação aqui no Plug também. É um bom desafio!

Um boa abordagem é o projeto “Sonho brasileiro” – uma pesquisa muito interessante. Tem dois conceitos ligados a este tema: o de micro-revoluções e o de jovens-ponte (jovens que tem capacidade de multiplicação muito grande, capacidade de replicar). É fundamental conseguir encontrar esses jovens.

### Comunicar com o jovem sobre sustentabilidade

Essa consciência da sustentabilidade, da preocupação com o meio ambiente, é relativamente nova. Há algo importante a respeito da participação, a ideia de “eu vou fazer a minha parte”. Isso é mostrar que uma pessoa é muito importante num ecossistema, a ideia da “micro-revolução”.

Embora eles tenham consciência das questões ambientais, a dificuldade é entenderem como é a sua implicação na questão – “o que isto tem a ver com a minha vida?”

Há um conceito maravilhoso, que se chama: *Nenhum a menos*. É abordado em escolas na África do Sul: a sala de aula é como um ecossistema, que não funciona se um estiver ausente. Então, é a importância de um dentro do grupo: um cuida do outro que cuida do outro e assim por diante. Se um dos elos falta, o sistema todo sente. Quando um tem um problema, aquele outro cuida e ajuda, responde por ele. Fica clara a importância de cada um no sistema, mas não cria dependência porque a responsabilidade e a energia circulam. Eles vivem o ecossistema na prática.

Na natureza também é assim, a gente usa e doa. Só que atualmente, a gente tem só usado, daí o desequilíbrio. Qual é a nossa obrigação? É agir sozinhos sim, cada um fazer 100% do seu papel. Assim está perto deles, eles entendem essa linguagem. Afeta a eles, tem significado real na vida deles.

## entrevista n. 3

### Mudanças de atitude e responsabilização

Temos exemplos aqui mesmo de quebra de paradigmas e mudança de atitude que são impressionantes, a partir das mudanças de linguagem.

Exemplo de episódio acontecido aqui. Quando aconteceu um ato de vandalismo anônimo no espaço comum, ao invés de buscar culpados, escolhemos iniciar um trabalho de reflexão e conversa com os meninos, questionando: o que é este espaço, o que significa pra gente? Em que eu posso contribuir, porque é importante que eu faça minha parte?

Um tempo depois, um dos jovens assumiu a responsabilidade pelo ato e se desculpou, colocando-se disponível para ressarcir a perda. Assim, eles mesmos se conscientizam e têm oportunidade de mudar de atitude. É esta postura que esperamos do jovem: não vamos pedir para eles não errarem, de jeito nenhum, é importante tratar com verdade. Essa atitude é a que a gente espera.

### Buscar comunicação visual diferenciada

O universo da juventude é muito interessante, e tem uma linguagem de comunicação visual própria. A publicidade tem muitos estudos interessantes e muitas vezes consegue atingir bem o jovem.

Uma coisa que a gente estudou muito na fase de pesquisa para adequação de linguagem, principalmente no tratamento de imagens foi a Oi, que tem uma comunicação visual simples, que se manteve jovem. Estudamos também a Nike, são marcas que dialogam bem com o jovem.

### Estímulo à autonomia, mas com orientação

Se pensarmos, as maiores organizações não-governamentais de defesa do meio ambiente começaram quando seus fundadores eram muito jovens (WWF e Greenpeace).

O jovem tem muita esperança, iniciativa, mas falta orientação. Eles precisam ter uma linha. O que eles fazem nesta linha, é por conta deles, mas tem um ponto lá na frente que é importante.

Essa é uma ferramenta de design interessante. Existem oscilações de toda natureza na vida do jovem, mas ele tem alguns pontos claros sobre o que quer para o futuro: ele quer ter uma família, quer ter grana, quer ser capaz de dar conta da sua vida. Ele quer ter o direito de chegar lá pelo próprio caminho, mas ele quer ir. É vontade de todo mundo.

A palavra de ordem da gente é AUTONOMIA. A gente quer que eles sejam autônomos e se preparem para a vida.

### São várias juventudes

Outro ponto importante: quando falamos de “juventudes”, é preciso lembrar que é muita gente, vários grupos totalmente diferentes, não é um conjunto homogêneo. Fundar uma metodologia de diálogo única é inviável. Porque depende muito do público que você está conversando. Não há como unificar um método, de jeito nenhum. Uma coisa é você conversar com um jovem urbano, de periferia, de Belo Horizonte, nessa faixa etária – outra coisa é você conversar com um jovem na zona rural no Norte de Minas ou Sul de Minas, por exemplo.

**Quadro 15 - Entrevista 3: Hannah Drumond - Pontos principais. Organizado pela autora.**

## entrevista n. 4

### Peter Moll | Pesquisador e consultor independente para o desenvolvimento da ciência, na área de sustentabilidade

Atua em projetos de sustentabilidade, especialmente na gestão de stakeholders, junto à Comunidade Européia, África e Brasil. É PhD em Ciências Ambientais e tem graduação nas áreas de humanas e ciências sociais.

Um fator importante a considerar é que, na configuração atual, **os jovens têm pouco poder e possibilidades bastante reduzidas de interagir efetivamente** na sociedade.

Daí resulta a importância fundamental de **desenvolver um processo de empoderamento e autonomia** entre os jovens. Para isto, é preciso **buscar os pontos de intervenção na realidade**, os pontos de conexão e identificar as áreas potenciais para ação e comunicação.

**Quadro 16 - Entrevista 4: Peter Moll - Pontos principais. Organizado pela autora.**

#### **4.1.1 – Considerações sobre as entrevistas**

As entrevistas possibilitaram uma aproximação mais realista ao tema, permitindo desenvolver melhor alguns aspectos da questão. A partir destas informações, algumas definições foram tomadas, quanto à abordagem da pesquisa, à particularidade do objeto de estudo, à centralidade da comunicação para mobilização dos jovens e à adoção de estratégia de criação coletiva entre diferentes públicos.

Como estamos lidando com uma questão complexa e contemporânea, muitos fatores ainda estão em aberto e ainda não há delimitação e compreensão clara do problema. Assim, ressalta-se a importância de abordar a pesquisa a partir de um investimento em compreender e mapear os fatores em questão, para posteriormente selecionar estratégias e possíveis caminhos para soluções. Ressalta-se aqui a possibilidade de intervenção do pensamento estratégico em Design, capaz de oferecer um olhar diferenciado, visão transversal e potenciais novos recursos e relações, abrindo espaço para experimentação.

Mostra-se importante: compreender as características da fase de desenvolvimento em que os jovens se encontram e os desafios reais que enfrentam na contemporaneidade – isto permitirá desenhar possibilidades de participação e ações sustentáveis que estejam de fato ligadas à sua realidade de vida. Ressalta-se a importância da identificação com a comunidade de referência e da interação saudável com os adultos nessa fase.

Considera-se que apenas a partir da abertura de espaço de expressão, compreensão das realidades e trajetórias juvenis e busca efetiva de estratégias de comunicação dialógica com os jovens, podem se abrir as possibilidades de interação e mobilização almejadas.

As entrevistas com especialistas orientaram a abordagem de pesquisa 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 e interação com os jovens.

#### **4.2 - ESTUDO DE CASO DIRETO: FESTIVAL PLUGMINAS 2013**

O segundo passo da pesquisa exploratória foi a condução de um estudo de caso, visando levantar dados sobre valores, estilos de vida, conceitos de bem-estar, questões de desenvolvimento e possíveis estratégias de comunicação e envolvimento dos jovens. O estudo incluiu observação e pesquisa etnográfica rápida com jovens e professores.

### 4.2.1 – Caracterização

O Plug Minas – Centro de Formação e Experimentação Digital é um projeto do Governo do Estado de Minas dedicado à juventude, inaugurado em junho de 2009. A proposta do projeto é apoiar os jovens na construção de seu caminho de vida, colocando em prática o seu direito à educação e à participação e oferecendo possibilidades para transformarem sua realidade.

Foi escolhido como objeto do estudo de caso por três motivos principais:

- a. Público-alvo similar ao da pesquisa: jovens de 14 a 24 anos;
- b. Universo amplo e diverso, envolvendo jovens com vários interesses e perfis;
- c. Orientação voltada aos propósitos da pesquisa: desenvolvem junto aos jovens processos de autonomia com responsabilidade e estimulam participação social e cultural ativas.



**Figura 10** – Plug Minas. Fonte: [www.agenciaminas.gov.br](http://www.agenciaminas.gov.br). Autoria: André Fossati

O centro oferece atividades gratuitas e atende jovens de 14 a 24 anos que estudam ou que se formaram em escolas públicas de Belo Horizonte e Região Metropolitana. A estrutura do Plug Minas é dividida em núcleos diferentes que ocupam o mesmo espaço, de cerca de 70 mil quadrados. Atualmente, oito núcleos estão em funcionamento:

- **Valores de Minas** - Artes Visuais, Circo, Dança, Música
- **Oi Kabum!** - Design gráfico, vídeo, webdesign, computação gráfica e fotografia
- **Empreendedorismo Juvenil** - Capacitação para o mercado do trabalho
- **INOVE** – Jogos Digitais
- **Laboratório de Culturas do Mundo** – Idiomas e cultura
- **Caminhos do Futuro** - Exposições, encontros e apresentações dos núcleos

- **Amigo do Professor** - núcleo aos professores da rede pública de ensino
- **Núcleo de Planejamento e Gestão** – operacionalização e gerenciamento da rede de colaboradores do Plug Minas



**Figura 11** – Atividades no Plug Minas. Fonte: [www.valoresdeminas.org.br](http://www.valoresdeminas.org.br) e [www.agenciaminas.gov.br](http://www.agenciaminas.gov.br).

Desde 2010, o Plug Minas realiza anualmente um grande evento colaborativo aberto à comunidade, no mês de junho. Todos participam na organização, sugestão e execução da programação, em atividades colaborativas programadas a partir de interesses comuns a estudantes e educadores. A proposta é criar momentos de entretenimento, educação e integração, por meio de oficinas, mesas de discussão e palestras. O Festival é também uma oportunidade de interação com a comunidade e pretende contribuir para a formação e educação de cidadãos.

Em 2013, foi realizada a quarta edição do Festival Plug Minas, nos dias 28, 29 e 30 de junho, com o tema “*Um olhar sobre si*”. O Festival contou com uma programação ampla, eclética e multidisciplinar e atraiu mais de 800 inscritos, sendo a grande maioria jovens entre 14 e 24 anos.



**Figura 12** – Atividades no Festival Plug Minas 2013. Fotos: Manoel Resende

#### 4.2.1 - Observação e Pesquisa de campo

Como apresentamos no capítulo anterior, realizou-se uma intervenção de pesquisa durante o Festival, consistindo em observação participante e entrevistas semi-estruturadas breves. Utilizou-se a técnica de pesquisa etnográfica rápida, com foco dirigido de forma a captar o ambiente de maneira mais direta e contando com o auxílio de informantes-chave, além de um processo de análise qualitativa que utiliza a triangulação – características-chave desse gênero de pesquisa (Millen, 2000).

A escolha do Festival como ocasião da observação justifica-se exatamente por congrega grande parte da comunidade do PlugMinas, permitindo uma boa visão de conjunto e oportunidade de observar e abordar vários jovens e professores do centro, além de outros membros da comunidade externa, ligados ao centro por afinidades diversas. É importante ressaltar a grande diversidade encontrada no público, que apesar de apresentar homogeneidade na faixa etária, contava com vários estilos, ‘tribos’ e identidades culturais diferentes.

Além do público do Festival em geral, foram contactados alguns informantes-chave, que permitiram detectar mais rápida e precisamente as fontes de informação: alguns profissionais ligados à gestão do PlugMinas, à organização do evento e responsáveis por políticas públicas para a juventude e alguns jovens em posições estratégicas de apoio, representação e formação de opinião entre seus pares.

Finalmente, o processo de análise qualitativa colaborativa foi realizado através de triangulação - processo de combinar diferentes fontes de informação e ferramentas de análise – entre a observação participante (incluindo fotoanálise), a revisão bibliográfica e as entrevistas.



**Figura 13** – Atividades no Festival Plug Minas 2013. Fotos: Manoel Resende

### **4.2.3 –Mapeamento dos resultados e análise do estudo de caso**

Observa-se que o objetivo da apresentação dos resultados tem caráter qualitativo e não exaustivo. Foram entrevistadas 62 pessoas, entre elas 50 jovens entre 14 e 24 anos e 12 adultos acima de 24 anos, entre professores e responsáveis pela organização.

A partir da análise dos dados obtidos através da observação e das entrevistas com os participantes do Festival, elaborou-se um mapeamento, conforme apresentado nas figuras 14 e 15. Observa-se que a análise dos dados é de ordem qualitativa e não exaustiva.

O primeiro, apresentado na figura 14, aponta as principais respostas dos jovens entrevistados quanto à questão: “Qual é o seu sonho?”. É relevante o fato de que 60% por entrevistados deram respostas relativas a questões profissionais, por ângulos diversos. Um terço destes falou especificamente de realização profissional através do reconhecimento artístico. Outras questões interessantes chamam a atenção neste mapeamento, entre elas o fato de poucos jovens terem indicado sonhos coletivos, ligados ao bem comum. Aparentemente, sonho está muito mais ligado à dimensão de realização material e ao sentimento de individualismo, de ter que fazer seu caminho de vida individualmente, através do trabalho e do reconhecimento.

Essa interpretação está em sintonia com aspectos encontrados na revisão bibliográfica, especialmente quando se analisam os processos de extrema individualização e atomização presentes na contemporaneidade e a pressão que a sociedade exerce sobre os jovens em período de definição de seu caminho profissional, muitas vezes em cenários de grande incerteza.



Figura 14 - Mapeamento dos resultados de pesquisa Festival PlugMinas – Sonhos. Organizado pela autora.

O segundo mapeamento (figura 15), mais complexo, traz várias questões evocadas por jovens e adultos nas entrevistas, quando evocado a questão: “Como comunicar com o jovem?”. Foram indicados vários caminhos nesse sentido e ainda outros elementos interessantes vieram à tona: sobre as características do processo de crescimento do jovem e as possibilidades de resgate e busca de integridade, também na integração entre as diferentes gerações.

Quanto às estratégias de comunicação, os jovens foram muito claros ao dizer que não gostam de abordagens pouco diretas, que tentam simular intimidade ou falsear uma linguagem dita “jovem”. Eles demonstraram a importância da comunicação ser verdadeira, apresentar ligação e sentido reais para eles e utilizar-se de métodos e técnicas práticas e ilustrativas, que tragam as informações para contextos concretos e sejam dinâmicas. As novas tecnologias e atividades em arte e cultura foram evocadas como meios e ferramentas propícias à comunicação.

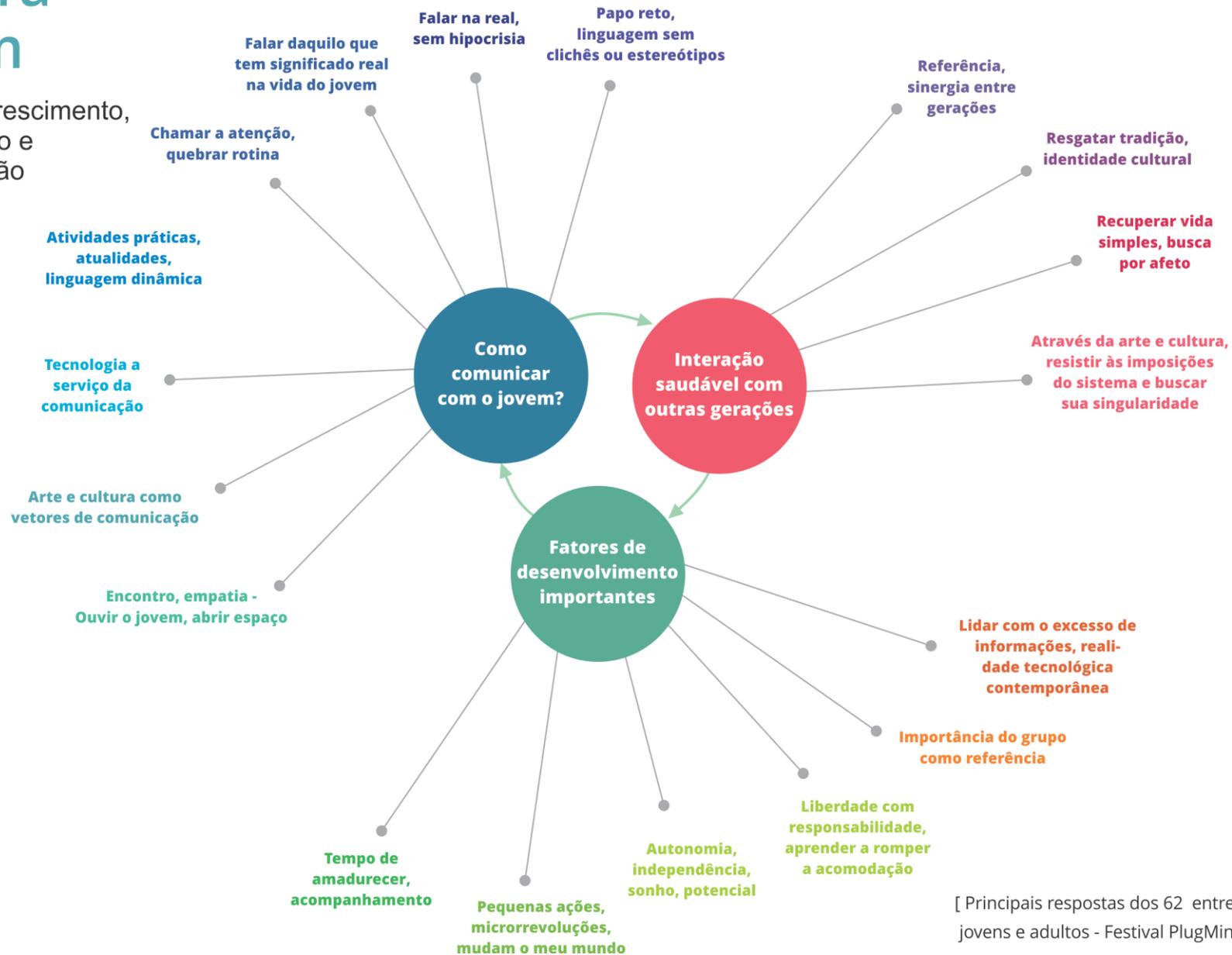
Tanto os jovens quanto os adultos ressaltaram a importância de que o jovem seja tratado de igual para igual, mas tenha respeitadas as particularidades da fase de vida. Autonomia surge como um tema fundamental, mas acompanhado de limites e referências. Em várias entrevistas, foi evocada a necessidade do jovem ter mais espaço, ser melhor compreendido em sua realidade e ter oportunidades efetivas de colaboração responsável com os adultos.

Quanto aos desafios de desenvolvimento, foram citados fatores como amadurecimento, necessidade de realizar transformações a partir do microambiente, de si mesmos, importância de aprender a reconhecer seus próprios potenciais, pontos fortes e fracos, entre outros. A inserção social em grupos de referência e o aprendizado de selecionar informações em meio ao excesso de trânsitos e significados da realidade tecnológica também são aspectos-chave para o desenvolvimento.

A possibilidade de sinergia entre as gerações também é evocada – é importante lembrar que os adultos ali presentes de alguma forma já fizeram a escolha por interagir positivamente, então era provável encontrar ali pessoas sensíveis ao tema, que parece consistir em um grande desafio, mas essencial para constituição de relações mais saudáveis e construtivas.

# cultura jovem

fatores de crescimento, comunicação e transformação



[ Principais respostas dos 62 entrevistados - jovens e adultos - Festival PlugMinas 2013 ]

**Figura 15** - Mapeamento dos resultados de pesquisa Festival PlugMinas – Cultura Jovem: Fatores de crescimento, comunicação e transformação. Organizado pela autora.

Os resultados de pesquisa no Festival PlugMinas 2013 confirmaram muitas das acepções encontradas tanto na revisão bibliográfica quanto nas entrevistas com especialistas, reforçando algumas tendências importantes para a definição clara do problema e eventuais caminhos para soluções.

Representando o primeiro trabalho de campo da pesquisa e, com isso, a primeira “excursão ao real”, esse estudo de caso foi fundamental para delinear e alinhar as ações realizadas na sequência.

### **4.3 - ESTUDO DE CASO INDIRETO: PROJETO *MY LIFE, MY STYLE, MY FUTURE***

Visando acompanhar o estado da arte da pesquisa sobre a relação entre estilos de vida dos jovens, sustentabilidade e comunicação, realizou-se um estudo de caso indireto sobre o projeto de pesquisa *My Life - My Style - My Future - Estilos de vida sustentáveis e as realidades da vida do adolescente*. O objetivo é levantar e selecionar informações em busca de similaridades e inspirações. O projeto foi selecionado dado à proximidade com o presente trabalho em termos do público e dos temas abordados, além de ter sido conduzido em interação com os próprios jovens.

Para a realização desse estudo, utilizou-se como fontes o relatório final da pesquisa<sup>5</sup> (LEITNER ET AL, 2011) e o artigo *Jugendliche Lebensstile und Nachhaltigkeit* (Estilos de vida juvenis e sustentabilidade), que sintetiza os resultados do projeto (LEITNER, 2011). Como apresentado no capítulo anterior, utilizaram-se técnicas de pesquisa documental, incluindo seleção de informações e análise de conteúdo.

#### **4.3.1 – Caracterização**

*My life – My style – My future* faz parte do programa *Sparkling Science*, do Ministério Federal para a Ciência e Pesquisa da Áustria e foi realizado entre 2009 e 2011. Nesse projeto, adolescentes alunos de escolas em Viena analisaram seus próprios estilos de vida e os de adolescentes de uma escola afim em Camarões, África. Eles exploraram o papel de estilos de vida sustentáveis no discurso dos meios de comunicação e na pesquisa em sustentabilidade e avaliaram seus hábitos em termos de aptidão e preparação para o futuro.

---

<sup>5</sup> LEITNER, Michaela; CHRISTANELL, Anja; BERTSCH, Christian; BRUNNER, Karl-Michael. **MY LIFE – MY STYLE – MY FUTURE: Nachhaltige Lebensstile und jugendliche Lebenswirklichkeiten**. Viena, 2011.



**Figura 16** – Atividades de desenvolvimento do projeto *My Life – My Style – My Future*.

Fonte: <http://www.sparkling-science.at>

Os objetivos do projeto foram formulados pela ótica dos próprios adolescentes:

- Explorar o próprio estilo de vida e os estilos de vida de outros adolescentes e os diferentes meios de expressão (linguagem, música, produtos de estilo, consumo de novas mídias, tecnologias etc), que são utilizados pelos jovens para comunicar seus estilos de vida;
- Gerar conhecimento sobre estilos de vida sustentáveis, sensibilização para a importância da sustentabilidade para o seu próprio futuro e a ligação entre as demandas globais de sustentabilidade e a realidade de sua própria vida;
- Criar espaços para que os adolescentes possam configurar seus estilos de vida de uma forma mais sustentável e comunicar suas ideias e propostas de transformação.

Assim, com base em seus resultados, os adolescentes criaram áreas de práticas em que configuraram estilos de vida mais sustentáveis e comunicam seus *insights* com seus próprios meios de expressão para vários públicos: alunos de mesma faixa etária; comunidade científica; público em geral, via Web 2.0.

#### **4.3.2 – Resultados e análise**

O projeto fornece importantes *insights* sobre estilos de vida juvenis e a relevância da sustentabilidade para as realidades dessa fase. Listam-se a seguir os principais dados e *insights* levantados, selecionados por serem relevantes para a presente reflexão:

**a. Considerações sobre orientação de valor:**

- Quando questionados, jovens demonstram uma orientação básica ligada a valores sustentáveis, porém na prática muitas vezes cedem à pressão social do consumo e à identificação com 3 *drivers* de reconhecimento social vigentes: ser bonito, ser rico, ser popular.
- Jovens apontam que o cenário é muito extremo, “não há mais meio termo” e muitas vezes a pressão social torna-se muito intensa;
- Observa-se um pluralismo de valores: ainda que seja uma geração muito pragmática sobre valores, que tende a internalizar os valores materialistas e orientados a poder e prestígio, paradoxalmente esses jovens muitas vezes também apresentam valores orientados à sustentabilidade.

**b. Para uma ação transformadora nesse campo, propõe-se:**

- Ampliar e aprofundar a discussão: refletir também sobre conceitos de vida, não apenas sobre estilos de vida;
- Investigar quais são os obstáculos para engajamento e em que áreas de prática os adolescentes estariam dispostos a assumir a responsabilidade e participação ativa junto à sociedade e o meio ambiente
- Identificar os pontos de conexão e as áreas potenciais para ação e buscar conexões com a vida real do jovem.



**Figura 17** – Adolescentes nas atividades do projeto *My Life – My Style – My Future*.  
Fonte: <http://www.sparkling science.at>

### c. Comentários gerais sobre comunicação:

- O jovem não gosta de ser tratado como massa, mas sim como indivíduo único para o qual se fala diretamente, face-a-face (importância atual da comunicação via amigos, via redes sociais, via comunidades de referência);
- O jovem quer se envolver, fazer ele mesmo, engajar-se na produção da mensagem;
- Meios de comunicação preferidos são: internet, interação pessoal, participação em grupos.
- É interessante investigar junto ao grupo em questão quais são os símbolos, imagens e mídias adequados para comunicar sobre sustentabilidade (de uma forma interessante e capaz de mobilizar esse público).

### d. Práticas utilizadas na pesquisa e produção de comunicação do projeto, entre outras:

- Diários de pesquisa e esquemas;
- Técnicas de visualização, mapas mentais e composição de imagens;
- Construção coletiva de esquemas gráficos e apresentação criativa de dados;
- Sessões de ideação, dinâmicas, dramatização e *storytelling*.
- Design de peças como cartazes e camisetas.



**Figura 18** – Apresentação visual de dados e elaboração de mapa mental sobre sustentabilidade - Projeto *My Life – My Style – My Future*. Fonte: <http://www.sparkling science.at>

Concluindo, o projeto *My Life - My Style - My Future* traz informações e exemplos muito interessantes para o presente trabalho, na medida em que muitas das estratégias foram formuladas pelos próprios jovens, em processos similares aos propostos pelo presente trabalho: cocriação e construção coletiva de conhecimento. Além disso, algumas das etapas utilizaram justamente recursos e práticas de Design e cocriação em sua execução.

#### **4.4 - CONSIDERAÇÕES SOBRE OS RESULTADOS DA FASE EXPLORATÓRIA**

A pesquisa exploratória permitiu realizar uma aproximação à questão de pesquisa. As entrevistas com especialistas trouxeram um aprofundamento da compreensão das características e demandas de desenvolvimento juvenil e permitiram orientar a pesquisa em direção a uma definição complexa do problema a partir do olhar do Design e ao desenvolvimento de estratégias de comunicação e interação com os jovens.

O estudo de caso direto permitiu identificar aspectos relevantes em uma experiência promissora de interação e mobilização juvenil. Ouvindo e observando jovens e adultos com diferentes perspectivas e estilos de vida, e conhecendo mais sobre estratégias de comunicação bem-sucedidas, foi possível levantar aspectos essenciais para comunicação e mobilização junto ao público alvo.

O estudo de caso indireto forneceu importantes *insights* sobre estilos de vida juvenis e a relevância da sustentabilidade para as realidades dessa fase. Demonstra como os jovens compreendem as questões e propõem eles mesmos estratégias de comunicação e engajamento de seus pares.

Em síntese, 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.

## **5. FASE APLICADA: PROPOSTA DE ABORDAGEM METODOLÓGICA DE COCRIAÇÃO EM DESIGN**

A partir dos dados levantados e análises das fases anteriores, estruturou a fase aplicada de pesquisa, que consistiu em desenvolvimento e aplicação de abordagem metodológica de cocriação em Design, dirigida a dois públicos:

- c. Estudantes da Oi Kabum! Escola de Arte e Tecnologia (ensino técnico em Design e Artes Visuais);
- d. Estudantes de graduação da Escola de Design – UEMG (graduação em Design)

Como vimos anteriormente, é importante desenvolver competências e proporcionar oportunidades de experimentação em abordagens de cocriação no ensino de Design, tanto no nível técnico quanto no nível da graduação. A proposição e aplicação da abordagem metodológica aos dois públicos visa atender a esses propósitos.

### **a. Observação participante na Oi Kabum!**

No contexto do Grupo de Gestão Sustentabilidade, incluiu uma intervenção de cocriação visando validar os dados obtidos nas etapas anteriores e desenvolver reflexão e aplicação de competências de Design e Comunicação em projetos de sustentabilidade.

### **b. Laboratório de Design, Cocriação e Sustentabilidade**

No contexto de uma disciplina da graduação, desenvolvido para estimular a capacidade reflexiva e o uso de competências de Design para sustentabilidade.

## **5.1 – OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE: GRUPO GESTÃO SUSTENTABILIDADE (OI KABUM!)**

No segundo semestre de 2013, realizou-se uma observação participante no Grupo de Gestão - Sustentabilidade da Oi Kabum! Escola de Arte e Tecnologia, um dos núcleos do Centro PlugMinas, em Belo Horizonte. A experiência de cocriação foi conduzida junto com a educadora e orientadora do grupo Diana Castilho e contou com jovens alunos, graduandos em Design e profissionais.

O objetivo da atividade foi validar os dados obtidos nas etapas anteriores e desenvolver reflexão e aplicação de competências de Design e Comunicação no contexto de um grupo de jovens que enfrentava dificuldades em comunicar e mobilizar seus pares em iniciativas de sustentabilidade.

### **5.1.1 – Caracterização**

A Oi Kabum! atua junto à juventude popular urbana, realizando formação em audiovisual, artes visuais e multimídia. Promove oportunidades para o desenvolvimento dos jovens por meio da arte, comunicação e novas tecnologias. A escola desenvolve, sistematiza e compartilha metodologias inovadoras de educação, formação para o trabalho e mobilização social dos jovens. Atende 120 jovens/turma e tem duração de 18 meses. Em 2013, a Oi Kabum! passou a ser uma escola de educação profissional técnica de nível técnico, ampliando sua esfera de ação e impacto na sociedade.

Idealizada e mantida pelo Oi Futuro e gerido pela Associação Imagem Comunitária, a Oi Kabum! tem apresentado excelentes resultados, não apenas na formação profissional, mas também no desenvolvimento social e aprimoramento das capacidades reflexivas e críticas do jovem. O programa educativo visa promover o desenvolvimento integral das potencialidades de jovens por meio da expressão criativa e da ação autônoma e criativa (BRAUN, 2003, n.p).

Baseada em um modelo democrático de gestão, a Oi Kabum organiza a cada semestre vários grupos de Gestão, conduzidos pelos próprios alunos, que decidem e operacionalizam algumas áreas de vivência na escola. O objetivo dos grupos de gestão é “promover entre os jovens o desenvolvimento da autonomia e capacidade de auto-gestão por meio da divisão das responsabilidades” (BRAUN, 2003, n.p).

Entre os grupos, está o Grupo de Sustentabilidade, que visa comunicar e mobilizar seus pares para mudanças de atitude no ambiente da escola, conduzindo reflexões e práticas sustentáveis. O funcionamento do Grupo está baseado no conceito da gestão coletiva, conforme aponta Braun (2013):

[...] Não se trata de um aprendizado teórico, mas de vivências experimentadas diretamente por eles ao desempenhar tarefas diárias, concretas e necessárias. Os Grupos de Gestão têm uma natureza essencialmente prática, e, ao invés de discorrer sobre como eles devem funcionar, os educadores fazem com que os jovens partam para a ação e, ao longo dela, provocam-nos para agir tomando estes princípios como base (BRAUN, 2013, n.p).

Os jovens mudam de Grupo a cada 6 meses, para que possam fazer a experiência em vários grupos diferentes ao longo de sua formação<sup>6</sup>.

Em 2014, o projeto de Gestão Coletiva da Oi Kabum! recebeu um importante reconhecimento: ficou em primeiro lugar na categoria Política Pública e Privada, do Prêmio Construindo a Nação, promovido pelo Instituto da Cidadania Brasil em parceria com a Confederação Nacional da Indústria – SESI.



**Figura 19 :** Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! (2º semestre de 2013).

---

<sup>6</sup> Para o primeiro semestre de 2014, a autora deste trabalho foi convidada a orientar e acompanhar novamente o Grupo, agora com novos integrantes. O trabalho encontra-se em andamento.

### 5.1.2 – Resultados e análise

No início do semestre, constatou-se que os jovens sentiam grande dificuldade em comunicar sobre sustentabilidade com seus pares, não sabiam que linguagens ou estratégias poderiam utilizar. Havia uma rejeição geral ao tema e pouco interesse em participar do grupo. A partir de uma proposta de renovação do trabalho do grupo a partir da entrada de elementos ligados ao design e à comunicação, alguns jovens se interessaram e o grupo começou a operar.

Como atividade desenvolvida no contexto da observação participante, foi proposta uma abordagem de cocriação. Apresenta-se a seguir o desenvolvimento do processo de cocriação no Grupo (figura 20):

## processo de cocriação no grupo de sustentabilidade do Oi Kabum

Fase 1	Discussão e amplificação do conceito de sustentabilidade. Aspectos de comunicação e mobilização.
Fase 2	Criação de contexto para transformação. Discussão sobre motivação e objetivos.
Fase 3	Proposta de intervenção e construção de campanha de conscientização.
Fase 4	Validação da proposta e <i>feedback</i> da comunidade.

**Figura 20:** Fases do processo de cocriação no Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! Organizada pela autora.

### **Fase 1: Discussão e amplificação do conceito de sustentabilidade. Aspectos de comunicação e mobilização.**

A princípio, trabalhou-se para ampliar a noção de sustentabilidade, muito restrita a temas como reciclagem, economia de recursos, gerenciamento do lixo. Foram realizados apresentações e debates sobre as dimensões da sustentabilidade, atitudes e escolhas sustentáveis, valores e ações ligados à mentalidade de consumo e a aspectos de comunicação.

## **Fase 2: Criação de contexto para transformação. Discussão sobre motivação e objetivos.**

Houve dificuldade em encontrar e eleger objetivos de ação. Os jovens não conseguiam visualizar possibilidades de ação concretas interessantes e apresentavam um ponto de vista ainda restrito às ações habituais e uma tendência a utilizar um discurso normativo e moralizante. Através de dinâmicas, refletiram sobre motivações, impacto de ações e possibilidades de transformação.

## **Fase 3: Proposta de intervenção e construção de campanha de conscientização.**

Surgiu uma demanda concreta, ligada à limpeza e conservação dos banheiros da escola. Considerando que era um tema ligado à sustentabilidade, o grupo propôs realizar uma campanha de conscientização, em uma parceria com o grupo de comunicação. Os jovens se engajaram em um processo de reflexão crítica e geração de ideias, discutiram estratégias, pesquisaram conteúdo e apresentaram propostas criativas. Foram utilizadas várias competências ligadas à comunicação, design gráfico, contando com ajuda de professores e alunos sêniores.



**Figura 21:** Cocriação e desenvolvimento de campanha de conscientização - Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! (2º semestre de 2013).

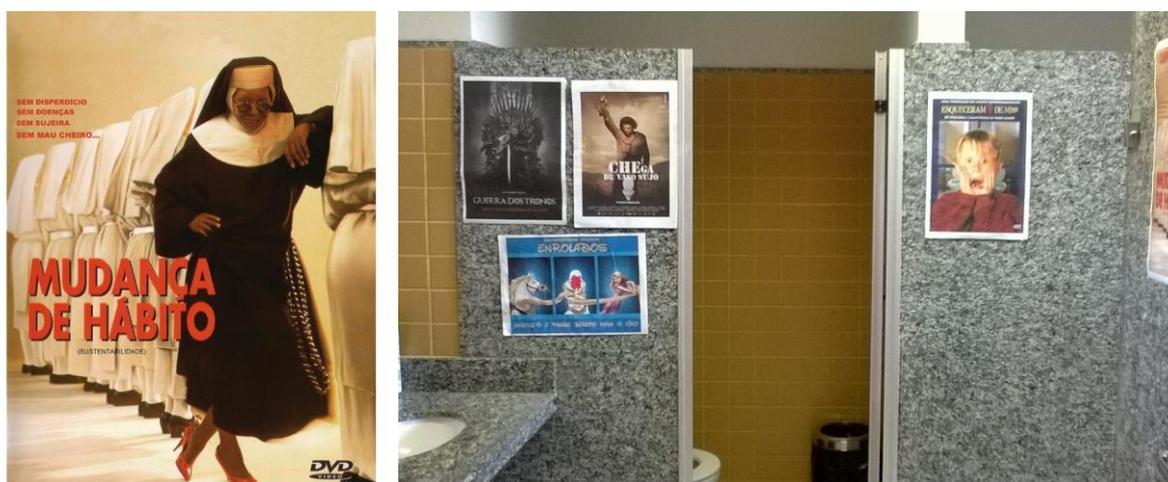
Criou-se uma campanha que visava conscientizar sobre a utilização e limpeza dos banheiros através do humor: composta por uma coleção de cartazes que faziam paródias de filmes famosos, fazendo trocadilhos ligados ao tema (ora aproveitando o título do filme, ora a imagem, ora o subtítulo). Os cartazes foram afixados nos banheiros e a reação foi imediata. Os jovens da escola adoraram a abordagem, acharam divertida, interessante, realmente diferente. Houve uma **efetiva melhora na limpeza e conservação** dos banheiros, ampliada ao espaço coletivo da escola em geral.



**Figura 22:** Cartazes da campanha Mudança de Hábito, desenvolvida pelo Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! (2º semestre de 2013)..

#### **Fase 4: Validação da proposta e *feedback* da comunidade.**

Ao final do semestre, não apenas os objetivos do grupo foram atingidos, mas houve um aumento de autoestima e mudança concreta na concepção de sustentabilidade. A autoavaliação final foi bastante positiva, os jovens apontaram que o grupo havia conseguido realizar algo bem sucedido, uma iniciativa prática e dinâmica, vista como ‘cool’, interessante, criativa (por eles e por seus pares), próxima do universo de referência juvenil, pelo fato de ter humor e plasticidade visual.



**Figura 23:** Campanha de conscientização Mudança de Hábito, desenvolvida pelo Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! (2º semestre de 2013)..

Apontam-se, a seguir, alguns aspectos que se mostraram de grande relevância para o sucesso da iniciativa de cocriação e que constituem fatores importantes para os fins desta pesquisa (Figura 24):

- a. Escolha por objetivos simples, concretos e de fácil realização:** essa estratégia abriu a possibilidade de ligar a intervenção pessoal a um conjunto de resultados efetivos. Ao mesmo tempo, o investimento inicial nos debates, a conscientização e as reflexões sobre motivações mais profundas, quando houve oportunidade de aplicação concreta, terminaram por gerar mudanças na forma e na efetividade da intervenção, ainda que indiretamente percebidas.
- b. Adoção de abordagem propositiva:** ao invés de culpabilização e discurso moralista, os jovens buscaram o convite a uma mudança de comportamento, com humor e leveza. Também foi importante a utilização/o aprimoramento das habilidades técnicas de comunicação e design em processos coletivos e na criação para produzir as peças da campanha para engajar os jovens e abrir possibilidade de ação a partir das competências que dominam ou aprendem a dominar.
- c. Estímulo ao uso da linguagem dos próprios jovens e de estratégias de comunicação sensíveis a essa faixa etária:** o grupo apropriou-se de ferramenta/abordagem/linguagem própria da cultura de consumo (próxima da linguagem publicitária e fazendo menção à indústria cinematográfica).
- d. Boa comunicação e *feedback* com avaliação positiva dos pares:** esse aspecto foi fundamental na construção de uma autoimagem diferenciada para o grupo, por ter realizado algo efetivo e visto como legal, interessante ('muito diferente do que a sustentabilidade fazia antes').

A iniciativa de co-criação, que representa uma ação piloto, apresentou resultados muito interessantes em relação ao envolvimento dos jovens e ao fortalecimento do espírito de equipe e de espaço público. Ao longo do processo, percebeu-se o desenvolvimento de uma visão ampliada de sustentabilidade e a incorporação de linguagens inovadoras e interessantes para comunicar sobre o assunto.



**Figura 24** - Aspectos relevantes e fatores positivos da abordagem de cocriação aplicada ao Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum! no 2º semestre de 2013. Organizado pela autora.

## 5.2 - LABORATÓRIO DE DESIGN, COCRIAÇÃO E SUSTENTABILIDADE (ED-UEMG)

Tendo em vista a importância de desenvolver a capacidade reflexiva e as competências de sustentabilidade na formação de profissionais em Design, desenvolveu-se e aplicou-se uma abordagem de cocriação no contexto da disciplina optativa *Inovação aberta, Design e sustentabilidade*, ministrada em 2013 junto ao Curso de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

### 5.2.1 – Caracterização

Essa disciplina, de caráter experimental, foi desenhada no formato de um “Laboratório de Design, Cocriação e Sustentabilidade”<sup>7</sup> e teve como propósito ampliar a capacidade de intervenção ativa dos futuros designers em contextos de transição rumo à sustentabilidade, estimulando-os a interagir colaborativamente para desenvolver, viabilizar e implementar soluções inovadoras nesse campo.

Desenvolvida como atividade de estágio docente, a abordagem de cocriação em forma de Laboratório foi elaborada e proposta em conjunto pela professora Lia Krucken e a pesquisadora Najla Mouchrek. A aplicação durante a disciplina foi conduzida também por elas, com a colaboração da designer Ana Carolina Ribeiro.



**Figura 25 :** Laboratório de Design, cocriação e sustentabilidade. Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013)

<sup>7</sup> Para saber mais sobre essa iniciativa: <http://www.ed.uemg.br/noticias/2013/12/entre-sem-bater-um-cafe-diferente> .

## 5.2.2 - Objetivos

**Objetivo geral:** Promover a experimentação de estratégias de co-criação e das ferramentas de sustentabilidade, sensibilizando os participantes a identificar e aplicar diferentes possibilidades de elaborar um projeto de Design. Participar em laboratório de cocriação e inovação relacionada à sustentabilidade.

### Objetivos específicos:

- Realizar pesquisa e desenvolver capacidade de análise crítica relacionada à sustentabilidade nos projetos de design;
- Desenvolver capacidade projetual e de comunicação, de trabalho em grupo e apresentação;
- Mapear o contexto atual em relação a projetos colaborativos;

## 5.2.3 - Definições

A princípio, definiu-se como **foco projetual**: promover a cultura de sustentabilidade junto ao público jovem de 14 a 24 anos. Apresentaram-se duas direções possíveis:

- Interação com estudantes da Oi Kabum! Escola de Arte e Tecnologia (ensino técnico em design e artes visuais) ou
- Interação com estudantes da própria Escola de Design – UEMG (graduação em Design)

Os alunos da disciplina tinham em média 18 a 24 anos e dessa forma, por constituírem também o público-alvo, em vários casos eram ao mesmo tempo usuários e designers das soluções propostas.

A proposta de **avaliação** não inclui apenas o resultado final de projeto, mas todo o processo. Dessa forma, os estudantes foram estimulados a registrar e documentar todas as fases do processo com fotos, imagens, gráficos e observações.

Durante as fases 2 e 3 (pesquisa e projeto), a atuação das professoras foi de **orientação e acompanhamento**. Assim, os estudantes tinham relativa autonomia para decidir o que e como fazer a cada etapa, trazendo as questões para as docentes que ofereciam referências, provocavam discussão em alguns pontos, apontando possíveis opções e consequências das

escolhas, etc. Dessa forma, os estudantes aprenderam a partir de situações reais, buscando meios de compreensão e solução à medida que as questões surgiam.

A proposição de **ferramentas e esquemas** de estruturação, síntese e apresentação de projeto teve o objetivo de direcionar o desenvolvimento do projeto, garantindo consistência mas mantendo a flexibilidade e o espaço para inovação.

#### **5.2.4 - Estruturação e resultados**

A abordagem proposta previa uma fase inicial de discussão e amplificação de conceitos e duas fases aplicadas de projeto, consistindo em pesquisa e desenvolvimento de projeto. Descrevem-se a seguir as atividades propostas e desenvolvidas em cada etapa.

##### **Fase 1 – Levantamentos iniciais e fundamentação teórica (fase conceitual)**

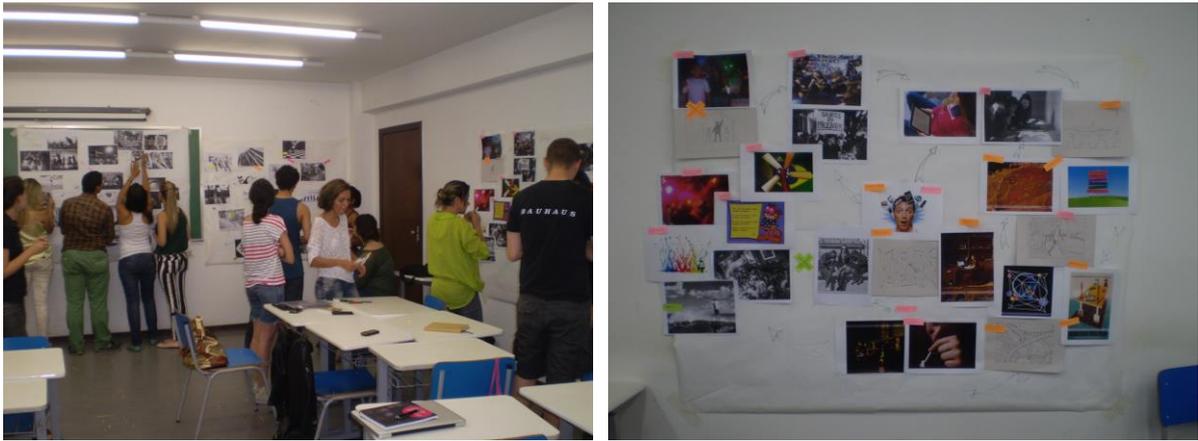
- Sessões de ideação e construção de mapas visuais coletivos:
  - a. Concepções de Design / potencialidades e limites
  - b. Caracterização do público: O que é ser jovem hoje? Qual o espírito desse tempo?
  - c. Que questões emergem? Como o Design pode intervir sobre elas?
- Discussão e aplicação dos critérios de análise sobre a produção coletiva
- Aulas expositivas e debates:
  - a. Visões contemporâneas de Design
  - b. Abordagens de sustentabilidade em projetos de Design.
  - c. Elementos sobre Pesquisa em Design / abordagens e ferramentas
  - d. Exemplos e estudos de caso sobre abordagens sistêmicas em Design, Design Estratégico, inovação aberta

O propósito da fase inicial foi abrir o debate e introduzir os temas a serem explorados na disciplina, ampliar e aprofundar conceitos e construir uma abordagem colaborativa que orientaria as fases subsequentes.

Destacam-se os resultados dos mapas coletivos elaborados no início do processo. A atividade propiciou a emergência de várias questões e alimentou um debate ativo entre os estudantes, que demonstraram interesse, vontade de expressar seus pontos de vista e construíram em colaboração um perfil complexo e bastante interessante das questões ligadas à realidade dos jovens. A síntese das questões abordadas nos mapas está na figura 26, a seguir.



**Figura 26** - Síntese dos aspectos relevantes apontados pelos alunos nos mapas visuais e discussões em grupo. Fase 1 – Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013). Organizada pela autora



**Figura 27:** Construção de mapas visuais coletivos – Fase 1 - . Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013)

## **Fase 2 - Pesquisa**

A partir dos temas abordados nos mapas e das análises realizadas em conjunto, os estudantes se organizaram em grupos e escolheram temas para elaboração de um projeto. Buscou-se responder às questões: “Quais são as oportunidades ou os problemas percebidos? Como estão relacionados com as dimensões de sustentabilidade?”. Foram então direcionadas 4 semanas para pesquisa deste tema, incluindo roteiro e preparação, ida a campo e apresentação da fase inicial de projeto. As ações de pesquisa foram estruturadas a partir de um roteiro (Figura 28):

**Roteiro para estruturação das ações  
Fase de Pesquisa**

**Defina:**

- 1) Ideia/proposta inicial da pesquisa
- 2) Oportunidades ou os problemas percebidos
- 3) Estratégias/ferramentas de pesquisa a serem utilizadas na primeira fase do projeto (ex.: entrevistas, visita de campo, observação, pesquisa documental, etc).
- 4) A “questão de pesquisa”

**Aponte:**

Todas as definições que o grupo já estabeleceu. Ex: local, público-alvo, usuário, etc.

**Figura 28** - Roteiro para estruturação de ações –. Fase 2 – Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013). Fonte: KRUCKEN e MOUCHREK (2013)

### Fase 3 – Projeto

- **Etapa inicial – Planejamento de projeto**

Terminada a fase de pesquisa, os estudantes apresentaram a síntese do andamento do projeto, através de um *template* (Figura 29).

Nessa fase, o objetivo é estimular o desenvolvimento das habilidades de síntese, visualização, familiaridade com desenvolvimento e etapas de projeto e capacidade de organização para a continuação.

**Template para apresentação do andamento do projeto  
(fase intermediária)**

APRESENTAÇÃO	CONTEXTO	CONCEITO	ANDAMENTO	POSSÍVEIS RESULTADOS	REFERÊNCIAS
Título e subtítulo do projeto, 2-4 palavras-chave  (1 imagem)	Descrição do contexto, incluindo público, local, oportunidades e problemas detectados  (max. 200 caracteres + 1 imagem)	Descrição da ideia central, a proposta em que o grupo está trabalhando  (max. 200 caracteres + 1 imagem)	Descrição do que foi feito até agora e as possíveis ferramentas para continuação  (max. 200 caracteres + 1 imagem)	Descrição dos resultados projetados  (max. 200 caracteres + 1 imagem)	Apresentação das principais referências / fontes de pesquisa até agora

**Figura 29** - Modelo para apresentação do andamento do projeto – Fase 2 – Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013). Fonte: KRUCKEN e MOUCHREK (2013)



**Figura 30** - Exemplo de telas do modelo para apresentação do andamento do projeto – Fase 2 – Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013). Fonte: KRUCKEN e MOUCHREK (2013)

- **Desenvolvimento de projeto**

Após a apresentação e o debate coletivo sobre o projeto e o andamento do trabalho de cada grupo, partiu-se para a fase de execução propriamente dita.



**Figura 31** - Roteiro para desenvolvimento do projeto – Fase 3 – Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013) - Fonte: KRUCKEN e BOSCHI (2013)

Ao final, os grupos tiveram quatro semanas para desenvolverem seus projetos, que deveriam contar com algum tipo de aplicação, ainda que em fase piloto.

- **Apresentação dos resultados e avaliação**

Como resultado final, os grupos fizeram uma apresentação de 15 minutos, em que descreveram as fases do processo, o produto / intervenção piloto desenvolvido e analisaram o processo como um todo. A linha de estruturação da apresentação foi proposta de acordo com o roteiro a seguir (Figura 32):

## Apresentação final do projeto

- 1 IDEIA INICIAL e objetivo do projeto
- 2 LINHA DO TEMPO e descrição do projeto
- 3 RESULTADOS OBTIDOS
- 4 ANÁLISE - O que aconteceu?  
O que poderia ser melhorado?
- 5 INSIGHTS e prospeções futuras

**Figura32** - Roteiro para apresentação final do projeto – Fase 2 – Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013). Fonte: KRUCKEN e MOUCHREK (2013)

Como exemplo de resultados obtidos dos processos de cocriação, destacam-se o desenvolvimento de fundos de microcrédito que possam apoiar a solução de questões de interesse coletivo dos próprios alunos e o desenvolvimento de uma plataforma de comunicação para identificação, discussão e busca de soluções coletivas para questões comuns entre os jovens de determinado contexto<sup>8</sup>.



**Figura 33:** Desenvolvimento e apresentação final de projetos – Fase 3 - . Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013)

Apresenta-se na figura 34 a síntese dos projetos desenvolvidos pelos estudantes:

<sup>8</sup> Iniciativas desenvolvidas por alunos na disciplina de Inovação aberta, Design e sustentabilidade, ministrada em 2013 por Lia Krucken e Najla Mouchrek, com a colaboração da designer Ana Carolina Ribeiro: <https://www.facebook.com/cafebh1>, <https://www.facebook.com/pages/Urna-Boladona/567447593308822>.

### Projeto 1 - CAFE - Cocriar, Apropriar, Financiar, PExperimentar o espaço público



**Questão:** Espaço público | Incentivar a apropriação colaborativa comunitária no espaço público

**Solução:** Projeto para o espaço público, discutido em público, escolhido pelo público. Realização de evento aberto ao público, com recursos de microfinanciamento coletivo para realizar projetos no contexto local (ED-UEMG)

### Projeto 2 - URNA BOLADONA



**Questão:** Verticalização da ED-UEMG | distanciamento das pessoas e informações, barreira física para a interação entre alunos

**Solução:** Horizontalizar as relações por meio da colaboração de seus usuários. Criação de página virtual no Facebook, a Urna Boladona, onde os alunos poderiam dar suas opiniões e sugestões sobre assuntos gerais da Escola. Realização de enquetes e análises.

### Projeto 3 - O que o designer faz? Construindo um futuro profissional sustentável

**Questão:** Relação do jovem estudante da Oi Kabum! com futuro profissional | Orientação e escolhas

**Solução:** Gerar a reflexão no jovem sobre futuro profissional e mostrar qual seria a abordagem do Design neste contexto | Elaboração de um vídeo a ser compartilhado com jovens da Oi Kabum!



### Projeto 4 - Proposição de novo sistema de ocupação do hall - ED-UEMG



**Questão:** Criar espaços de integração dos cursos da ED-UEMG em ambientes sub aproveitados (hall)

**Solução:** Pesquisa de conhecimento de eventos e ocupação do hall. Propor a exposição de trabalhos de forma unificada, integrada de modo a proporcionar a valorização dos cursos.

Figura 34: Síntese dos projetos desenvolvidos - Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013)

### 5.2.5 – Considerações sobre a aplicação da abordagem de cocriação

O Laboratório de Design, Cocriação e Sustentabilidade promoveu resultados interessantes e demonstrou-se uma iniciativa promissora em direção aos propósitos dessa pesquisa, na medida em que resultou na produção de resultados coletivos concretos, a partir da junção dinâmica de diversas competências e perspectivas.

A abordagem propiciou o desenvolvimetro de competências como análise de contexto, proposição de focos para intervenção, pesquisa e seleção de informações e de formas de intervenção, conhecimento e seleção de ferramentas de Design, síntese, visualização, familiaridade com desenvolvimento e etapas de projeto e capacidade de organização e comunicação.

Ao longo do processo, foram utilizadas várias ferramentas de Design, entre elas:

- a. Mapeamento visual,
- b. Mapas colaborativos,
- c. Sessões de ideação;
- d. *Desktop research*;
- e. Técnicas de visualização;
- f. Questionários e enquetes virtuais
- g. Protótipos;
- h. Imersão com participação do usuário



**Figura 35** : Grupo de trabalho - Disciplina Inovação aberta, Design e Sustentabilidade (ED-UEMG / 2º semestre 2013)

Alguns aspectos importantes merecem ser destacados em relação às dinâmicas propostas pelos estudantes, que incluem:

- a. o uso ativo de plataformas de relação social como ferramenta para comunicação e interação de forma inovadora;
- b. o uso de referências alternativas na busca de conteúdos (ex. vídeos, filmes, outras iniciativas);
- c. a percepção do conceito de sustentabilidade em relação ao momento de vida e ao contexto em que vivem os jovens hoje;
- d. a intenção de promover processos democráticos para que os jovens possam manifestar suas aspirações e transformá-las em ação com apoio das ferramentas e métodos de Design.

### **5.3 - CONSIDERAÇÕES SOBRE OS RESULTADOS DA FASE APLICADA**

As duas experiências de cocriação apontaram resultados interessantes, na perspectiva abordada no presente trabalho. Conclui-se que, no contexto das iniciativas motivadas e conduzidas pelo Design, as abordagens participativas e baseadas na cocriação oferecem excelentes oportunidades para promover cultura de sustentabilidade junto aos jovens (especialmente jovens estudantes de Design), na medida em que:

- a. favorecem o desenvolvimento da capacidade reflexiva e da habilidade de analisar problemas complexos e buscar soluções diferenciadas;
- b. proporcionam campos de experimentação em que o jovem explora a possibilidade de criar soluções a partir de seus próprios recursos e motivações de ação;
- c. oferecem uma gama de ferramentas e formas de intervenção, que os jovens aprendem colaborativamente a selecionar e aplicar;
- d. criam possibilidades de desenvolvimento de projetos concretos e voltados à ação;
- e. o impacto das ações gera um mecanismo de *feedback* e confirmação da comunidade de referência, o que nutre e estimula novos ciclos de projeto e ação aplicada.

Ao final, confirmaram-se na prática várias das acepções levantadas nas fases anteriores da pesquisa e abriram-se novas percepções. Entre os aspectos que se destacam como resultado dessa análise, apontamos as constatações de que:

- a. os aspectos de sustentabilidade que despertem interesse e motivam ações são aqueles ligados à realidade atual do jovem;
- b. os jovens respondem positivamente quando encontram contextos que favoreçam a organização de ideias e recursos e a condução de processos projetuais, permitindo direcionar suas aspirações e pontos de vista em direção à realização prática;
- c. o aprendizado de condução de pesquisa e projeto, além de desenvolver competências técnicas e capacidade de análise e realização, também promove auto-estima e nutre processos de autonomia e empoderamento entre os jovens.

## **6. ANÁLISE E RESULTADOS**

Primeiramente, são apresentadas questões-chave e interfaces de ação, apontando caminhos a partir de elementos e áreas prioritárias para intervenção, além de possíveis abordagens de comunicação e mobilização que ofereçam suporte e caminhos criativos para práticas promissoras.

A seguir, é proposto um conjunto de diretrizes para intervenção, visando orientar estratégias e a aplicação de competências de Design na promoção da cultura de sustentabilidade entre jovens.

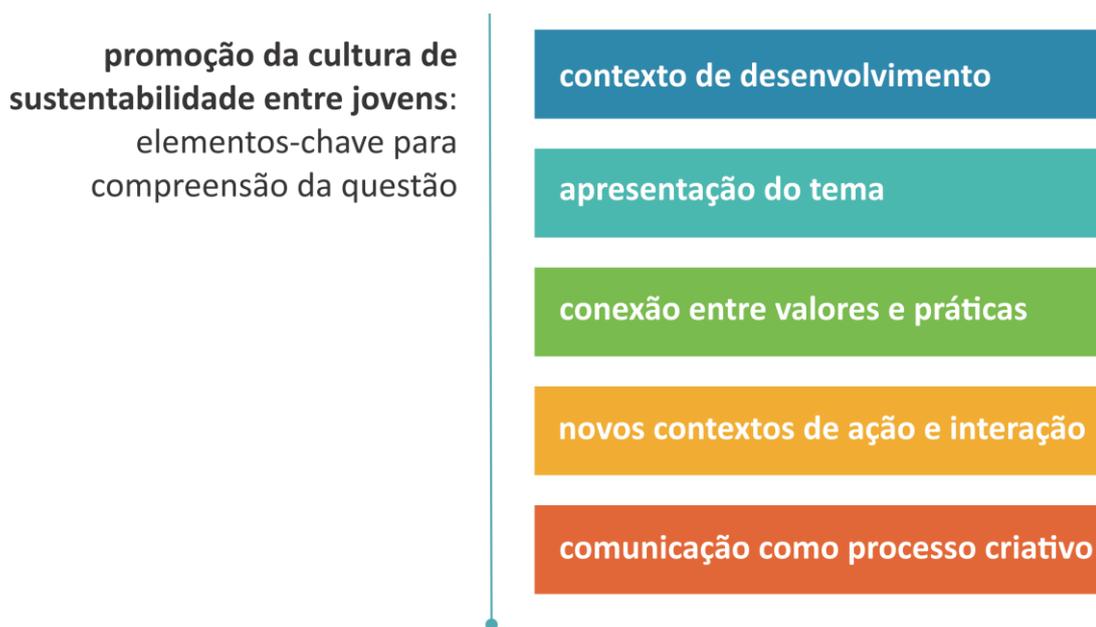
### **6.1 - ELEMENTOS-CHAVE PARA A COMPREENSÃO DO PROBLEMA**

Tendo em vista que o tema dessa pesquisa constitui uma questão complexa, contemporânea e ainda pouco definida, no presente trabalho investiu-se em desenvolver uma abordagem para compreensão do problema - investigar, mapear e definir os diversos aspectos e interrelações envolvidos. O propósito é embasar e orientar futuras intervenções, dado que, quando o contexto estiver melhor desenhado, a seleção de instrumentos e estratégias apropriadas para aplicação e a fase de materialização da solução em si serão relativamente fáceis de acontecer.

Nesse sentido, apresentam-se a seguir alguns aspectos relevantes que emergem da análise dos dados obtidos e das experiências empreendidas nas etapas anteriores. Como fruto dessa análise, elaborou-se uma abordagem para compreensão da questão.

A análise foi conduzida a partir do olhar e do pensamento de Design, na medida em que privilegia a compreensão de fluxos e as possibilidades de intervenção criativa, o papel da mediação e a busca de soluções inovadoras e que levem em conta a complexidade. A partir da análise dos dados das etapas exploratória e aplicada, foram identificadas algumas tendências e características. Buscou-se então cruzar informações com autores que apontavam questões relacionadas e permitiram assim o enriquecimento da análise.

Apresentam-se a seguir os elementos-chave para análise e possíveis interfaces de ação para o Design no campo da promoção da cultura de sustentabilidade entre jovens (Figura 36).



**Figura 36 :** Promoção da cultura de sustentabilidade entre jovens: elementos-chave para compreensão da questão. Organizada pela autora.

a. **CONTEXTO DE DESENVOLVIMENTO: É importante compreender os valores dos jovens no contexto de “desenvolvimento em ação”**

Constata-se que os jovens estudados apresentam em geral valores ligados ao meio ambiente, algum nível de consciência sobre sustentabilidade e conhecem a problemática ecológica. Porém estes fatores se expressam de forma diferente do que na infância. Enquanto a criança está muito interessada no mundo exterior, nas plantas e animais, o

jovem (e em particular, o adolescente) vive um período de grande revolução interior. São então as questões de identidade, pessoais, interpessoais e de definição de rumo de vida que estão despertando seu interesse no momento.

Para analisar seus valores e comportamentos, é preciso levar em conta o contexto cultural, social e de desenvolvimento em que se encontram. Vivem as questões de sustentabilidade mais ligadas às situações concretas de vida, escolhas, decisões, direcionamento escolar e profissional, comportamento de risco x necessidade de passar por experiências significativas, etc.

Destaca-se que o desenvolvimento juvenil se dá através de processos de aprendizagem e experimentação de ações em contexto (BONINO, CATTELINO e CIAIRANO, 2005). Não se pode esperar que os jovens apresentem valores muito estáveis, tendo em vista que estão justamente na fase de experimentação de diferentes valores e posicionamentos, a fim de encontrar e estabelecer os valores e princípios a partir dos quais estabelecerão sua vida adulta, mais adiante.

É a partir deste prisma que se deve analisar e buscar encaminhar as questões, trazendo-as para o contexto de vida do jovem e promover formas de ajudá-los a resolver as questões presentes para eles, estimulando experiências para a formação dos próprios princípios e motivações de ação, individuais e em grupo.

**b. APRESENTAÇÃO DO TEMA: necessidade de desenvolver concepções de Sustentabilidade ampliadas e conectadas à realidade juvenil**

Verifica-se que a forma como o tema Sustentabilidade é correntemente apresentado é bastante limitada e não parece interessar ou concernir o jovem. Como consequência, muitas vezes os jovens apresentam compreensão limitada, pouco envolvimento, preconceitos ou mesmo rejeição inicial ao tem. O termo é muitas vezes reconhecido por um discurso vazio e de difícil compreensão prática por esse público.

O discurso vigente de necessidade de conservação de recursos e diminuição do consumo pode remeter à imagem de obrigação, restrição, fatalismo. Verifica-se cristalização / estereótipos ligados à imagem dos temas eco-ambientais. O discurso gira normalmente em torno de reciclagem, gerenciamento de lixo e consumo de produtos *ecofriendly* (AUTIO e HEINONEN, 2004), indicando uma dificuldade de compreender sustentabilidade em

sentido amplo. Além disso, em vários casos, o jovem não quer ser identificado com uma imagem de “radical verde”, “consumidor consciente”, “eco-chato”, que dificilmente está ligada à ideia de *cool*, interessante, atraente para o universo jovem. (LEITNER et al, 2011).

É possível constatar também que muitas vezes os jovens não reconhecem a ligação entre o impacto das ações pessoais e o resultado do conjunto. Seria recomendado desenvolver abordagens de sustentabilidade mais abertas e integradas, preferencialmente propostas pelos próprios jovens, a partir de reflexão e discussões em conjunto. A questão de encontrar novas formas de apresentar o tema é central para promoção de iniciativas nesse campo.

**c. CONEXÃO ENTRE VALORES E PRÁTICAS: Jovens vivem contradições entre valores sustentáveis expressos e ações concretas**

Constata-se que, muitas vezes, os jovens estão conscientes de valores e práticas sustentáveis, mas isso não é necessariamente evidente em suas atitudes e comportamento de consumo (LEITNER et al, 2011, AUTIO e HEINONEN, 2004). Verifica-se que não basta ter informações ambientais/ecológicas e apresentar valores ligados à sustentabilidade: muitas vezes estes não se traduzem em ação efetiva.

O processo de mudança de comportamento em relação à sustentabilidade é complexo, não corresponde a um modelo linear em que o conhecimento ecológico levaria à conscientização e esta diretamente à ação. Há muitas outras variáveis, que apontam a necessidade de desenvolvimento de novas habilidades para a criação de uma cultura de sustentabilidade, para além da sensibilização quanto aos valores ambientais (ROIZMAN, 2001).

Quando apresentados a um cenário de vida sustentável, os jovens respondem positivamente e afirmam que poderiam viver dessa forma, porém dificilmente compreender a si mesmos como agentes de uma transformação rumo a modos de vida sustentáveis. Isso não indica necessariamente desinteresse ou falta de responsabilidade da parte deles, mas o quadro geral é tão complexo e as noções de cidadania e participação social ativa encontram-se tão diluídas, que é realmente difícil para os jovens conceberem para si um papel ativo nesse processo.

**d. NOVOS CONTEXTOS DE AÇÃO E INTERAÇÃO: Importância de desenvolver contextos inovadores de ação e interação entre os jovens**

Como vimos, encontra-se neste campo um antagonismo entre sentimentos, necessidades e pré-condições. No contexto atual, uma pressão social intensa é exercida sobre os jovens: para ser alguém, você deve pertencer a uma elite, através de 3 *drivers*: ganhar dinheiro, ser bonito e popular (LEITNER et al, 2011). É difícil encontrar um ponto intermediário em um quadro em que tudo é extremo. De um lado, os valores ecológicos, reconhecidos por eles como importantes; de outro a pressão social para participar do esquema atual, em que a ideologia do consumo prevalece. Quando perguntados, os jovens apresentam uma orientação básica pelos valores de sustentabilidade, mas de alguma forma eles “têm que participar do jogo”.

Assim, apesar da consciência crítica, muitas vezes não se sentem diretamente implicados ou não querem se envolver. O problema é reconhecido, mas o contexto geral é tão intensamente tomado pelos valores do consumo que tomar uma escolha diferente parece exigir responsabilidade demais (LEITNER ET AL, 2011) e uma força de autonomia difícil de desenvolver sozinho. Especialmente quando se é jovem, não se tem grandes bons exemplos do mundo adulto, não há muitas iniciativas pioneiras e tampouco estímulos sociais concretos.

Os jovens apresentam, de diferentes formas, interesses e características positivas e promissoras que é preciso saber apoiar, dar referências, fortalecer e estruturar, para promover processos de inovação e transformação. Entre eles, destacam-se:

- Interesse e motivação em criar discursos e prática inovadores e que nasçam a partir deles mesmos;
- Desejo de participar, de pertencer a grupos e iniciativas com as quais se identificam;
- Vontade de exercer liberdade de escolha;
- Aspiração à autonomia e à criação de um caminho de vida pessoal e profissional significativos.

Nesse sentido, é necessário facilitar processos de convergência de modo a promover coesão social suficiente para que as escolhas e aspirações por mudança se traduzam em alternativas reais.

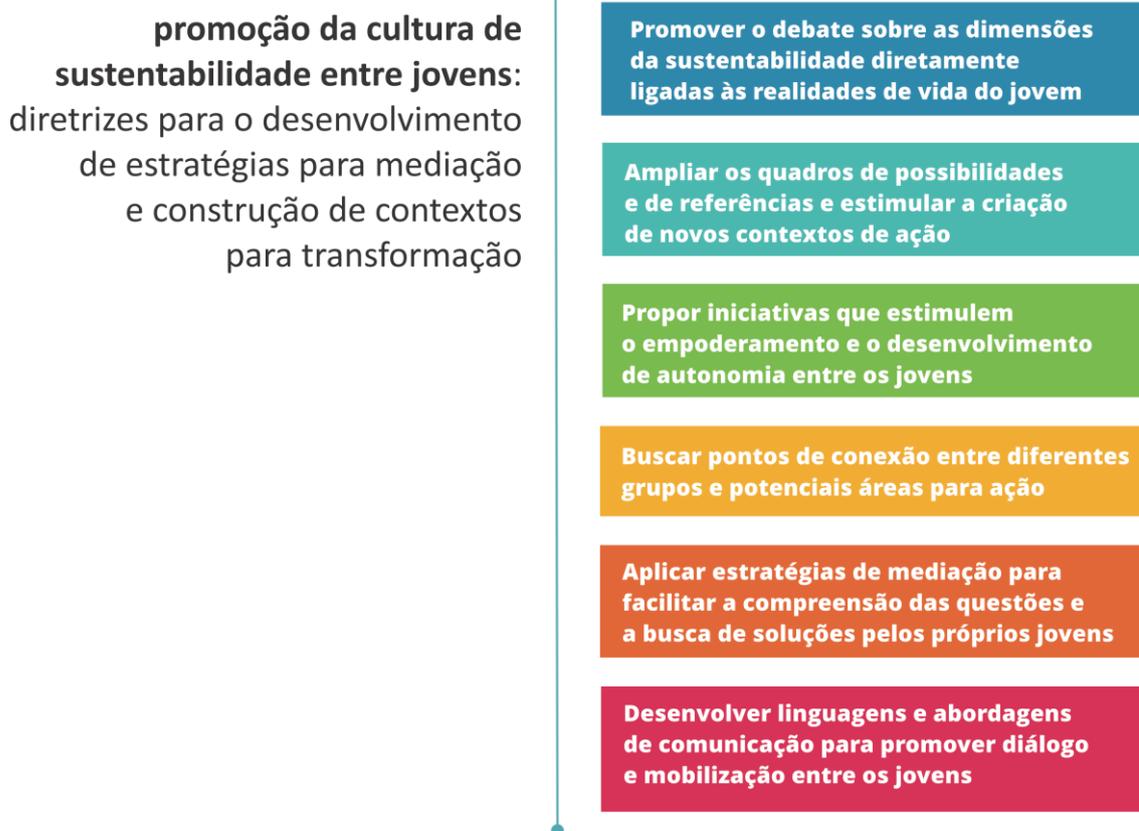
#### **e. COMUNICAÇÃO COMO PROCESSO CRIATIVO**

Enfatiza-se a importância de desenvolver abordagens de comunicação inovadoras, criando condições para que os jovens criem um discurso a partir de si mesmos. Observa-se que uma renovação do discurso sobre sustentabilidade tem efeitos bastante positivos quanto ao interesse e ao impacto de iniciativas sustentáveis junto aos jovens. Substituir um discurso moralizante por um convite à reflexão e à mudança de atitudes, com leveza, humor e com referências de linguagem que façam sentido para eles e acompanhem a agilidade dos trânsitos e informações em que vivem.

As estratégias de comunicação nesse campo devem, antes de mais nada, proporcionar oportunidades para ouvir o que o jovem tem a dizer. Em uma abordagem de comunicação dinâmica e aberta, é possível criar contextos para transformar as percepções, pontos de vista, demandas e desejos dos jovens em fatores concretos de mobilização e expressão. A comunicação criada pelo jovem para o jovem constitui um fator altamente criativo, dado ao impacto que pode gerar nesse público em termos de estímulo, participação e representatividade. Esse é um fator-chave para o sucesso das iniciativas sustentáveis nesse campo.

### **6.2 - DIRETRIZES PARA ESTRATÉGIAS DE MEDIAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONTEXTOS PARA TRANSFORMAÇÃO**

A seguir apresentam-se algumas diretrizes para o desenvolvimento de estratégias para mediação e construção de contextos para transformação, buscando orientar a aplicação de competências de Design para oferecer suporte e promover práticas sustentáveis promissoras entre jovens (figura 37).



**Figura 37:** Promoção da cultura de sustentabilidade entre jovens: diretrizes para estratégias de mediação e construção de contextos para transformação. Organizada pela autora.

**a. Promover o debate sobre as dimensões da sustentabilidade diretamente ligadas às realidades de vida do jovem**

É importante estimular o debate e a compreensão sobre as dimensões da sustentabilidade: ampliar, aprofundar e aproximar o conceito, permitindo que os jovens aproximem-se dele. Assim, considera-se que as ações de promoção de cultura de sustentabilidade entre jovens devem ter como ponto de partida a exploração sobre o conceito ampliado de sustentabilidade e como ele se apresenta em relação às realidades de vida do jovem

**b. Ampliar os quadros de possibilidades e de referências e estimular a criação de novos contextos de ação**

Considera-se que os jovens se desenvolvem através de ações indissociáveis do contexto em que foram tomadas (BONINO, CATTELINO e CIAIRANO, 2005), e que os sujeitos escolhem seu estilo de vida a partir de suas escolhas dentro de ‘quadros de possibilidades’ (SIQUEIRA e VARGAS, 2012). Em relação a comportamentos sustentáveis, as pesquisas

indicam que as pressões sociais e a oportunidade de escolher diferentes ações podem agir como barreiras ou facilitadores (HINES ET AL *apud* ROIZMAN, 2001), e que os jovens respondem positivamente quando encontram possibilidades diferentes em relação a contextos de sustentabilidade.

A esta altura, cabe questionar a importância de analisar os contextos, quadros de referência e espaços de atuação que os jovens encontram. É possível ampliar / desenvolver / aprofundar / redirecionar esses quadros? A questão demanda uma ação inovadora capaz de abrir espaços, criar novos campos de ação, encontrar pontos de oportunidade e criar rupturas a partir deles. Propor condições e esquemas concretos permitindo que os jovens experimentem novas identidades possíveis, subvertam e reinventem práticas e formas de relações sociais.

**c. Propor iniciativas que estimulem o empoderamento e o desenvolvimento de autonomia entre os jovens.**

Aponta-se a necessidade de criar ambientes para interação e constituição dos próprios valores; desenvolver recursos que proporcionem referências, abram oportunidades de experimentação, contribuindo para o desenvolvimento de um processo de empoderamento e autonomia dos jovens.

As variáveis de empoderamento são cruciais no desenvolvimento da cidadania das dimensões ambientais, porque conferem às pessoas a sensação de que podem ser agentes de mudanças e sujeitos ativos na resolução de problemas (ROIZMAN, 2001), desenvolvendo autonomia e auto-estima.

Criar formas de estímulo à intenção de agir latente nos jovens e reforço em seu poder pessoal pode gerar mudanças importantes no processo de participação e transformação. É fundamental propor iniciativas práticas, que permitam a experimentação concreta e especialmente o *feedback* dos pares, tão importante na juventude. Entre essas iniciativas, destacam-se estratégias que permitam aprofundar a compreensão do impacto das escolhas (AUTIO e HEINONEN, 2004), propiciem o desenvolvimento de atitudes, métodos de ação e participação (ROIZMAN, 2001). Não é necessário que sejam grandes objetivos, o principal é que sirvam como encorajamento para a expressão e tentativas de mudanças (pequenos sucessos alimentam a criação de um sistema diferenciado).

O protagonismo, enquanto fator essencial de autonomia, mostra-se fundamental para que os jovens se orientem e possam constituir um plano de desenvolvimento futuro, que tem impacto não apenas em nível pessoal, mas concerne toda a sociedade.

**d. Buscar pontos de conexão entre diferentes grupos e potenciais áreas para ação.**

Uma estratégia interessante é identificar dentro dos grupos os agentes e os *drivers* de mudança. Os agentes de mudança encontram-se mais frequentemente entre os jovens que apresentam valores sustentáveis e, ao mesmo tempo, transitam em experiências ligadas aos valores do consumo (LEITNER ET AL, 2011). Esses jovens teriam o potencial de realizar uma ‘ponte’ entre aqueles de diferentes orientações e atuar como formadores de opinião. A identificação dos anseios e motivações de mudança oferece referenciais para intervenção – é a partir deles que qualquer objetivo coletivo pode ser construído.

Cada grupo tem seus próprios *drivers* de mudança. As intervenções junto aos jovens devem incluir um processo de identificação e fortalecimento dessas motivações, que constituem fatores essenciais, na medida em que orientam, nutrem, garantem mobilização e resiliência e conferem um sentido vivo e ativo aos processos de transformação empreendidos.

**f. Aplicar estratégias de mediação para facilitar a compreensão das questões e a busca de soluções pelos próprios jovens**

Através de propostas de discussão e dinâmicas de interação, é importante convidar os jovens a refletir sobre seus valores, motivações e objetivos no contexto em questão.

A mediação estimula a tomada de consciência em um contexto prático e a capacidade de os jovens lidarem com as questões desafiadoras, a partir de sua própria compreensão e disposição em participar. Nesse sentido, as intervenções que privilegiam processos de cocriação e a gestão coletiva são especialmente promissoras.

**g. Desenvolver linguagens e abordagens de comunicação para promover o diálogo e mobilização entre jovens**

A comunicação tem papel central no processo de mobilização dos jovens. Considera-se que o potencial de interação e engajamento junto a esse público podem ser

substancialmente ativados, contextualizados e dirigidos à transformação, a partir da abertura de espaço de expressão, compreensão das realidades e trajetórias juvenis e busca efetiva de estratégias de comunicação dialógica com os jovens.

A pesquisa encontrou alguns aspectos sobre estratégias de comunicação bem-sucedidas:

- importância de abrir espaço para que o jovem expresse sua realidade e suas ideias;
- utilização de abordagens diretas, sem clichês ou estereótipos;
- abordagens de questões que tenham significado real na vida deles;
- respeito à capacidade crítica do jovem, que percebe quando a linguagem busca falsear a real intenção da mensagem.

Apresentam-se alguns recursos de linguagem e dinâmicas de comunicação apontados como promissores nesse campo:

- a utilização de métodos e técnicas dinâmicas, que tragam as informações para contextos concretos;
- o aproveitamento do potencial das novas tecnologias, especialmente ferramentas de visualização e redes sociais;
- a presença do humor, do inusitado e de elementos visuais criativos;
- a valorização da experimentação e das abordagens autorais coletivas (comunicação do jovem e para o jovem);
- a apropriação de elementos de linguagem textuais e visuais próprios da cultura contemporânea (ex: cinema, publicidade, música, *street culture* etc);
- a promoção do envolvimento dos jovens nos universos da arte e da cultura.

As diretrizes apresentam-se como eixos transversais que devem permear as iniciativas de promoção de cultura de sustentabilidade entre jovens. Embora tenham sido elaboradas visando sua aplicação para estratégias de Design, as diretrizes também são válidas e dirigem-se para outras áreas de intervenção (ex: educação, mobilização social, desenvolvimento cultural).

## **7. CONCLUSÃO**

### **7.1 - CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao final da pesquisa, considera-se que os objetivos propostos foram alcançados, na medida em que foi possível ampliar e aprofundar a compreensão sobre o processo de transição à sustentabilidade entre jovens a partir do olhar e das competências de Design e avançar na investigação e aplicação de estratégias de Design orientadas aos propósitos da pesquisa.

Os procedimentos metodológicos utilizados mostraram eficientes para alcançar os objetivos propostos, tendo em vista que permitiram tanto um aprofundamento teórico nos temas da pesquisa quanto uma compreensão mais ampla e contextualizada a partir da pesquisa exploratória e da experimentação prática e imersão no real.

Apresentamos a seguir as principais conclusões do trabalho. Quanto à caracterização do processo de promoção de cultura de sustentabilidade entre jovens, as considerações ao final dessa pesquisa reforçam a importância de:

- a. compreender os valores dos jovens a partir de seus desafios e características de desenvolvimento;
- b. investir na construção de ambientes e contextos para transformação;
- c. enfatizar as dimensões da sustentabilidade diretamente ligadas às realidades de vida do jovem;
- d. estimular o empoderamento e o desenvolvimento de autonomia;
- e. buscar possíveis linguagens e abordagens de comunicação;
- f. utilizar estratégias de mediação para facilitar processos de mudança conduzidos pelos próprios jovens.

Quanto às contribuições do Design nesse processo, concluiu-se que:

- a. é possível avançar substancialmente na compreensão da questão a partir de pesquisa, experimentação e análises conduzidas e orientadas pelo Design;
- b. o referido processo de compreensão e análise dos fatores envolvidos, a partir de perspectivas amplas e inovadoras é fundamental para orientar intervenções positivas nesse campo;

- c. no contexto das iniciativas motivadas e conduzidas pelo Design, as abordagens participativas e baseadas na cocriação oferecem excelentes oportunidades para processos de promoção de sustentabilidade junto aos jovens (especialmente jovens estudantes de Design).

Em síntese, os resultados reforçam a importância de entender os valores e os desafios de desenvolvimento dos jovens, ampliar e aprofundar o conceito de sustentabilidade, aproximando-o da realidade de vida do jovem, buscar abordagens de comunicação e mediação que possibilitem enriquecer o diálogo com esse público e estimular processos de transformação conduzidos pelos próprios jovens. Conclui-se que o Design oferece significativos recursos para pesquisa e intervenção inovadoras no campo da promoção de sustentabilidade entre jovens.

## **7.2 - DIFUSÃO E COMPARTILHAMENTO DOS RESULTADOS**

A partir das conclusões e resultados alcançados, ao longo do percurso de pesquisa foram publicados artigos acadêmicos para comunicação e disseminação do conhecimento. No mesmo sentido, inclui-se um capítulo no livro “Caminhos para a sustentabilidade através do design”, organizado por Júlio van der Linden, André Silveira e Carlo Franzato, a ser publicado pela Editora Uniritter em 2014.

Ainda como ação de difusão, houve a participação em vários eventos acadêmicos nacionais e internacionais. Ao final, os resultados práticos serão compartilhados com as instituições que participaram da pesquisa.

Entre as atividades de ensino e extensão desenvolvidas, destacam-se a colaboração na orientação do Grupo de Gestão Sustentabilidade Oi Kabum (que gerou um convite da instituição para continuação da parceria, assumindo a orientação do grupo em 2014), a proposta de abordagem metodológica aplicada em disciplina optativa na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais e a elaboração de projeto de extensão submetido à Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais - FAPEMIG.

Finalmente, a pesquisa resultou em um Termo de Colaboração Institucional entre o Programa de Pós-Graduação em Design da ED-UEMG e a Escola Oi Kabum! de Arte e Tecnologia – Educação Profissional de Nível Técnico, prevendo a realização de atividades de

pesquisa conjunta, desenvolvimento de projetos em colaboração, desenvolvimento de seminários e workshops.

A descrição detalhada e as referências desses resultados encontram-se no Apêndice A, ao final do trabalho.

### **7.3 - PROPOSTAS PARA PROMOVER A CONTINUIDADE DA PESQUISA**

Embora tenham sido desenvolvidas em um contexto específico, as análises e experiências do presente trabalho podem ser aplicadas a outros contextos, na medida em que, mais do que criar uma análise concluída do tema, estas propõem elementos para investigar os fatores relevantes no processo de promoção de sustentabilidade em um dado grupo e diretrizes para intervenção que permitem ajustar a aplicação das competências de Design a diferentes situações. Os resultados da pesquisa podem ser multiplicados por exemplo em escolas, associações e outros grupos, através da criação de oficinas de Design e sustentabilidade baseadas em experiências de cocriação e gestão coletiva, orientadas pelas diretrizes propostas.

Tendo em vista que o tema é complexo e multifacetado, este permite pesquisa e experimentação em vários sentidos. Um possível desenvolvimento futuro consiste em um trabalho de pesquisa visando caracterizar o processo de formação e preparação do jovem para o mundo do trabalho (uma questão central que concerne a juventude atualmente) e investigar possíveis intervenções de estratégias e competências de Design no processo de empoderamento dos jovens nesse campo.

Outro desenvolvimento possível ligado ao ensino de Design é a proposição de uma disciplina teórico-prática, tanto no currículo do Ensino Técnico quanto no de Graduação, visando prover os jovens com oportunidades para desenvolver e exercitar suas habilidades de compreensão dos contextos contemporâneos, liderança, autonomia, protagonismo e busca de intervenção positiva nesses contextos a partir das competências de Design, contribuindo para a formação de profissionais capacitados a encontrar soluções sustentáveis e inovadoras para os desafios presentes e futuros.

## REFERÊNCIAS

ARCHER, Bruce. 'The three Rs'. **Design Studies**, v. 1, n.1, 1979.

ARENDT, Hannah. **Entre o Passado e o Futuro**. São Paulo, SP: Editora Perspectiva, 1992.

ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

AUTIO, M.; HEINONEN, V. To consume or not to consume? Young people's environmentalism in the affluent Finnish society. **Young**, v. 12, n. 2, p. 137-153, 2004.

AUGÉ, Marc. **Não lugares introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas, SP: Papirus, 1994.

BANERJEE, B. Designer as Agent of Change. A Vision for Catalyzing Rapid Change. **Changing the Change Conference**, Torino, 2008.

BATESON, Gregory. **Steps to an Ecology of Mind**. With new pref. Collection of articles reprinted from various periodicals. São Francisco, Chandler, 1987

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BERRY, Thomas. **The Dream of the Earth**; Sierra Club Books, San Francisco, 1990.

BEZERRA, Charles. **O Design Humilde**. São Paulo, Edições Rosari, 2008.

BONI, Valdete.; QUARESMA, Silvia J. **Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais**. Em Tese, Florianópolis, v. 2, n. 1, p.68-80, jan.-jul., 2005.

BRAUN, Débora. **Gestão Coletiva na Oi Kabum! BH** – a construção de saber pelo fazer compartilhado. 2013 (*forthcoming*).

BROCCHI, Davide. The cultural dimension of sustainability. **Religion and Dangerous Environmental Change: Transdisciplinary Perspectives on the Ethics of Climate and Sustainability**. Lit, Berlim, v. 145, 2010.

BROWN, Lester, R. **Building a Sustainable Society**. A World Watch Institute Book. W.W. Norton Publishers, 1981.

BRUNDTLAND, Gro H.(org.). **Nosso futuro comum**. Relatório da Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Rio de Janeiro, FGV, 1988.

BUCHANAN, Richard. Design research and the new learning. **Design Issues**, MIT Press, Cambridge, v. 17, n. 4, p. 3-23, 2001.

CALADO, Silvia, & FERREIRA, Silvia. Análise de documentos: método de recolha e análise de dados. Disciplina Metodologia da Investigação I – Mestrado em Educação/Universidade de Lisboa. 2004. Disponível em <http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/ichagas/mil/analisedocumentos.pdf>. Acesso em 22 de março de 2013.

CALLIGARIS, C. **A adolescência**. São Paulo: Publifolha, 2000.

CAMPOS, A. Q. ; DIAS, A. R. ; PERASSI, R. L. S. . Identidade, Marca e Consumo: Construções Simbólicas na Tessitura da Cultura. **DAPesquisa**, v. 8, - Universidade Federal de Santa Catarina, 2012. Disponível em [http://www.ceart.udesc.br/dapesquisa/files/9/04DESIGN\\_Amanda\\_Queiroz\\_Campos.pdf](http://www.ceart.udesc.br/dapesquisa/files/9/04DESIGN_Amanda_Queiroz_Campos.pdf). Acesso em 14 de junho de 2013.

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. 9. ed. São Paulo: Cultrix, 2004.

\_\_\_\_\_. **Ecoliteracy: the challenge for education in the next century**. 1999. Disponível em <http://www.ecoliteracy.org/publications/pdf/challenge.pdf>. Acesso em 21 de dezembro 2006.

CAPRA, Fritjof; CRABTREE, Margo. Ecoliteracy: a systems approach to education. In: **Ecoliteracy: Mapping the terrain**. Center for Ecoliteracy, Learning in the Real World. Berkeley, CA, 2000.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CASTRO, Lúcia R. A Cidade, a Criança e o Jovem: Des-mapeamento Cognitivo ou Desarticulação Social? In: CASTRO, Lúcia R. (Org.), **Infância e adolescência na cultura do consumo**. Rio de Janeiro: Nau, 1998. Disponível em: [http://www.psicologia.ufrj.br/nipiac/images/stories/livros/infancia\\_e\\_adolescencia\\_na\\_cultura\\_do\\_consumo.pdf](http://www.psicologia.ufrj.br/nipiac/images/stories/livros/infancia_e_adolescencia_na_cultura_do_consumo.pdf). Acesso em: 16 de junho de 2013.

CEFRIQ, Les «C» en tant que Consommateurs. In: **Génération C** – Volume 1, n. 3, 2011. Disponível em [http://www.cefrio.qc.ca/media/uploader/Fascicule\\_consommateurs\\_.pdf](http://www.cefrio.qc.ca/media/uploader/Fascicule_consommateurs_.pdf). Acesso em 15 de maio de 2013.

CENTER FOR ECOLITERACY. **Education for Sustainability – Competences**. Disponível em <http://www.ecoliteracy.org/education/competences.html>. Acesso em 21 de dezembro de 2006.

COUTO, Edvaldo S.; ROCHA, Telma B.; Identidades contemporâneas: a experimentação de 'eus' no Orkut. In: COUTO, E.S.; ROCHA, R.B. (orgs). **A vida no Orkut: narrativas e aprendizagens nas redes sociais**. 9 ed. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2009.

CROSS, Nigel. Design Research: A Disciplined Conversation, **Design Issues**, v. 15, n. 2, 1999.

\_\_\_\_\_. Designerly ways of knowing. **Design Studies**, Londres, v. 3, n. 4, p.221-227, 1982.

DE CARVALHO LÍRIO, Luciano. A construção histórica da adolescência. In: **Anais do Congresso Internacional da Faculdades EST**. 2012. p. 1675-1688.

DE MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o Design do Design**. 1. ed. São Paulo: Blücher, 2010. v. 1.

DUXBURY, Nancy; GILLETTE, Eileen. **Culture as a Key Dimension of Sustainability: Exploring Concepts, Themes, and Models**. Simon Fraser University, Vancouver, BC, 2007.

EDELMAN/Strategyone. **8095 Refreshed**: The evolving role of brands for the world's largest and most impactful generation. 2013. Disponível em: <http://www.slideshare.net/EdelmanInsights/8095-global-external-final>. Acesso em 26 de agosto de 2013.

EDELMAN/Strategyone. **The 8095 Exchange**: Millennials, their actions surrounding brands, and the dynamics of reverberation. 2010. Disponível em: <http://www.slideshare.net/EdelmanDigital/8095-white-paper>. Acesso em 18 de agosto de 2013.

ELKINGTON, John. Towards the sustainable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. **California Management Review**, Winter, 1994. pp. 90-100

ENGELMAN, Roberto. Além do blábláblá da Sustentabilidade. In: ASSADOURIAN, E. e PRUGH, Tom (org.) **Estado do mundo 2013: A Sustentabilidade Ainda é Possível?** Worldwatch Institute, 2013.

ERIKSON, Erik H. **Identidade: Juventude e crise**. 2 ed., Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

FINDELI, Alain. Rethinking Design Education for the 21st Century, In: **Design Issues**, Vol.17, n..1, 2001.

FONTOURA, Antônio Martiniano. **EdaDe**: a educação de crianças e jovens através do Design. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

FRANZATO, Carlo. O design estratégico no diálogo entre cultura de projeto e cultura de empresa. **Strategic Design Research Journal**, v. 3, n. 3, p. 89-96, 2010.

FRASER, Márcia T. D. Delinquência Infanto-Juvenil e Culpa. In: PERES, Urania T. (org.). **Culpa**. São Paulo: Escuta, 2001.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia**: Saberes necessários à prática educativa, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

FREIRE COSTA, Jurandir (2004). Perspectivas da Juventude na Sociedade de Mercado. In: NOVAES, Regina & VANNUCHI, Paulo (Org.). **Juventude e Sociedade**: trabalho, educação, cultura e participação. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

FRIEDMAN, K. Creating design knowledge: from research into practice. In: IDATER 2000 CONFERENCE, 2000, **Proceedings...**Loughborough: Loughborough University, 2000.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo** - Design e sociedade desde 1750. Tradução: Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007

GADOTTI, Moacir. **Agenda 21 e a carta da terra**. Disponível em: [www.paulofreire.org/Agenda\\_21\\_CartadaTerra.pdf](http://www.paulofreire.org/Agenda_21_CartadaTerra.pdf) . Acesso em: 20 jun. 2007.

GONÇALVES, Paulo Marco de Campos e JACOBI, Pedro Roberto. Grupos Ambientalistas Juvenis nos anos 2000: Aprendizagem, Sociabilidade e Ação. In: **Anais do V Encontro Nacional da Anppas**. Florianópolis, 2010.

GRESOLLE, Rosmari T. G.; GONÇALVES, Nádia G. **Consumismo adolescente: consumir para viver ou viver para consumir?** Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/2031-8.pdf>. Acesso em 05 de novembro de 2012.

GROSS, T. Scott., **Meet Generation Y - How changing expectations are shaping the way we think about customer service**. Site. 2011. Disponível em <http://tscottgross.com/2011/07/meet-generation-y/>. Acesso em 18 de agosto de 2013.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Campinas: Papirus, 1990.

GÜNTHER, Hartmut; ELALI, Gleice A.; PINHEIRO, José Q. Multimétodos. In: CAVALCANTI, Sylvia; ELALI, Gleyce A. **Temas básicos em Psicologia Ambiental**. Petrópolis: Vozes, 2011.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

HAWKES, Jon. **The fourth pillar of sustainability**: culture's essential role in public planning. Common Ground, 2001.

INSTITUTO AKATU. **O consumidor brasileiro e a sustentabilidade**: atitudes e comportamentos frente ao consumo consciente, percepções e expectativas sobre a RSE. Akatu, 2010.

INTERNATIONAL COUNCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN – ICSID. Definition of Design. Disponível em: [www.icsid.org/about/about/articles31](http://www.icsid.org/about/about/articles31). Acesso em: 12 de novembro de 2013.

KEHL, Maria Rita. A Juventude como Sintoma da Cultura. In: NOVAES, Regina & VANNUCHI, Paulo (Org.). **Juventude e Sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

KINGSLEY, Christine. Co-Design and the use of Stories to Enable Empathy. In: **European Academy of Design Conference**, The Robert Gordon University, Aberdeen, Scotland. 2009.

KRUCKEN, Lia. Competências para o Design na sociedade contemporânea. In: De Moraes, D.; Krucken, L.. (Org.). **Design e Transversalidade**. 1 ed. Belo Horizonte: Santa Clara, 2008, v. 1.

\_\_\_\_\_. **Design e Território** – Valorização de identidades e produtos locais. Studio Nobel, 2009.

\_\_\_\_\_. **Notas de aula**. Disciplina “Design para Sustentabilidade”, Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, Maio de 2012.

KRUCKEN, Lia, BOSCHI, Marco Túlio. Guia para apresentação dos projetos de design estratégico. **Notas de aula**. Disciplina “Cadeia de valor e valorização de recursos locais”, Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, Maio de 2013.

LACLAU, Ernest. **New Reflections on the Resolution of our Time**. Londres: Verso, 1990.

LEITNER, Michaela. Jugendliche Lebensstile und Nachhaltigkeit. **Österreichische Zeitschrift für Soziologie**, 36(2), 109-119, 2011.

LEITNER, Michaela; CHRISTANELL, Anja; BERTSCH, Christian; BRUNNER, Karl-Michael. **My life – my style – my future**: Nachhaltige Lebensstile und jugendliche Lebenswirklichkeiten. Viena, 2011.

LEHMANN, Lúcia M. S.; SILVEIRA, Alessandra G.; AFONSO, Andreia F. L.; CASTRO, Lúcia R. Estetização do corpo: identificação e pertencimento na contemporaneidade. In: CASTRO, Lúcia R. (Org.), **Infância e adolescência na cultura do consumo**. Rio de Janeiro: Nau, 1998. Disponível em: [http://www.psicologia.ufrj.br/nipiac/images/stories/livros/infancia\\_e\\_adolescencia\\_na\\_cultura\\_do\\_consumo.pdf](http://www.psicologia.ufrj.br/nipiac/images/stories/livros/infancia_e_adolescencia_na_cultura_do_consumo.pdf). Acesso em: 16 de junho de 2013.

LEONARD, Annie. **A história das coisas**: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo o que consumimos. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis, RJ. Ed.Vozes. 1996

\_\_\_\_\_. Mediações simbólicas: a imagem como vínculo social. In: **Para navegar no século XXI**. Org. Francisco Menezes Martins e Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina/EDIPUCRS, 2000, 2 ed.

\_\_\_\_\_. Perspectivas tribais ou a mudança de paradigma social. **Revista Famecos** – mídia, cultura e tecnologia, n. 23, Porto Alegre, 2004.

MALAGUTI, Cyntia Santos. Design e valores materializados - cultura, ética e sustentabilidade. In: De Moraes, Dijon; Krucken, Lia. (Org.). **Cadernos de Estudos Avançados em Design Sustentabilidade I**. 1 ed. Barbacena: Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais, 2009a, v. 1.

\_\_\_\_\_. Objetos e o valor do sentido de comunidade. In: **2º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável | 2º International Symposium on Sustainable Design, 2009**, São Paulo. Universidade Anhembi Morumbi, 2009b. v. 1.

MANZINI, Ezio. A laboratory of ideas. Diffuse creativity and new ways of doing. In: MERONI, Anna. **Creative communities: People inventing sustainable ways of living**. Milano: Edizioni POLI.Design, 2007.

\_\_\_\_\_. **Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas organizações colaborativas e novas redes projetuais**. Ezio Manzini; Rio de Janeiro: E-papers, 2008a. (Cadernos do Grupo de Altos Estudos; v. 1)

\_\_\_\_\_. Introdução. In: **Shaping the Global Design Agenda – an International Conference on Design Policy**. 6-7 November 2008b. Torino, Italy.

\_\_\_\_\_. **Notas de aula**. Curitiba, 2012.

MALDONADO, Tomas. 1999. **Design industrial**. Lisboa, Edições 70;

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. Edusp, 2002.

MARGOLIN, Victor. O Designer Cidadão. In: **Revista Design em Foco** [on line] 2006, vol. III

\_\_\_\_\_. Design, the Future and the Human Spirit. *Design Issues: Volume 23, Number 3 Summer 2007*

MARZANO, Stefano. **Chocolate for breakfast**. Key note address to the 18th ICSID Congress, Glasgow, 1993. ICSID News 6/93. International Council of Societies of Industrial Design, Helsinki, 1993.

MAX-NEEF, Manfred. **Human Scale Development**. Conception, Applications and Further Reflections. The Apex Press, New York, 1991.

MCCARTHY, Iseult; GRENVILLE, Gary. **Design in education, a discussion paper**. Dublin: National Council for Curriculum and Assessment, 1997.

MCNEIL, Bethia; REEDER, Neil; RICH, Julia. **A framework of outcomes for young people**. Young Foundation, UK, 2012.

MEADOWS, Donella H.; MEADOWS, Denis L.; RANDERS, Jorgen. **Limites do crescimento**: um relatório para o projeto Clube de Roma sobre o dilema da humanidade. São Paulo, Perspectiva, 1972.

MENDES, Débora ; CAMPOS, Fernando. Homens Sujeitos, Mulheres Objetos. In: **Revista LEVS**, Marília - SP, v. v.9, 2012.

MENDES, Mariuze D.; MEDEIROS, Jusmeri; ONO, Maristela M. Estilos de vida e mediação de Design na construção de cenários sustentáveis. In: II Simpósio Brasileiro de Design Sustentável - 2009. **Anais**. Curitiba: UFPR, v. 1, 2009.

MILLEN, David R. Rapid ethnography: time deepening strategies for HCI field research. In **Proceedings of the 3rd conference on Designing interactive systems**: processes, practices, methods, and techniques (pp. 280-286). ACM. 2000.

MINAYO, Maria Cecília de S. **O desafio do conhecimento científico**: pesquisa qualitativa em saúde. 2ª edição. São Paulo/Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1993.

\_\_\_\_\_ (Org.). **Pesquisa social**: teoria método e criatividade. 17ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MERONI, Anna. **Creative communities**: People inventing sustainable ways of living. Milano: Edizioni POLI.Design, 2007.

MORIN, Edgar. **Os Sete Saberes Necessários à Educação do Futuro** 3a. ed. - São Paulo - Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2001.

MORIN, Edgar; WULF, Christoph. **Planeta a aventura desconhecida**. Unesp, 2002.

MOURA, Catarina. O desígnio do design. In: **Anais do 4º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação-4º SOPCOM**. Aveiro. 2005.

NELSON, Harold.G.; STOLTERMAN, Erik. **The Design Way**: intentional change in an unpredictable world. Educational Technology Publications, Englewood Cliffs, NJ, 2003.

NIELSEN, Lene. Personas in co-creation and co-design. **Proceedings of the 11th Human-Computer Interaction Research Symposium (DHRS2011)**, pp. 38–40. 2011.

OLIVEIRA, Adriano Machado. A juventude perante a sociedade de consumo: Paradoxos e novas configurações identitárias In: **Anais do I Simpósio Internacional de Educação/IV Fórum Nacional de Educação**. Torres: Ulbra, 2007.

ORR, David W. **The Nature of Design: Ecology, Culture, and Human Intention.** Oxford University Press, 2002.

\_\_\_\_\_. A sense of wonder. In: **Ecoliteracy: Mapping the terrain.** Center for Ecoliteracy, Learning in the Real World. Berkeley, CA, 2000.

PAIS, José Machado. Buscas de si: expressividades e identidades juvenis. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda (orgs.). **Culturas Jovens: novos mapas do afeto.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

PEREIRA, Maria Arleth. Efeitos da cultura da mercantilização na educação: um processo desafiador. In: Oswaldo Alonso Rays (org). **Educação, matemática e física: subsídios para a prática pedagógica.** Santa Maria: UNIFRA, 2006.

PERUZZO, C., M.K. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005. p.125-145.

PINHEIRO. Márcia S. **Aspectos bio-psico-sociais da criança e do adolescente.** s.d. Disponível em <http://www.cedeca.org.br/conteudo/noticia/arquivo/3883A852-E760-FC9F57158B8065D42B0E.pdf>. Acesso em 16 de junho de 2013.

PIZZOCARO, Silvia. Passos iniciais para métodos de pesquisa. In: De Moraes, Dijon, Dias, Regina A.; BOM CONSELHO, Rosemary (org.) Coleção **Cadernos de Estudos Avançados em Design,** Belo Horizonte: EdUEMG, 2011.

RAGGI, Nathália. Juventudes na contemporaneidade: identidades, identificações, nomadismos. In: **Rev. Bras. Adolescência e Conflitualidade**, 2010 (0): 78-93. Disponível em [http://periodicos.homologa.uniban.br/index.php/RBAC/article/view File/108/87](http://periodicos.homologa.uniban.br/index.php/RBAC/article/view/File/108/87) . Acesso em 7 de junho de 2012.

RIBEIRO, Rita Aparecida da C. Do high tech ao retrô: a ambiguidade define o consumo adolescente no século XXI. In: II SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EM CONSUMO, 2012. São Paulo. **Anais.** Disponível em: <http://siepconsumo.com.br/2012/anais.html>. Acesso em 24 de maio de 2013.

RITTEL, Horst W. J., WEBBER, Melvin.M. **Dilemmas in a General Theory of Planning.** Policy Sciences v. 4, n. 2, 1973.

ROCHA, Everardo. Apresentação. In DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo.** Ed. UFRJ: Rio de Janeiro, 2006.

RUNNALLS, Catherin. R. **Choreographing community sustainability: The importance of cultural planning to community viability.** Centre of Expertise on Culture and Communities, Simon Fraser University. Vancouver, Canada, 2007.

SABOYA, R. **Problemas “capciosos”**. Disponível em [www.urbanidades.arq.br](http://www.urbanidades.arq.br) . Acesso em 14/12/2012.

SANDERS, Elizabeth.; STAPPERS, Pieter. **Co-creation and the new landscape of design**. Disponível em: [http://www.maketools.com/articles-papers/CoCreation\\_Sanders\\_Stappers\\_08\\_preprint.pdf](http://www.maketools.com/articles-papers/CoCreation_Sanders_Stappers_08_preprint.pdf). Acesso em 14 de abril de 2013.

SANTAELLA, Lucia. A estética das linguagens líquidas. IN: ARANTES, Priscila. SANTAELLA, Lucia (orgs.). **Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização - do pensamento único à consciência universal**. São Paulo: Editora Record, 2000.

SAVAGE, Jon. **A criação da juventude**. Como o conceito de *teenage* revolucionou o século XX. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

SCHOEN-FERREIRA, Teresa Helena; AZNAR-FARIAS, Maria; SILVARES, Edwiges Ferreira de Mattos. A construção da identidade em adolescentes: um estudo exploratório. **Estudos de Psicologia**, v. 8, n. 1, p. 107-115, 2003.

SERRÃO, Margarida e BALEEIRO, Maria Clarice. **Aprendendo a ser e a conviver**. São Paulo: FDT, 1999.

SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI: no loop da montanha russa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SILVA, Carla R.; LOPES, Roseli E. Adolescência e juventude: entre conceitos e políticas públicas. **Cadernos de Terapia Ocupacional da UFSCar**, v. 17, n. 2, 2010.

SIMON, Herbert. **The sciences of the artificial**, 2nd ed, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1982.

SPETH, James Gustave. **The bridge at the edge of the world: Capitalism, the environment, and crossing from crisis to sustainability**. Yale University Press, 2008.

STONE, Michael K., **Smart by Nature: Schooling for Sustainability**. Healdsburg, CA: Watershed Media, 2009.

SULLIVAN, Harry S. **The interpersonal theory of psychiatry**. Nova Iorque, W.W. Norton & Company, Inc., 1953.

TEIXEIRA, E. **As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa**. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. 203 p.

VÁRIOS AUTORES. **Firstthingsfirst Manifesto** - 1964 & 2000. Disponível em: [www.strg-n.com/edu/hgkz\\_BuK/files/first\\_things.pdf](http://www.strg-n.com/edu/hgkz_BuK/files/first_things.pdf) . Acesso em 16 de junho de 2013.

VEIGA, José Eli da. Indicadores de sustentabilidade. **Estudos Avançados**, v. 24, n. 68, 2010.

VIACOM. **The Next Normal**: An Unprecedented Look At Millennials Worldwide. Key Findings. 2012. Disponível em [Http://Vimninsights.Tumblr.Com/Post/44091116869/The-Next-Normal-Be-Viacom-Talking-Shop](http://Vimninsights.Tumblr.Com/Post/44091116869/The-Next-Normal-Be-Viacom-Talking-Shop). Acesso em 18 de agosto de 2013.

**Websites:**

<http://www.plugminas.mg.gov.br>

<http://www.sparkling-science.at>

<http://www.ppgd.uemg.br/>

<http://www.ed.uemg.br/>

**ANEXO A – Termo de parceria institucional entre o Programa de Pós-Graduação em Design – UEMG e a Oi Kabum! Escola de Arte e Tecnologia**

**Para:** Associação Imagem Comunitária - Programa Escola Oi Kabum! de Arte e Tecnologia  
Educação Profissional Técnica de Nível Médio  
**Referência:** Termo de cooperação técnica

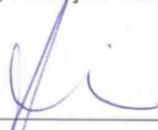
Belo Horizonte, 05 de abril de 2014

Prezados Senhores:

Vimos, por meio desta, oficializar a cooperação técnica entre o Programa de Pós Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - PPGD/UEMG e da Associação Imagem Comunitária pelo programa Escola Oi Kabum! de Arte e Tecnologia Educação Profissional Técnica de Nível Médio, que inclui a realização de atividades de pesquisa conjunta, desenvolvimento de projetos em colaboração, desenvolvimento de seminários e workshops.

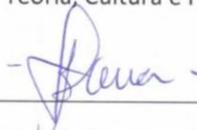
A cooperação foi iniciada em 02/08/2013, no âmbito da pesquisa de mestrado em Design de Najla Mouchrek, orientada pela Prof<sup>a</sup>. Lia Krucken no PPGD/UEMG, junto ao Grupo de Gestão Sustentabilidade da Oi Kabum! Escola de Arte e Tecnologia e ao Centro de Estudos Teoria, Cultura e Prática em Design – T&C. Em 2014, a pesquisadora Najla Mouchrek vem atuando na orientação e acompanhamento de jovens no contexto do referido grupo, dando continuidade à parceria iniciada, em colaboração com a educadora Diana Castilho.

Essa parceria institucional possibilita a colaboração entre universidade e escola, bem como o desenvolvimento de conhecimento e práticas envolvendo o ensino de pós-graduação, graduação e ensino técnico em Design. Nesse sentido, gostaríamos de reforçar o interesse e a disponibilidade para continuação de atividades conjuntas do PPGD/UEMG com a Associação Imagem Comunitária pelo programa Escola Oi Kabum! de Arte e Tecnologia Educação Profissional Técnica de Nível Médio, especialmente na área de concentração do Mestrado em Design, Inovação e Sustentabilidade.



---

Prof<sup>a</sup>. Lia Krucken  
Professora do Programa de Pós Graduação em Design da  
Universidade do Estado de Minas Gerais - PPGD/UEMG  
Centro de Estudos Teoria, Cultura e Prática em Design – T&C



---

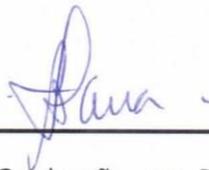
Prof<sup>a</sup>. Sebastiana Luiza de Bragança Lanna  
Coordenadora do Programa de Pós Graduação em Design da  
Universidade do Estado de Minas Gerais - PPGD/UEMG

## Termo de Cooperação Técnica

O Programa de Pós Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - PPGD/UEMG e a Associação Imagem Comunitária pelo programa Escola Oi Kabum! de Arte e Tecnologia Educação Profissional Técnica de Nível Médio resolvem celebrar o presente Termo de Cooperação Técnica, especialmente no desenvolvimento das seguintes atividades: realização de atividades de pesquisa conjunta, desenvolvimento de projetos em colaboração, desenvolvimento de seminários e workshops.

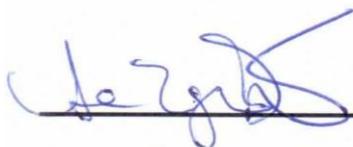
O presente termo tem início na data de assinatura.

Belo Horizonte, 08 de abril de 2014



---

Programa de Pós Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - PPGD/UEMG



---

Associação Imagem Comunitária programa Escola Oi Kabum! de Arte e Tecnologia Educação Profissional Técnica de Nível Médio

**APÊNDICE A - Difusão e disseminação do conhecimento – resultados obtidos**

## 1. PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS E PUBLICAÇÃO DE ARTIGOS E CAPÍTULO DE LIVRO

### a. Capítulo de livro

MOUCHREK, Najla; KRUCKEN, Lia. Design para promover cultura de sustentabilidade entre jovens: estratégias e contextos para transformação. In: VAN DER LINDEN, Júlio, SILVEIRA, André; FRANZATO, Carlo (org.). **Caminhos para a sustentabilidade através do design**. Editora Uniritter, 2014 (*forthcoming*).

### b. Apresentação de comunicação em eventos acadêmicos nacionais e internacionais e publicação de artigos e resumos em anais

MOUCHREK, Najla; KRUCKEN, Lia. Design para transformação e promoção da cultura de sustentabilidade: etapa inicial - levantamento de valores entre jovens. In: **IV Simpósio Brasileiro de Design Sustentável (SBDS) + International Symposium on Sustainable Design (ISSD)**. ISBN: 978-85-7431-614-7. Porto Alegre, 2013

MOUCHREK, Najla; KRUCKEN, Lia. Estratégias de comunicação orientadas ao público jovem: um estudo sobre consumo e valores. In: RIBEIRO, Rita A.; SILVA, Sérgio A. (org.). **Anais do Colóquio Internacional de Design - Edição 2013 - Design para os povos**. ISBN 978-85-62578-36-6. Belo Horizonte, UEMG, 2013.

MOUCHREK, Najla; KRUCKEN, Lia. Design para transformação e promoção da cultura de sustentabilidade. In: **Actas de Diseño N°16 - VIII Encuentro Latinoamericano de Diseño - Cuarto Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño**. ISSN: 1850-2032. Buenos Aires: Universidade de Palermo. 2013.

MOUCHREK, Najla. *Keep Calm and Have a Moustache*. Presença e resignificação de ícones retrô como elementos de afirmação de identidade e coesão de grupo entre adolescentes. In: **Seminário Design da Imagem 2013. Dialética da Imagem e suas Interfaces**. ISBN: 978-85-62578-23-6. Belo Horizonte, ED-UEMG (*forthcoming*).

MOUCHREK, Najla; KRUCKEN, Lia. O design como agente de transformação e promoção da cultura de sustentabilidade entre adolescentes – etapa inicial. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA E EXTENSÃO DA UEMG. **Anais do 15º Seminário de Pesquisa e Extensão da UEMG**. ISSN 2236-6164. Belo Horizonte: UEMG, 2013.

MOUCHREK, Najla; KRUCKEN, Lia. Design e Educação – o potencial da ação transdisciplinar na promoção da cultura de sustentabilidade (comunicação). In: **Simpósio Educação Libertária: estudos e reflexões sobre a prática pedagógica**. IV Simpósio do Núcleo de Estudos e Pesquisas do Pensamento Complexo. Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2013.

MOUCHREK, Najla; KRUCKEN, Lia. Educação e promoção da cultura de sustentabilidade: levantamento de valores entre jovens (pôster). In: **IV Seminário Internacional Teias de Cidadania**. Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2013.

### **3. ATIVIDADES DE ENSINO E EXTENSÃO**

#### **a. Participação no Oi Kabum e convite para continuar**

Durante o segundo semestre de 2013, a pesquisadora Najla Mouchrek participou de atividade docente de orientação e apoio à coordenação do Grupo de Gestão Sustentabilidade na Oi Kabum! Escola de Arte e Tecnologia, somando 64 horas/aula. Em 2014, vem atuando na orientação e acompanhamento de jovens junto ao referido grupo, dando continuidade à parceria iniciada, junto à educadora Diana Castilho. As atividades realizadas contemplam o acompanhamento do processo de gestão coletiva, preparação de conteúdos expositivos e atividades práticas, orientação conjunta dos alunos e condução de pesquisa sobre o tema “Sustentabilidade e estratégias de Comunicação ligadas à realidade de vida dos jovens”.

#### **b. Proposta de abordagem metodológica aplicada em disciplina optativa oferecida no segundo semestre de 2013 na Escola de Design – UEMG**

A atividade configurou o estágio de docência da pesquisadora junto com a prof<sup>a</sup> orientadora Lia Krucken e incluiu: participação em preparação de aulas e conteúdos, participação na condução de aulas expositivas e atividades práticas, orientação conjunta dos alunos, participação na correção dos trabalhos e avaliação dos alunos e condução de pesquisa orientada ao tema. A atividade totalizou 64 horas/aula.

**c. Projeto de extensão submetido para apreciação**

Design e transformação - Promoção de iniciativas sustentáveis e protagonismo juvenil em Minas Gerais - Prevê aplicação de competências de design para propor iniciativas sustentáveis e desenvolver estratégias e recursos para promoção da cultura de sustentabilidade entre jovens e os estudantes de Design, em processos de cocriação. Envolve docentes, pesquisadores em nível de doutorado e mestrado e alunos da graduação. Coordenação: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Lia Krucken e Najla Mouchrek. Projeto apresentado junto à Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais.

**4 - PARCERIA INSTITUCIONAL**

**a. Parceria e termo de colaboração institucional com Oi Kabum**

A cooperação foi iniciada em agosto de 2013, no âmbito da presente pesquisa de mestrado, junto ao Grupo de Gestão em Sustentabilidade do Oi Kabum e ao Centro de Estudos Teoria, Cultura e Prática em Design – T&C. A parceria institucional, formalizada por um Termo de Colaboração assinado em abril de 2014, possibilita a colaboração entre universidade e escola, bem como o desenvolvimento de conhecimento e práticas envolvendo o ensino de pós-graduação, graduação e ensino técnico em Design.

**5. ARTIGOS EM FASE DE FINALIZAÇÃO**

**a. Artigos elaborados, em fase de finalização para submissão**

MOUCHREK, Najla; ALMEIDA, Marcelina e KRUCKEN, Lia. O processo de transição rumo à sustentabilidade e o papel do design como agente de inovação criativa na educação sustentável.

MOUCHREK, Najla; DE MORAES, Dijon e KRUCKEN, Lia. Desenvolvimento da Cultura do Design e seu papel como agente de mudança em cenários complexos.

MOUCHREK, Najla; SILVA, Sérgio Antônio; KRUCKEN, Lia. A dimensão simbólica do consumo e o processo de constituição de identidade entre adolescentes.

MOUCHREK, Najla; CASTILHO, Diana. A experiência de uma nova abordagem no grupo de gestão coletiva em Sustentabilidade na Oi Kabum.

**APÊNDICE B – Pôster do projeto Laboratórios de design, cocriação e sustentabilidade**

# Laboratórios de design, cocriação e sustentabilidade

## Objetivo do projeto

Investigar abordagens colaborativas do design, com foco especial no desenvolvimento de competências de design junto a públicos jovens, visando promover ações relacionadas à sustentabilidade no contexto urbano.

## O projeto envolve o desenvolvimento de:

- Pesquisas em nível de graduação e pós-graduação;
- Identificação de iniciativas semelhantes;
- Métodos e ferramentas para condução de laboratórios de inovação aberta e sustentabilidade com o público jovem;
- Parcerias e colaborações com pesquisadores e instituições interessadas;
- Estratégias para compartilhar e comunicar sustentabilidade.

## >>> Laboratório de design, cocriação e sustentabilidade

O objetivo do laboratório é promover a experimentação de estratégias de co-criação e das ferramentas de sustentabilidade, sensibilizando os participantes a identificar e aplicar diferentes possibilidades de elaborar um projeto de design.

O primeiro laboratório foi conduzido durante disciplina de graduação com alunos de design na ED/UEMG, realizada em 2013. O laboratório envolve 3 fases: (1) Contextualização, (2) Ideação e pesquisa, (3) Projeto de design.

### Fase 1 - Contextualização: Mapa colaborativo

"Quais são os desafios de ser jovem hoje?"  
"Qual é o espírito desse tempo?"



### Fase 2 - Ideação e pesquisa

"Quais são as oportunidades ou os problemas percebidos?"  
Como estão relacionados com as dimensões de sustentabilidade?"



Alunos de graduação da disciplina optativa Inovação Aberta e Sustentabilidade, 2o semestre de 2013.

### Fase 3 - Projeto de design

Alguns resultados do laboratório conduzido em 2013

#### C.A.F.É. - Cocriar, Apropriar, Financiar, Experimentar

Realização de evento para inovação colaborativa na Escola de Design, em que os participantes são convidados a compartilhar ideias e contribuir na promoção de soluções práticas coletivas para questões que envolvem a comunidade.



#### Interação de alunos da ED/UEMG com alunos da Oi Kabum

Realização de pesquisa junto aos jovens sobre a relação com futuro profissional, que deu acesso a resultados interessantes sobre a visão dos jovens sobre o assunto e deu origem a um vídeo a ser compartilhado na escola.



## >>> Próximas atividades do projeto

- Realização de novas parcerias com pesquisadores e instituições
- Realização de laboratórios e workshops
- Elaboração de publicações relacionadas ao tema

## >>> Publicações

- Comunicação apresentada no IV Simpósio do Núcleo de Estudo e Pesquisa do Pensamento Complexo - FaE - UFGM
- Artigo apresentado no Congresso de Ensino de Design, Buenos Aires (2013)
- Artigo apresentado no Simpósio Brasileiro de Design Sustentável (SBDS) + International Symposium on Sustainable Design (ISSD), em Porto Alegre (2013)
- Capítulo no livro "Caminhos para a sustentabilidade através do design", organizado por Júlio van der Linden, André Silveira e Carlo Franzato, a ser publicado pela Editora Uniritter em 2014.

## >>> Investigação sobre percepções dos jovens em relação à sustentabilidade

Uma investigação inicial foi realizada por Najla Mouchrek (2013, Pesquisa de Mestrado em andamento junto ao Programa de Pós Graduação em Design, Inovação e Sustentabilidade da Escola de Design da UEMG) junto ao Festival Plug Minas, com o objetivo de identificar percepções e conceitos dos jovens em relação à sustentabilidade e a estratégias de mobilização em relação ao tema.

Foi possível levantar diversas questões relativas aos valores, estilos de vida e às abordagens de comunicação visual e interativa junto aos jovens.

Quando concluída, os resultados da pesquisa serão compartilhados com o Plug Minas e, em especial, com o Oi Kabum.



Investigação sobre os valores dos jovens realizada junto a ao Festival Plug Minas - Fonte: Mouchrek e Krucken (2013).

## >>> Observação participante no Grupo de Sustentabilidade do Oi Kabum

No segundo semestre de 2013, a pesquisadora Najla Mouchrek realizou observação participantes no Grupo de Gestão - Sustentabilidade do Oi Kabum. Conduzido pelos próprios alunos, o grupo visava comunicar e mobilizar seus pares para mudanças de atitude no ambiente da escola.

O grupo apresentou resultados muito interessantes, em uma visão ampliada de sustentabilidade e na busca bem-sucedida de linguagens novas e interessantes para comunicar sobre o assunto.

\*Agradecimentos à Diana Castilho e a todos os membros do Grupo, a Paulo Costa, Débora Braun e aos demais professores e alunos do Oi Kabum que contribuíram para esta pesquisa.



Grupo de Sustentabilidade - Oi Kabum - 2º Semestre 2013

## >>> Equipe

- Prof. Dr. Lia Krucken, coordenadora - lia.krucken@pq.cnpq.br
- Prof. Najla Mouchrek, mestrand - najlamouchrek@ig.com.br

## >>> Parcerias e colaborações

- Centro T&C Design - ED/UEMG
- RED - Rede de Estratégias em Design
- Oi Kabum

Esse projeto iniciou em 2012 e envolve professores e pesquisadores do Programa de Mestrado em Design, Inovação e Sustentabilidade da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (ED/UEMG).

MESTRADO EM DESIGN

