

O PAPEL SOCIAL DO DESIGNER: ESTRATÉGIAS PARA PROMOVER A FEIRA ECOLÓGICA AO ENTARDECER.

Carolina Macksoud¹; Prof. Dr.^a Roberta Coelho Barros²

¹Universidade Federal de Pelotas – ninamacksoud@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – robertabarros@gmail.com

Resumo: Este trabalho é parte de meu trabalho de conclusão do curso de Design Gráfico da UFPel e tem como objetivo propor uma reflexão sobre o papel social do designer e usar o seu conhecimento como uma ferramenta social, buscando estratégias para promover a agroecologia pelotense, mais especificamente, a feira ecológica Ao Entardecer realizada semanalmente no Mercado Público da cidade.

Palavras-chaves: design social, agroecologia, consumo consciente

1. INTRODUÇÃO

O mundo está percebendo que é preciso mudar nosso modo de consumo antes que acabemos com os recursos naturais do nosso planeta, para isso, práticas mais conscientes estão sendo adotadas por pessoas e empresas. Dentre estas práticas, temos a agroecologia, que consiste em um modo de produção sustentável, livre de desmatamento, com uso racional de água e terra, e sem a utilização de agrotóxicos e transgênicos.

A agroecologia em Pelotas/RS é praticada por pequenos produtores vinculados a cooperativas. Estes produtores organizam feirinhas livres para o comércio de suas produções, uma delas é realizada todas as quintas-feiras no largo do Mercado Público da cidade, chamada Feira Ecológica ao Entardecer. Nela, a população pode adquirir produtos saudáveis e ter contato com as famílias produtoras. Infelizmente, a disseminação da agroecologia ainda é pequena, muitas pessoas na cidade não a conhecem por falta de informação e divulgação. Além do mais, por estar relacionada a um modo de agricultura sustentável, é irônico que os comerciantes não possuam embalagens específicas disponíveis na feira, os produtos acabam sendo comercializados em sacolas plásticas (Figura 1).



Figura 1. Sacolas plásticas sendo utilizadas na feirinha ecológica.

Fonte: Acervo pessoal

De acordo com Braga (2011), nos últimos 150 anos foram geradas variadas ideias e conceitos sobre o papel social do design. No atual cenário, discussões a respeito da sustentabilidade e consumo têm ganhado repercussão, o designer pode usar “o seu conhecimento existente no campo da comercialização de produtos de consumo” para atuar na circulação de informação e comunicação visual destes temas (FRASCARA, 1989, p.89).

Este resumo é parte do meu trabalho de conclusão de curso e apresenta o levantamento de dados feito até então para propor uma reflexão sobre o papel social do designer e sobre consumo consciente, e, na prática, promover estratégias de design como a criação de identidade, materiais gráficos e digitais que contribuirão com a disseminação de informação da Feirinha Ecológica Ao Entardecer, dando mais visibilidade e estimulando o consumo local e de produtos orgânicos.

2. METODOLOGIA

Para o primeiro momento foi iniciada uma pesquisa bibliográfica para auxiliar no entendimento das mudanças que estão ocorrendo na forma de consumo, por isso, foram investigados temas como consumo consciente, *lowsumerism* e economias colaborativas. Os principais autores utilizados foram Jean Baudrillard (1981), Richard Sennett (2006), além dos artigos disponíveis no portal Ponto Eletrônico², que abordam a cultura contemporânea e a forma como a

² <http://pontoeletronico.me/>

sociedade consome nos dias atuais. Posteriormente, busca-se compreender o papel social do profissional de design, para isso, o principal autor foi Marcos Braga (2011).

Por fim, foi feito um levantamento com questionário semi-aberto com os frequentadores da feira, para investigação das carências existentes e da forma como a população a percebe, para então iniciar o projeto de empregar o design como ferramenta social para o seu desenvolvimento.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O foco principal deste trabalho foi a pesquisa bibliográfica a respeito dos temas abordados como consumo consciente e design social, e percebemos que o design pode atuar no desenvolvimento de novos hábitos e costumes numa sociedade de consumo, informando a respeito de fatores importantes no cenário atual. Ainda, com a realização de levantamento com questionário semi-aberto, foi possível certificar a existência dos problemas que motivam este trabalho.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vivemos numa sociedade cheia de problemas, com muita desigualdade social e econômica, em um planeta que sofre cada vez mais com a destruição ambiental e a escassez de recursos naturais. Antes de sermos designers, todos nós somos seres humanos. Então, se aliarmos o nosso papel de cidadãos ativos e críticos na sociedade com nosso conhecimento profissional de designers poderemos sim alcançar um mundo mais justo e igualitário, com condições dignas de vida e respeito ao meio ambiente. É possível que design, ao desempenhar seu papel social, em um projeto para a Feira Ecológica Ao Entardecer, desperte novos hábitos e costumes numa sociedade de consumo, informando a respeito de fatores importantes como agroecologia e consumo consciente.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.
BRAGA, Marcos da Costa (Org.). **O Papel Social do Design Gráfico**. 1a Ed. São Paulo. Editora Senac. 2011, p.45-64.
FRASCARA, Jorge. **Communication Design: principles, methods, and practice**. New York: Allworth Press, 2004.
SENNETT, R. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.