

# **Design Território**

## **Raiane Zanella**

### **Resumo**

A sociedade moderna procura por um novo modelo de produção que possua uma visão diferente à formação de produtos e que utilize processos que objetivem essa conscientização social, política e humana, reforçando os valores com a comunidade local e a sociedade.

### **Introdução**

Simplemente criar um produto deixou de ser o objetivo principal do design, sua visão sobre o produto se ampliou de tal forma que o profissional se responsabiliza por todas as fases de vida do produto desde a extração da matéria prima até o descarte, sua função social não se restringe apenas ao consumidor final, o design atual está inserido dentro de uma realidade onde a responsabilidade social o impulsiona a se tornar um agente transformador e criador de novos caminhos sociais positivos para a comunidade envolvida

Não se trata apenas de um produto para um público específico que compõe apenas uma parcela social, e sim sua ação social dentro da comunidade ou região onde estão os profissionais que colaboram com a produção isso gerar uma nova construção da forma de visualização do conceito de Design.

### **Desenvolvimento**

Em uma sociedade de consumo globalizada os indivíduos naturalmente criam uma necessidade de gerar identidade através de um sentimento de pertencimento, resultado pluralização da relações e troca de informações, a que são expostos todos os dias, além dessa idéia global do cenário de bens de consumo da moda e do design surge a margem do movimento uma nova maneira de pensar questões de valorização e desenvolvimento.

Torna-se uma possibilidade de gerar um novo fator competitivo no mercado capaz de concorrer com marcas grandes porem genéricas, que seria

criar produtos que pareçam ser de onde são, que relatam sobre a realidade de quem os fez. Produtos com identidade local.

É necessário ressaltar que os indivíduos, na maioria das vezes desconhece a própria história, à sua identidade cultural, o que impede o desenvolvimento regional em um contexto de geração de individualidade, indo contra o consumo massificado e generalizado.

Muitas vezes essa valorização pode ser confundida com apenas uma inspiração, um apoderamento da cultura, o que traz poucos ou nenhum benefício para a comunidade já que sua economia não foi desenvolvida e a distribuição da arrecadação com o produto é visivelmente desigual.

O design adquire um papel que passa os limites de apenas o processo de produção de um produto com função prática que atende a um determinado público, aliado a um aspecto estético e valor comercial. O criador, possui uma nova visão sobre esse circuito, mantendo a atenção em todas as etapas de vida do produto, desde sua extração, até seu descarte valorizando de modo ético e humano todas as pessoas e comunidades envolvidas.

## **Conclusão**

A preocupação com um caminho melhor para seguir de encontro com o futuro tornou-se para o design uma bússola, que guia em diferentes setores da produção. A responsabilidade social gera em profissionais a possibilidade real de criar uma capacidade competitiva muito forte capaz de modificar padrões de comportamento de consumo globalizado.

## **REFERÊNCIAS**

PLATCHECK, Elizabeth Regina. **Metodologia de Ecodesign para o Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis**. Mestrado Profissionalizante em Engenharia – Ênfase em Engenharia Ambiental e Tecnologias Limpas – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, Brasil, 2003

KRUCKEN, Lia. **Design e território**. Studio Nobel, São Paulo.