

METODOLOGIA DE CRIAÇÃO APLICADA NA PROPOSTA DE ENSINO/APRENDIZAGEM COMO FORMA DE APROXIMAÇÃO DO EGRESSO AO MERCADO

Cristiane Linhares de Souza

Rodrigo Antônio Queiroz Costa

Resumo

Uma turma de alunos de curso de graduação tecnológica em Design Gráfico foi dividida em seis grupos para executar o trabalho interdisciplinar do 2º módulo. Um cliente e um edital descreviam as necessidades para um projeto de identidade visual e sinalética para o terceiro setor; cada equipe, em sigilo, desenvolveu seu material, com base em metodologias de criação de projetos. Este artigo relata a experiência do trabalho interdisciplinar na disciplina e os resultados do processo de aprendizagem da criação de um projeto de identidade visual e sinalética para o terceiro setor.

Palavras-chave

Identidade Visual; Metodologia de criação; Trabalho Interdisciplinar; Mercado de design.

1 Contextualização

A escolha de estratégias pedagógicas como as Práticas Pedagógicas Inovadoras evidenciam a importância de projeto pedagógico que incita e desperta a atenção do aluno, mobilizando-o para a investigação, a experimentação, a produção de conhecimento e abertura para novas aprendizagens.

A educação não deve ser apenas compreendida e centrada na escola, sala de aula, mas concebida como aprendizado constante que investe na aquisição de novos conhecimentos e novas estratégias de forma contínua.

Situações como essas envolve a possibilidade de abordar no trabalho pedagógico o desenvolvimento de projetos a partir de questões a serem investigadas, levantando o contexto de problematização levando a busca da metodologia para solucionar as

situações-problema identificadas. Tratando de um contexto que leva em consideração o que é significativo para o aluno, seus valores, suas crenças e suas percepções e as potencializam para a construção do conhecimento.

O curso tecnológico em Design Gráfico foi concebido com o intuito de inserir essas práticas, implantando o TI – Trabalho interdisciplinar. Conforme documentação da FATINAP esse trabalho trata da produção intelectual e da elaboração de material teórico/prático realizado pelos alunos e que traz aos mesmos, a vivência dos conteúdos ministrados, utilizando-os como forma de integração e complementaridade entre os conteúdos das diversas unidades curriculares em cada módulo do curso.

Com essa função a disciplina de Projeto de Identidade Visual e Sinalização teve o objetivo de mostrar aos graduandos os conceitos, a metodologia e a aplicação prática na criação de uma identidade visual; os leques de possibilidades de sua aplicação, assim como o emprego em um sistema de sinalética condizente com o projeto. Utilizando os conceitos primordiais de projeto em uma amarração com os demais conteúdos apresentados nas disciplinas do módulo.

Couto e Oliveira (1999) defendem, “mais do que ter vocação interdisciplinar o Design tem natureza de interdisciplinar tecnológica”. É uma disciplina que tem base em elementos disponibilizados pelo conhecimento científico, empírico e intuitivo. Trata-se de uma tecnologia que utiliza em sua prática o conhecimento de outros campos do saber, de maneira multidisciplinar. O que portanto, explicaria sua vocação interdisciplinar.

Devido a complexidade dos conhecimentos que devem ser engendrados na construção de um sistema de identidade visual e sinalização foi construído junto com as demais disciplinas do segundo módulo uma estrutura de fundamentos crescente para a realização dessa construção.

Para que os alunos da disciplina de Projeto de Identidade Visual e Sinalização, em sua maioria inexperientes na produção deste tipo de projeto, compreendessem a metodologia dos processos ligados a ela, era necessário abordar não apenas aspectos

ligados à sua materialidade (forma, designação de cores, escolha tipográfica, ergonomia visual), mas também sua metodologia de criação.

No primeiro semestre de 2011, a disciplina de Projeto de Identidade Visual e Sinalização foi ministrada por dois profissionais, por existir a mesma oferta do curso em dois turnos distintos, mas com uma única proposta. A profa. Cristiane Linhares de Souza atuou em integração com os demais professores do turno da noite e o prof. Rodrigo Antônio Queiroz Costa esteve envolvido com o turno da manhã. A disciplina retoma elementos tratados em outras matérias do curso, tais como: expressão visual, teoria da cor, estética e história da arte entre outras.

2 Metodologia

Tendo em vista as descrições de abordagens metodológicas apresentadas por vários profissionais e estudiosos desde a década de 1980, como nos textos de Bruno Munari passando por Maria Luísa Peón e Francisco Homem de Melo, no que tange a criação de um Sistema de Identidade Visual e por se tratar de uma proposta de solução para o terceiro setor.

A proposta da disciplina para o primeiro semestre de 2011, em duas turmas totalizando 32 alunos, consistia em que os estudantes fossem divididos em 6 grupos.

Primeiramente foi apresentado aos alunos o processo do projeto que não é necessariamente linear, ocorrendo uma superposição ou embaralhamento das diversas etapas componentes ou o surgimento de ações inteiramente imprevistas, sem que isto signifique uma ausência completa de regras. Conforme descreve Melo (2004) é preciso que fique entendido que, na grande maioria das vezes, os projetos apresentam ações recorrentes e que é a reflexão sobre essas ações que auxilia na compreensão do próprio design.

O primeiro passo para o desenvolvimento de um projeto, nesse caso apresentado aos alunos, foi estar a par das necessidades e deficiências da parcela da população em

questão, e também o conhecimento a respeito do próprio design: suas ferramentas, história e cultura.

Este primeiro passo antecede qualquer contato com o suposto problema a ser resolvido; é um conhecimento que deve fazer parte do próprio designer gráfico. A partir daí, seguem-se as diversas etapas para o desenvolvimento de um projeto.

A proposta foi apresentada aos alunos em um primeiro momento com o intuito de contextualizar a proposta projetual do semestre. Em seguida é marcada a entrevista de briefing com o cliente e posteriormente entregue, no formato de um edital, os produtos que deverão solucionados pelos grupos de alunos.

Melo (2004) descreve o briefing como uma fase de inicialização e planejamento do projeto. Trata da apresentação do problema pelo cliente, é necessário saber o contexto no qual ele se encontra inserido e os fatores condicionantes de sua resolução, mas nem sempre o problema relatado pelo cliente, ou o seu ponto de vista, é o alvo a ser atingido.

Na maior parte do tempo, identificamos o sintoma não a real necessidade. É preciso identificar as verdadeiras necessidades para efetivamente prover a melhor solução.

A seguir os alunos passaram ao levantamento dos dados, com o briefing em mãos, o graduando deve seguir à próxima etapa, cuja duração e complexidade variaram em cada projeto. O levantamento de dados deve familiarizar o aluno com o universo envolvido no projeto. A conceituação trata de compreender o problema e seu universo, devem ser estabelecidas uma diretriz conceitual (síntese das premissas para solucioná-lo) e uma diretriz visual (princípio norteado da linguagem visual a ser adotada). É nesta etapa que a criatividade entra em cena, juntamente com a análise objetiva do problema.

Acompanhou-se com os alunos a criação de um mapa conceitual, a montagem de pranchas conceituais em que se utilizavam o repertório das linguagens visuais apresentadas em outras disciplinas.

Conforme sugere Melo (2004) atenta-se para a elaboração da proposta preliminar de projeto. Nesta etapa, a conceituação pré-concebida adquire uma forma concreta que vai

desde o estudo preliminar da marca até a apresentação de uma estrutura completa dessa identidade visual do projeto e produtos a serem gerados como uma primeira solução de desenho.

Por se tratar de uma proposta pedagógica os professores da disciplina âncora, Projeto de Identidade Visual e Sinalização, agiram como mediadores/clientes, pois os alunos passariam a apresentar a proposta do material desenvolvido nas etapas anteriores para possíveis alterações ou aprovação. A proposta apresentada pelos graduandos são acrescidas de várias sugestões dos professores envolvidos no semestre interdisciplinar. Simulando o que seriam as possíveis avaliações feitas pelos diversos *stakeholders* (cliente, influenciadores, patrocinadores, entre outros). Foram efetuados os diversos ajustes tanto na conceituação como nos estudos preliminares.

Nesse momento os alunos distribuídos em grupos passaram a fazer papéis distintos obedecendo suas principais características e especificações profissionais dentro do grupo de trabalho.

A fase de aprovação final pelo cliente se faz em um evento de banca examinadora que foi composta por todos os professores das disciplinas do módulo. Esses professores solicitaram tarefas ao longo do semestre de tal forma a gerar experimentação e estudos para a criação da solução gráfica especificada no edital do trabalho interdisciplinar. Junto aos professores estiveram os representantes do cliente aos quais foram apresentadas as propostas elaboradas pelos grupos.

Portanto a fase de implantação só ocorrerá quando o cliente conseguira viabilidade financeira para o projeto.

3 O projeto Ser Gentil

O projeto tem como gênese a inquietação pessoal dos professores Cristiane Linhares e Rodrigo Antônio Queiroz Costa ao constatarem que a gentileza entre as pessoas em um ambiente social estressante, como é o caso da capital mineira, havia se perdido.

Situações antes tidas como características do povo da região de Minas Gerais estavam esquecidas e eram pouco valorizadas pela sociedade.

Efetivou-se uma busca para levantamento de outras iniciativas quando deparou-se com o caso do Profeta Gentileza no Rio de Janeiro, já falecido e eternizado na música de Marisa Monte.

Com o objetivo de sensibilizar, por meio do design gráfico, o maior número de pessoas possível, além de criar multiplicadores da causa por meio da apropriação da gentileza como patrimônio imaterial, foi proposta a coordenação do curso essa temática como objeto do trabalho interdisciplinar. A proposta foi amplamente absorvida pelos professores do curso. Sua implementação foi iniciada no 1º semestre de 2010, “Ser Gentil – Patrimônio do povo mineiro” foi densamente aplicado às turmas do 1º e 2º semestre de 2010.

Ao final de 2010, a prospecção de entidades parceiras no 3º setor trouxe uma proposta de integração com uma entidade que se encontrava em fase de elaboração de um projeto para um festival de música para e com pessoas deficientes.

A parceria foi estabelecida e o objetivo do trabalho interdisciplinar do grupo de alunos do 1º semestre de 2011 foi desenvolver as soluções para o projeto Ser Gentil – Diversidade e Cidadania direcionado a pessoas que possuem ou não algum tipo de deficiência. Promover a inclusão do deficiente à sociedade a qual ele pertence, quebrando barreiras e preconceitos utilizando como meio o DefestMinas em Belo Horizonte a ser realizado com incentivo da Lei de Incentivo Cultural do Governo Federal.

Tratava-se de um projeto de conscientização da população para incentivar a inclusão do deficiente a sociedade, na tentativa de mostrar o seu potencial e seus anseios por mudanças. A proposta de difusão dessa iniciativa será durante o DefestMinas. O evento é um festival de música em que os artistas serão pessoas com algum tipo de deficiência. Sendo o evento iniciativa única em todo o mundo, com a estimativa de público de 15.000 pessoas presentes.

Os alunos partiram das seguintes necessidades elencadas: sensibilizar não deficientes; atrair essas pessoas para a ação de gentileza no evento DefestMINAS; pregnância deste contexto de inclusão na sociedade; fazer o não deficiente compreender o deficiente como um ser capaz.

O Projeto Ser Gentil – Diversidade e Cidadania propunha uma espécie de concorrência entre equipes que desenvolveriam projetos em sigilo entre si. E que seriam aprovadas e escolhida uma das equipes para a aplicação do projeto.

A avaliação dos projetos foi feita por uma banca composta por todos os professores das disciplinas do módulo; os representantes do cliente, a coordenadora de marketing e uma das idealizadoras do Projeto DEFEST Minas, o diretor de criação da agência de publicidade parceira do cliente, que tem forte atuação em Minas Gerais e no Distrito Federal.

Nosso intuito, com isso, era verificar se cada grupo compreenderia o que é necessário para construir um projeto de identidade visual e sinalética, desenvolvê-lo e materializá-lo, sob restrições de tempo, como costuma ser a realidade dos projetos de cunho licitatório. Infelizmente, todos os alunos não poderiam experimentar outros elementos que influem nos processos, fornecedores reais, etc.

Os critérios para avaliação foram: eficácia no atendimento às necessidades e especificações do projeto; viabilidade; compreensão do público e de seu entorno; criatividade nas soluções gráficas.

4 Resultados

No último encontro da disciplina, foram apresentados seis projetos, todos eles atendendo as especificações de produtos conforme a delimitação do Edital do Trabalho Interdisciplinar. Os professores relembaram o briefing e o contexto e cada equipe fez uma apresentação composta por: soluções faladas para a turma, com apoio de projeções digitais; arquivos finalizados dos produtos solicitados e alguma proposta complementar de acordo com o diagnóstico do grupo e ainda protótipos dos produtos Manual de Identidade Visual e Sinalética e cartilha informativa.

Dentre os 6 grupos a equipe Talking Heads apresentou uma proposta contundente com a solicitação do cliente de acordo com o briefing apurado. O próximo passo para a implementação depende da instituição parceira. O projeto DefestMinas se encontra em fase de levantamento de recursos já com a aprovação da Lei de Incentivo à Cultura e com uma nova parceria junto a uma instituição inglesa.

5 Considerações finais

O desenvolvimento de projetos de identidade visual e sinalética precisam ser experimentados pelos alunos da graduação. Embora livros sobre gestão e estudos de caso sejam eficientes para promover o debate, especialmente quando se lida com alunos que trabalham em empresas de segmentos afins ou prestam serviços de criação de identidades visuais com frequência, não são suficientes para aproximar o aluno dos problemas que realmente envolvem um designer gráfico.

Desde os processos metodológicos até o relacionamento entre as pessoas ligadas ao projeto, tudo pode influenciar prazos, custos e o andamento do processo. Decisões impensadas, tentativas de “adiantar o trabalho”, propostas com pessoas pouco qualificadas e pouca clareza sobre a metodologia aplicada em um projeto de identidade visual podem transformar boas oportunidades em momentos difíceis. A percepção dos alunos sobre esses aspectos fica evidente quando chega o momento de avaliar os projetos e tecer críticas e elogios. Ficam evidentes as falhas quando se conhece o briefing do projeto, assim como, é de suma importância avaliar as soluções criativas encontradas para driblar as dificuldades da proposta, a partir dos insumos dos clientes. Verifica-se, no geral, que a produção da identidade visual e da sinalética depende muito mais da compreensão do projeto.

A experiência do trabalho com projetos de equipes nos pareceu muito mais rica e envolvente do que somente aulas expositivas ou seminários de estudos de caso. No decorrer do processo, dúvidas foram dirimidas, relações esgarçadas foram refeitas, a metodologia foi compreendida e os problemas emergiram para mostrar algumas possibilidades de solução para cada proposta. Consolidando uma aproximação da academia e mercado por meio do trabalho interdisciplinar.

6 Referências

- ADG Brasil. *O valor do design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico*. São Paulo: ADG, 2004. 3.ed.
- COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de. *Formas do design: por uma metodologia interdisciplinar*. Rio de Janeiro: 2AB: PUC, Dep. de Artes e Design, 1999. 191p.
- FAT INAP. *Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico*. Belo Horizonte. 20 dez. 2010. 47p.
- MACEDO, L de. Situação-Problema: Forma e Recurso de Avaliação, Desenvolvimento de Competências e Aprendizagem Escolar. *In: Perrenoud, P. Thurler, M.G.; Macedo, L. de; Machado, N.J.; Allessandrini, C.D. As competências para Ensinar no Século XXI – Formação dos Professores e o Desafio da Avaliação*. Porto Alegre: Artmed. 2002.
- PERRENOUD, F. *Construir as competências desde a escola*. Trad. Bruno Charles Magne. Porto Alegre: Artes Médicas Sul. 1999.
- PHILLIPS, Peter L. *Briefing: A gestão do projeto de design*. Trad. Itiro Iida. São Paulo: Blucher, 2008.