

PPG
DESIGN
UnB

volume 2, n. 2, 2015

revista de Design,
tecnologia e sociedade

revista de Design, tecnologia e sociedade

volume 2, número 2, 2015

revista de Design, tecnologia e sociedade

volume 2, número 2, 2015

Programa de Pós-Graduação em Design
Universidade de Brasília

Brasília

ISSN: 2358-9582

Universidade de Brasília

Reitor
Ivan Marques de Toledo Camargo

Vice-Reitora
Sônia Nair Bão

Decano de Pesquisa e Pós-Graduação
Jaime Martins de Santana

Instituto de Artes

Diretor
Ricardo José Dourado Freire

Vice-diretor
Marcus Santos Mota

Departamento de Desenho Industrial

Chefe
Rogério José Camara

Sub-chefe
Nayara Moreno de Siqueira

Programa de Pós-Graduação em Design

Coordenadora
Virgínia Tiradentes Souto

Vice-Coordenadora
Fátima Aparecida dos Santos

Revista de Design, Tecnologia e Sociedade

Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília - PPG Design UnB

Editor

Virgínia Tiradentes Souto

Comitê editorial

Daniela Fávaro Garrossini, Fátima Aparecida dos Santos, Rogério Camara, Virgínia Tiradentes Souto

Conselho Editorial

Dianne Magalhães Viana, Itiro Iida, Luiz Fernando Las-Casas, Marisa Cobbe Maass, Ricardo Ramos Fragelli, Shirley Gomes Queiroz

Projeto Gráfico, Capa e Diagramação

Anderson Lopes de Moraes e Virgínia Tiradentes

Imagem da Capa

Anderson Lopes de Moraes

Contato

Programa de Pós-Graduação em Design
Universidade de Brasília, Instituto de Artes,
Departamento de Desenho Industrial
Campus Universitário Darcy Ribeiro,
Instituto Central de Ciências, Ala Norte,
Módulo 18, Asa Norte, Brasília, 70910-900
<http://www.design.unb.br>
ppgdesign@unb.br

Revista de Design, Tecnologia e Sociedade

v. 2, n. 2, 2015, Brasília: Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade de Brasília, 2015.
96 p.

Semestral
ISSN: 2358-9582

Sumário

Apresentação

Rogério José Camara 9

O paradigma da motivação intrínseca: contribuições da metodologia de Design Social para a prática e ensino de codesign

Heliana Pacheco, Guilherme Toledo 11

Um campo epistemológico para o Design

Tiago Barros Pontes e Silva 23

Design e Agroindústria Familiar: desafios e oportunidades do desenvolvimento regional no noroeste do Espírito Santo

Hugo Cristo Sant'Anna, Fernanda Chaves da Silva 43

O projeto gráfico da Revista Fraude: cooperação didática entre Comunicação e Design

Fátima Aparecida dos Santos, Fábio Sadao Nakagua 63

Gráficos RCA: 50 anos e além - ações integradas museu, escola e universidade

Célia Matsunaga, Marisa Cobbe Maass 83

Radar de Design: 7º Congresso Internacional de Design da Informação

Virgínia Tiradentes Souto 93

Apresentação

Rogério José Camara

Em seus primeiros números, a Revista de Design, Tecnologia e Sociedade tem veiculado discussões realizadas no âmbito do PPG-Design da Universidade de Brasília em diálogo com pesquisas desenvolvidas no Brasil que envolvem o design em seus campos de dissoluções e convergências.

Neste número Heliana Pacheco e Guilherme Toledo apresentam um breve histórico das práticas de ensino voltadas ao Design Social, iniciadas nos anos 80 no curso da PUC-Rio pelos professores José Luiz Ripper e Ana Maria Branco. Os autores destacam a importância de uma metodologia conectada às circunstâncias sociais e descrevem o amadurecimento destas práticas ao longo do tempo e sua introdução no curso de design da Universidade Federal do Espírito Santo — UFES.

Já Tiago Barros problematiza a transposição de conceitos e métodos de outros campos de estudo na produção de conhecimento em Design sem que se mantenha o rigor de suas áreas de origem. Barros apresenta “a Design Science como campo epistemológico pertinente para o Design”, fazendo-se uso da “*Design Science Research* como o seu método de pesquisa”. Fala-se ainda da necessidade de se aproximar os conhecimentos acadêmicos produzidos das execuções de projeto. Barros defende que as discussões sobre o campo epistemológico do design, não deve se reduzir ao “enquadramento das práticas mais frequentes”. Neste ponto ele se aproxima das propostas que vimos em outros artigos desta publicação quando defende ser “necessário que haja uma unidade com relação ao conhecimento produzido na área, facilitando a sua produção, comunicação e a sua aplicação em situações de projeto.”

Hugo Cristo e Fernanda Chaves apresentam um relato do projeto realizado na Barra de São Francisco no Espírito Santo, no qual associam Design à agricultura de pequeno porte

objetivando gerar formas alternativas de renda e criar “oportunidades de permanência no campo”. Tomam como ponto de partida o método do Design Social, mas articulado aos métodos do Design Thinking e do Design de Serviços. Iniciado como projeto de extensão do curso de Design da UFES, a ação promove a interlocução e parcerias entre agricultores, empresas juniores, poder público e diferentes instituições públicas. Todos seriam promotores da ação, objetivando-se que “as oportunidades de projeto apresentadas” precisariam “não apenas serem viáveis, mas também possíveis de serem apropriadas e desenvolvidas continuamente pelos agricultores”.

Fátima Santos e Fabio Sadao relatam a construção do projeto gráfico da Revista Fraude dentro de uma prática pedagógica. A revista pertence ao programa de tutoria da Faculdade de Comunicação Social da UFBA. Além da perspectiva didática apresentada pelos autores no artigo, cabe salientar a importância da conciliação entre a perspectiva jornalística e o design no desenvolvimento de projetos editoriais.

Por fim, com o intento de promover ações integradas que impactem no ensino do design e, que estendam a experiência acadêmica para além da universidade, Célia Matsunaga e Marisa Maass relatam o processo de mediação pedagógico necessário ao desenvolvimento da exposição Gráficos RCA: 50 anos, na qual foram apresentados. A exposição aconteceu no Museu da República em Brasília e contou com o apoio da embaixada Britânica, nela foram apresentados trabalhos originais de alunos da Royal College of Art. Estiveram envolvidos no projeto alunos dos cursos de design, arte, museologia e comunicação da UnB, além da participação de alunos da rede pública.

A Revista de Design, Tecnologia e Sociedade chega ao terceiro número, diz-se que para alguns povos o infinito se inicia em três, quando há mais de três se dirá muitos. Que se rompa a finitude e alcancemos os muitos.

Boa leitura!

O paradigma da motivação intrínseca: contribuições da metodologia de Design Social para a prática e ensino de codesign

Heliana Pacheco, Guilherme Toledo

O presente artigo é uma tradução atualizada e revisada do artigo *A sparkle in people's eyes*, publicado originalmente em inglês no livro: *Design Frontiers: Territories, Concepts, Technologies*, em 2012. O artigo descreve uma metodologia específica de ensino – iniciada no Brasil na década de 1980, com base em design centrado no usuário, propondo uma reflexão sobre possíveis contribuições de um paradigma projetual focado em motivações intrínsecas dos usuários para outras práticas de design. Acreditamos que sua publicação em português tornará o texto mais acessível a pesquisadores e estudantes de design no Brasil e poderá contribuir para o desenvolvimento de novas possibilidades de ensino e prática de design. Dedicamos essa tradução a todos os professores e estudantes que compartilharam seu conhecimento e contribuíram para nosso aprendizado, em um exercício de gratidão, renovação e crescimento.

Palavras-chave: Codesign, Design Social, Design e Educação, Motivação Intrínseca

The Intrinsic Motivation Paradigm: contributions from the methodology of Social Design to the practice and teaching of codesign

This paper is the revised and updated translation of an original article, "A sparkle in people's eyes", published in the book: "Design Frontiers: Territories, Concepts, Technologies", in 2012. The paper describes a specific methodology based on the user-centred design approach, pioneered in Brazil in the early 1980's, which proposes the contribution of the user's intrinsic motivation to the project design paradigm. We believe that a publication in Portuguese will make the text more accessible to researchers and design students in Brazil, and may contribute to the development of new possibilities for teaching and design practice. We dedicate this translation to all the teachers and students who shared their knowledge and contributed to our learning, in an exercise of gratitude, renewal and growth.

Keywords: Codesign, Social Design, Design & Education, Intrinsic Motivation

Introdução

Estabelecida originalmente na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) nos anos 1980, a metodologia de ensino de projeto para estudantes de Design – chamada inicialmente de Design Social por seus proponentes – foi posteriormente introduzida na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) a partir de 1998, com o mesmo nome. Essa forma específica de Design Social foi o tema de duas dissertações de Mestrado, escritas por Rita Couto (1992) e Heliana Pacheco (1996), além de artigos sobre ensino de projeto para estudantes de Design, entre eles *Involvement in the Design Student Approach* (“Envolvimento na Abordagem do Estudante de Design”), apresentado na conferência de 2010 da Design Research Society em Montreal – Canadá, que descreve o uso da metodologia de design social no primeiro ano do curso de Desenho Industrial na Ufes. O objetivo desse artigo é apresentar de forma breve o início dessa metodologia, seus objetivos como prática pedagógica e um pouco de sua base teórica, contextualizando o Design Social nos campos nacional e internacional, além de apontar características que tornam essa prática de ensino relevante em um contexto de codesign. A partir de certos aspectos únicos de sua abordagem, baseada na identificação de aspectos abundantes no contexto de projeto e das motivações intrínsecas do usuário como diretrizes projetuais, é feita a proposta de possíveis contribuições paradigmáticas para outras práticas de design.

Contexto global

Elizabeth Saunders e Pieter Jan Stappers (2008), em seu artigo *Co-creation and the new landscapes of design* (“Cocriação e novos panoramas do design”), apresentam uma pesquisa sobre como se iniciou a prática de codesign nos anos 1970. O contexto descrito pelos autores é o cenário onde surgem as condições para o surgimento da metodologia de Design Social.

Segundo Saunders e Stappers , apesar da recente popularização de termos como cocriação e codesign – por vezes usados com significados distintos – as práticas de criatividade coletiva conhecidas como Design Participativo existem desde os anos 1970.

Na Conferência da Design Research Society de 1971, em Manchester – Inglaterra, em que o tema era participação no design, Nigel Cross (1972) já alertava os designers sobre a

necessidade de repensar e reorientar suas abordagens, para que usuários fossem incluídos em decisões projetuais. Nos comentários de encerramento, Robert Jungk também previa que mudanças radicais iriam ocorrer, mas não antes do final do século (Cross, 1972: 121), afirmando que esse envolvimento participativo não deveria estar ligado somente à decisão final, mas também ao processo de geração de ideias.

Uma das diferenças entre o design centrado no usuário tradicional (de origem predominantemente norte-americana) e a abordagem participativa desenvolvida na Europa é que, no primeiro caso, os designers e os pesquisadores trabalham separadamente na observação do usuário, estudando e planejando, enquanto, no segundo caso, pesquisadores e designers trabalham juntos, podendo ser até a mesma pessoa. Nessa abordagem, o usuário não é passivo, mas um especialista no assunto que transmite conhecimento com autoridade e “tem um grande papel no desenvolvimento de conhecimento, na geração de ideias e desenvolvimento do conceito.” (Sanders & Stappers, 2008:7).

Essa questão também foi discutida em 1975, quando o arquiteto Christopher Alexander recomendou que usuários e estudantes deveriam se envolver de forma conjunta para uma experiência bem-sucedida, com o usuário como parte do processo de criação, contribuindo para o desenvolvimento do projeto. Todas as decisões sobre o que e como construir estavam nas mãos dos usuários (Alexander, 1976).

As metodologias de design participativo se espalharam em um ritmo lento nos últimos 30 anos e, entre as razões para isso, está o fato que:

...o design participativo tem sido percebido como uma iniciativa acadêmica com pouca ou nenhuma relevância para um mercado competitivo. Em muitas áreas da indústria, o investimento em pesquisa é percebido como um passo não-óbvio; o investimento em estudos com usuários como um passo grande e caro; a participação do usuário como um passo radical na direção do desconhecido. Isso está começando a se modificar, à medida que o desenvolvimento de produtos se torna cada vez mais baseado em conhecimento e indústrias e universidades buscam parcerias para explorações colaborativas em inovação (Sanders & Stappers, 2008:2).

O início na PUC-Rio

É nesse contexto internacional que a inadequação das metodologias de design convencionais à realidade brasileira começa a ser discutida por acadêmicos e professores de Design. No início dos anos 1980, os professores José Luiz Ripper e Ana Maria Branco, respectivamente diretor e coordenadora do Departamento de Artes da PUC-Rio, se tornaram os principais proponentes da prática e do ensino de Design Social, iniciando discussões sobre a formação do designer. Questões relacionadas à eficácia de metodologias tradicionais de design e seu uso na educação e no treinamento profissional foram discutidas por meio do questionamento do papel do mercado na prática de ensino.

Em uma nova proposta, estudantes começaram a ser encorajados a buscar contextos fora da universidade e a se envolver com situações reais com usuários, em vez de permanecer em situações controladas de laboratório (Pacheco, 1996).

No curso da PUC-Rio, iniciou-se um movimento em que as disciplinas de Projeto começaram a trazer o usuário e suas demandas para o processo de desenvolvimento da solução. Com inspiração nos textos do educador brasileiro Paulo Freire, acreditava-se que a capacidade dos estudantes de design poderia ser ampliada à medida que eles tomassem consciência da conexão da experiência individual pessoal a circunstâncias sociais maiores (Pacheco, 2010).

Segundo os mentores dessa metodologia na PUC-Rio, a tensão existente entre a prática de ensino de design comum na época (que reproduzia ideias estrangeiras aplicadas sem considerar as particularidades da realidade brasileira) e as novas demandas que surgiam a partir da própria prática do ensino deram início a situações em que os estudantes iriam interagir de forma real com a sociedade. Nesse momento, havia uma convicção de que pequenos grupos e comunidades seriam ideais para que os estudantes pudessem desenvolver as competências necessárias para a prática de design. Nesse cenário, o designer não seria percebido como alguém preocupado somente com questões de produção em escala, mas como um criador de novas possibilidades e mundos em potencial, alguém que compreende a realidade desse grupo, suas motivações e interesses, o que poderia ser utilizado para o fortalecer e dar mais base ao desenvolvimento do projeto. A solução de design surgiria da relação das pessoas com o meio em torno delas, transformando usuários passivos em autores de sua própria prática (Pacheco, 1996).

Nessa proposta, se torna extremamente importante a identificação de locais onde essa forma de Design poderia ser ensinada e a preferência por certos grupos vai se consolidando: grupos onde há idosos, crianças e pessoas com deficiência são bons exemplos de escolhas em que o exercício projetual se mostrou mais benéfico para os estudantes, fazendo com que eles se engajassem em situações concretas abertas à sua participação, em vez de simplesmente trabalhar com questões abstratas sem um feedback de usuários reais. Ao trabalhar com grupos considerados à margem da sociedade e em uma situação claramente diferenciada de suas próprias realidades pessoais, os estudantes poderiam contornar alguns dos limites impostos pelo mercado tradicional, além de serem apresentados a realidades completamente novas, onde suposições teóricas não poderiam ser feitas com tanta facilidade e a experimentação prática se tornava uma necessidade clara para que o projeto pudesse ser desenvolvido. Essa escolha comum de grupos e o uso do próprio termo “social” no nome fez com que o Design Social fosse frequentemente confundido com algum tipo de assistência social ou uma prática assistencialista de design, quando nada poderia estar mais distante da concepção inicial da metodologia. É provável que essa confusão seja uma das razões para a adoção de novos nomes por seus proponentes, como “Design Participativo” e “Design Coletivo” (ênfatisando a qualidade de cocriação presente na metodologia) ou, posteriormente, “Design Vivo” (referenciando o caráter dinâmico das soluções, que, idealmente, seguiriam sendo modificadas e melhoradas pelos usuários após a passagem dos designers). A própria metodologia passou por diversas iterações e modificações, continuando a ser ensinada não somente na PUC-Rio, onde atualmente é descrita pelo nome “Design em Parceria”, entre outros, mas também na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

Nas últimas décadas, o termo Design Social vem sendo utilizado por diversos acadêmicos e instituições, com definições diversas, não necessariamente derivados ou vinculados à prática originada na PUC-Rio. O termo codesign, como colocado por Sanders & Stappers, parece bem próximo à concepção original do Design Social:

Como codesign, indicamos a criatividade coletiva à medida que ela é aplicada por todo o escopo do processo projetual (...). Assim, codesign é um caso específico de cocriação. Codesign se refere, para alguns, à criatividade coletiva de designers em colaboração. Utilizamos codesign de uma forma mais ampla, para nos referirmos à criatividade de designers e pessoas sem uma formação projetual, trabalhando juntos no processo de desenvolvimento de soluções projetuais (Sanders & Stappers, 2008:2).

A metodologia

A metodologia de Design Social é caracterizada pelo engajamento dos estudantes na identificação de um grupo de pessoas fora do ambiente da Universidade que os receberá e com quem eles irão se relacionar para desenvolver, em conjunto, uma solução projetual concreta e real. Esse grupo pode ser parte de uma instituição formal, como escolas ou organizações com algum propósito comum, uma vez que o conhecimento é melhor integrado e compartilhado em ambientes sociais (Nonaka & Takeuchi, 1995). É importante que os estudantes identifiquem um usuário potencial na organização que será o interlocutor do projeto, com quem eles poderão interagir de forma direta e frequente durante o desenvolvimento do projeto. O processo de design será desenvolvido a partir desse interlocutor, da mesma forma como ocorre em metodologias tradicionais de design centrado no usuário/design centrado no ser humano; o interlocutor assumirá o papel de “especialista” em suas próprias atividades, guiando as escolhas projetuais. Os estudantes são estimulados a considerar tanto aspectos intangíveis do campo, como cultura e valores, como aspectos tangíveis como recursos abundantes no local e questões práticas de sustentabilidade. É importante que o projeto esteja totalmente integrado à realidade do usuário e que todas as questões surgidas ao longo do desenvolvimento do projeto – de natureza econômica, material, social, ambiental, cultural, psicológica, entre outras – sejam analisadas a partir da perspectiva do interlocutor.

O interlocutor

O interlocutor representa um ponto de vista que é diferente daquele que os estudantes trazem e é a partir dessa troca recém-estabelecida que a criação pode acontecer, à medida que as questões encontradas no ambiente real são entendidas a partir de múltiplas perspectivas e abordadas com competências e habilidades diversos. Na experiência de desenvolvimento de projeto com o interlocutor, ocorrem situações em que o ritmo e o alcance da solução parecem estar diretamente correlacionados ao senso de parceria criado e o nível de engajamento das partes envolvidas.

Entre os aspectos do Design Social que o distinguem das metodologias de design participativo ou design centrado no usuário surgidas nos últimos 30 anos, está o fato de que, na concepção original do Design Social, mais do que o encontro de um grupo social onde um usuário médio pudesse ser identificado, os estudantes eram encorajados a encontrar um interlocutor que demonstrasse um engajamento ou entusiasmo significativo

em relação às ações com as quais ele estivesse envolvido. Em uma análise retrospectiva, propomos que esse entusiasmo seja entendido como o indicador da existência de alguma motivação intrínseca por parte do interlocutor e que a ação decorrente disso demonstre um alto grau de prioridade para essa motivação.

Motivação intrínseca é definida como a realização de uma atividade pela satisfação inerente, em vez de por alguma consequência que pode ser separada. Quando uma pessoa se encontra intrinsecamente motivada, ela é movida a agir pela diversão ou pelo desafio envolvidos, em vez de produtos externos, pressões ou recompensas (Ryan & Deci, 2000:56).

Como parte da metodologia, os alunos são estimulados a não se focarem na falta de recursos ou problemas existentes, mas em lugar disso, na identificação de forças do grupo e possíveis pontos positivos que pudessem ser utilizados para o alavancamento do projeto. Os estudantes também são estimulados a basear suas observações na realidade que pode ser percebida diretamente no campo e a buscar feedback do interlocutor e outras pessoas do grupo, à medida que identificam as motivações existentes para as ações. A identificação de aspectos positivos no campo, em vez de questões negativas de falta de recursos ou problemas causados por questões externas, cria a possibilidade de um projeto de design que pode se basear no reconhecimento da “ação entusiasmada”, com o engajamento como resultante de uma motivação intrínseca por parte do interlocutor.

“Ações expressam prioridades” – Mahatma Gandhi

Os estudantes contam não somente com o discurso dos usuários para identificar sua motivação intrínseca, mas analisam sobretudo suas ações. Aquilo que o interlocutor diz é utilizado como uma diretriz de investigação, mas só é totalmente aceito quando verificado em relação às ações do grupo, a partir da observação participante e do uso de ferramentas cocriativas de pesquisa como “jogos de palavras”, para conversar com o interlocutor sobre o que é dito (Toledo & Pacheco, 2014). O diálogo que acontece não é somente verbal, mas tem continuidade em experimentos trazidos pelos estudantes para identificar direcionamentos e possibilidades de projeto que podem ser aprofundados. Os estudantes são instruídos a procurar pessoas que não estão simplesmente esperando que as coisas aconteçam, mas que estejam engajados em ações relacionadas àquilo que buscam: é importante encontrar pessoas ou grupos que estão envolvidos na solução de suas questões e que demonstrem entusiasmo ao descrever seus objetivos e ações; esse entusiasmo é descrito de forma metafórica como um “brilho nos olhos”.

Quando as pessoas estão intrinsecamente motivadas, elas experimentam interesse e prazer, sentem-se competentes e autodeterminadas, percebendo o locus de causalidade de seus comportamentos como interno e, em alguns casos, experienciam “flow”. A antítese de interesse e “flow” é pressão e tensão. Enquanto as pessoas estiverem se pressionando, se sentindo ansiosas e trabalhando com grande urgência, podemos ter certeza de que ao menos alguma motivação extrínseca está envolvida. Sua autoestima pode estar em jogo, pode haver prazos ou alguma recompensa material pode estar envolvida (Decy & Ryan, 1985:34-35).

É possível afirmar que, quando um grupo ou indivíduo possui um objetivo que é derivado de motivação intrínseca, isso se traduzirá em uma ação e no entusiasmo pela ação, o que, para os proponentes do Design Social, poderia ser identificado por meio do conceito metafórico de “brilho nos olhos”. Dessa forma, o engajamento com a ação – uma força que produz movimento – é o requisito básico para a confirmação do perfil do interlocutor (Pacheco, 2010). Nesse contexto, a palavra-chave é ação: o projeto da solução não é feito com base em sonhos distantes ou necessidades derivadas da escassez, mas identifica sua direção a partir da prioridade verificada nas ações realizadas pelo interlocutor. As questões que direcionam a investigação principal do designer não são perguntas como “o que você precisa?” ou “o que você quer?”, mas a observação daquilo que é feito. Os estudantes aprendem a identificar um fluxo de ações pré-existentes, que indicam um objetivo que poderá guiar o desenvolvimento do projeto, à medida que o comportamento é o indicador da existência da motivação intrínseca, como colocado por Deci & Ryan:

O comportamento é influenciado pelas estruturas internas que são continuamente elaboradas e refinadas para refletir as experiências em andamento. A energia ou força vital para a atividade e para o desenvolvimento da estrutura interna é aquilo a que nos referimos como motivação intrínseca (Deci & Ryan, 1985:6).

A correta identificação de um direcionamento relevante – ou em outras palavras, de um motivo intrínseco – é de grande importância para o Design Social uma vez que esse direcionamento irá moldar o objetivo do projeto a partir de um envolvimento direto do interlocutor. A ação pré-existente do usuário, combinada com uma conexão significativa com o objetivo se torna um grande estímulo para a adoção da solução pelo usuário quando ela estiver completamente desenvolvida. Uma vez que o objetivo é definido, o processo de desenvolvimento na metodologia de Design Social se assemelha ao que ocorre em outras metodologias convencionais de design participativo, com a fase de prototipagem envolvendo os usuários em uma sequência de iterações que levam à

definição e detalhamento da solução final. Nessa fase de prototipagem e detalhamento, um outro aspecto singular do Design Social que vale a pena ser mencionado é o fato de os estudantes serem estimulados a levar e conta todos os recursos e ferramentas que são de fácil acesso ao grupo específico de usuários com quem estão trabalhando, de forma a criar uma solução open-source que pode ser facilmente alterada e melhorada a partir dos aprendizados gerados pelas experiências futuras de uso, a partir da perspectiva de um usuário que está totalmente envolvido em seu uso.

Conclusão

Na sociedade cada vez mais complexa em que vivemos, as questões que afetarão as pessoas de forma positiva poderão ser questões que irão ser adotadas por usuários e cocriadores de soluções, alavancadas por ações existentes na direção de objetivos significativos comuns, criando um impacto poderoso e transformador em todos os cocriadores envolvidos e, conseqüentemente, na sociedade.

Existem aspectos presentes na metodologia de Design Social que formam um paradigma projetual que pode ser aplicado a qualquer metodologia de projeto, contribuindo para a geração de resultados inovadores. A busca pela motivação intrínseca dos usuários, assim como o direcionamento para a utilização dos recursos abundantes no contexto de projeto e a abertura para um processo aberto de cocriação, possibilitam uma abordagem que pode gerar resultados significativamente relevantes para os usuários e profundamente transformadores para todos os cocriadores envolvidos.

As abordagens convencionais de projetos orientados para a solução de problemas – seja de forma participativa ou não – podem ser de grande utilidade para gerar soluções para muitas questões importantes da sociedade, mas não impedem a existência de um espaço para um novo paradigma que busque entender as motivações que mobilizam os usuários e transformar seus objetivos em soluções que possuem um significado profundo para aqueles que a utilizam. A junção de metodologias projetuais participativas contemporâneas com o paradigma de motivação intrínseca pode criar possibilidades de novas soluções de design e inovação, com o surgimento de novas relações e conexões entre usuários e as soluções que farão parte de seu dia a dia, permitindo o design de novas configurações entre pessoas, objetos e soluções, gerando novas possibilidades para a sociedade como um todo.

Referências

- ALEXANDER, C. et al. 1976. Urbanismo y participación. El caso de la Universidad de Oregón. São Paulo: Ed. Gustavo Gili. Design Frontiers: Territories, Concepts, Technologies 92
- COUTO, R. 1991. O ensino da disciplina de Projeto Básico sob o enfoque do Design Social. Rio de Janeiro: Education Department, PUC-Rio. Master dissertation.
- CROSS N. (Ed.) 1972. Design Participation. In: Proceedings of the Design Research Society's Conference DRS 1971, Academy Editions, London.
- _____, Designerly ways of knowing, 1982. In: Design studies (3)4 pp. 221-227.
- DECI Edward L. & RYAN, Richard M. 1985. Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum Press.
- NOKATA, I. and TAKEUCHI, H. 1995. The Knowledge-Creating Company. How Japanes Companies Create the Dynamics of Innovation. New York, Oxford University Press.
- SANDERS, E. B. & STAPPERS, P J. 2008. Co-creation and the new landscapes of design. CoDesign, Taylor & Francis www.journalsonline.tandf.co.uk (last accessed 2/2/2012).
- PACHECO, H.S. 1996. O Design e o Aprendizado - Barraca: quando o design social deságua no desenho coletivo - Rio de Janeiro: Design Department, PUC-Rio. Master dissertation.
- PACHECO, H.S. 2010. Involvement in the design student approach. In: Proceedings of Design Research Society's Conference DRS 2010, Montreal.
- PACHECO, H.S. and TOLEDO, G. A sparkle in people's eyes. In: Design frontiers: territories, concepts, technologies [livro eletrônico] / Priscila Lena Farias, Anna Calvera; Marcos da Costa Braga / Zuleica Schincariol (Eds.) - São Paulo: Blucher, 2012. Disponível em <http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/a-sparkle-in-peoples-eyes-8558>
- RYAN, R. M. & DECI, E. L. 2000. Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. In: Contemporary Educational Psychology, 25:54–67.
- TOLEDO, G e PACHECO, H.S. 2014. The Word Game: a Social Design research tool to visually communicate values, beliefs, and intrinsic motivation. In: 6th Information Design International Conference, Blucher Design Proceedings, Volume 1, pp 760-765. Disponível em www.proceedings.blucher.com.br/article-details/the-word-game-a-social-design-research-tool-to-visually-communicate-values-beliefs-and-intrinsic-motivation-8736.

Sobre os autores

Heliana Pacheco é doutora, mestre e graduada em Design. Fez seu doutorado na Universidade de Reading, Inglaterra e é professora associada da Universidade Federal do Espírito Santo - Ufes, Brasil.

heliana.pacheco@ufes.br

Guilherme Toledo é designer com pós-graduação em Desenvolvimento Estratégico Sustentável e especialização em Pedagogia Empresarial. É professor do curso de Design da PUC-Rio e responsável pela disciplina Projeto Avançado – Estratégia e Gestão.

guilherme.toledo@puc-rio.br

Um campo epistemológico para o Design

Tiago Barros Pontes e Silva

Na produção de conhecimento em Design, é frequente a adoção de práticas de outros campos de estudo no estabelecimento de bases epistemológicas para as pesquisas e na definição de um método coerente com o fenômeno investigado. Contudo, nessas situações de deslocamento, nem sempre a transposição dos conceitos ou métodos conseguem manter o rigor ou a coerência teórica exigida pelas áreas de origem. Nesse contexto, o presente relato visa apresentar a Design Science como um campo epistemológico pertinente para o Design e sugerir a Design Science Research como o seu método de pesquisa. Para tanto, é apresentado um alinhamento entre o processo de resolução de problemas, a atividade de Design e as etapas da Design Science Research. Espera-se que o alinhamento proposto possa auxiliar os pesquisadores da área a organizarem a sua pesquisa, coligando claramente as etapas do processo de Design às etapas da pesquisa em Design.

Palavras-chave: ciência do design, pesquisa científica do design, epistemologia do design

An epistemological field for design

In Design studies, researchers frequently rely on other fields' practices to establish their epistemological basis and to define a coherent method of investigation. Nevertheless, in these situations, the transposition of concepts and methods cannot always be consistent with the original fields. In this regard, this article presents Design Science as a relevant epistemological field for Design and the Design Science Research as its method of investigation. Therefore, an association between the process of problem solving, the activity of Design and the stages of Design Science Research is presented. It is expected that the proposed association may assist researchers in their study by connecting the stages of the Design process to the steps of Design research.

Keywords: design science, design science research, design epistemology

Introdução

No contexto da produção do conhecimento em Design, é muito frequente que o pesquisador se apoie em práticas de outros campos para estabelecer as bases epistemológicas de sua pesquisa e definir um método coerente com o fenômeno estudado. Assim, diferentes abordagens de investigação são apropriadas ao contexto do Design, como as pesquisas etnográficas, surveys, delineamentos experimentais ou estudos de caso, que são oriundos de áreas como a sociologia ou a psicologia, por exemplo.

Contudo, nessas situações de deslocamento, nem sempre a transposição dos conceitos ou métodos conseguem manter o rigor ou a coerência teórica exigida pelas áreas de origem. Em especial, quando a combinação de técnicas e procedimentos de diferentes campos são amalgamados em uma pesquisa, os seus pressupostos constitutivos não podem sempre ser considerados frente ao risco de um processo de estagnação da investigação. Em áreas interventivas, como o Design, a Arquitetura ou a Administração, esse problema polariza a produção do conhecimento, fazendo com que (a) as pesquisas de cunho descritivo dos projetos não possuam um prestígio acadêmico ou (b) exigindo dos pesquisadores um distanciamento das questões relevantes à prática do projeto para a produção de um conhecimento científico tradicional.

Além disso, também é pertinente que haja uma integração mais efetiva entre as práticas de cursos de graduação e pós-graduação em Design. Geralmente, os cursos de graduação são voltados para a formação profissional sobre a capacidade projetual dos alunos, com foco em métodos de investigação, criação e gestão de projetos. Já os cursos de pós-graduação são direcionados para a produção do conhecimento pertinente ao campo do Design, focando-se em metodologias científicas, mas frequentemente constituídos a partir de territórios epistemológicos fragmentados e distintos, muitas vezes apoiados em bases e pressupostos conflitantes, oriundos de diferentes áreas do conhecimento. Com isso, a ausência de mecanismos de integração das pesquisas e práticas de projeto pode vir a se tornar um obstáculo ao papel esperado da produção científica em Design quanto a utilidade de aplicação desse conhecimento em contextos de problemas reais.

Ainda, como também ocorre em outras áreas aplicadas de pesquisa, é preciso reduzir a distância entre o conhecimento produzido pela comunidade acadêmica e a sua implementação em situações reais de projeto, envolvendo toda a complexidade que lhes é

inerente. Nesse sentido, é preciso buscar uma metodologia que auxilie o pesquisador na produção do conhecimento ao longo da execução dos projetos, assim como na utilização desse conhecimento na realização de projetos subsequentes.

Nesse sentido, se faz necessária a discussão sobre o campo epistemológico do design. Contudo, essa não deve ser uma ação de enquadramento das práticas mais frequentes aos pilares já estabelecidos em termos epistemológicos. Se faz necessária uma discussão sobre um campo próprio das áreas projetuais, que valorize o conhecimento sobre os problemas reais cotidianos e as suas soluções possíveis, sobre o seu processo de resolução e as consequências de sua implementação (SIMON, 1996). Portanto, é necessário que haja uma unidade com relação ao conhecimento produzido na área, facilitando a sua produção, comunicação e a sua aplicação em situações de projeto.

Nesse contexto é apresentado o objetivo do presente relato, que visa apresentar a Design Science como um campo epistemológico pertinente para o Design e sugerir a Design Science Research como uma abordagem metodológica que favoreça a integração da produção do conhecimento em Design à atividade de Design, fomentando a formação dos alunos e atuação profissional na área.

A seguir é realizada uma breve discussão sobre o território do Design frente aos outros campos do conhecimento apoiada na visão de Bonsiepe (1997), é apresentada a abordagem de ciência do Design como campo epistemológico do Design e é proposto um enfoque metodológico que visa integrar a pesquisa científica do Design ao processo de Design baseado na proposta de Dresch, Lacerda e Antunes Jr. (2015).

Sobre o campo do Design

De acordo com Bonsiepe (1997), existe uma concatenação entre a produção de conhecimento científico e de tecnologia. Nesse sentido, o autor propõe que as disciplinas científicas, tecnológicas e projetuais compõem um sistema coerente, no qual o Design não possui um papel menos importante, mas específico na promoção de inovações socioculturais. Assim, sugere que cada campo possui uma maneira diferente de atuar no mundo, organizando as Ciências, Tecnologias e Design em um continuum com atribuições e objetivos complementares (Figura 1).



Figura 1. Representação de um continuum das áreas do conhecimento, evidenciando uma tendência de apropriação e aplicação de conhecimentos (adaptado de Bonsiepe, 1997).

A partir dessa proposta, o papel da Ciência é a produção do conhecimento por meio do método científico, visando a inovação cognitiva. Essa produção pode ser organizada em (a) conhecimento de base, voltado para a compreensão dos fenômenos sem uma intenção explícita de implementação, ou (b) conhecimento aplicado, voltado para a compreensão dos fenômenos em situações mais específicas de apropriação.

Em seguida são estabelecidas as disciplinas que visam a produção tecnológica, como as Engenharias, que visam a síntese dos conhecimentos científicos em soluções para problemas reais. Nesse sentido, o autor sugere que existe uma inovação operativa na construção de um conhecimento instrucional, diferente da abordagem afirmativa da Ciência. Para o autor, a diferença entre as disciplinas tecnológicas e o Design, ambas de natureza projetual, reside na incorporação da interface dos artefatos ao seu objeto de estudo. Para o Design são relevantes os fenômenos de uso, como os aspectos de funcionalidade, usabilidade e afetividade, por exemplo.

Com isso, o autor propõe que o Design visa a inovação sociocultural, ou seja, a aplicação dos conhecimentos científicos e tecnológicos em situações de transformação social, impactando no cotidiano das pessoas por meio de seu acoplamento estrutural com esses artefatos. Nesse sentido, o Design versa sobre o campo dos juízos, no qual as relações de linguagem são voltadas para a relação prático-funcional e estético-formal dos objetos ou sistemas projetados com os seus interagentes. Entretanto, as bases de produção de conhecimento científico, também frequentes na produção de conhecimento em Design, não são capazes de captar os fenômenos de uso, voltados para a integração dos artefatos com a cultura cotidiana.

Dialogando com o autor, adicionamos ao modelo proposto outras áreas do conhecimento, especificamente a Arte e a Filosofia. Seguindo o continuum dos objetivos de cada campo, partindo-se da meta do campo do Design, voltado para a transformação social, pode ser situada a Arte. Compreende-se que a sua natureza é também promover uma transformação a

partir do questionamento e da reflexão, proporcionados pela sugestão de novos significados aos seus objetos, a sua poética, por meio de processos de fruição ou provocação.

Mais adiante pode ser posicionada a Filosofia, que não necessariamente possui uma relação direta coma poética, mas mantém a reflexão e o questionamento acerca dos seus objetos, que podem ser relacionados à natureza do ser e às atitudes humanas, abordando a ética, a estética e a própria epistemologia, por exemplo. Nesse sentido, a Filosofia busca um olhar crítico na produção e delimitação de conceitos, que podem se relacionar com diferentes áreas do conhecimento, auxiliando no estabelecimento das relações humanas com os conhecimentos científicos produzidos, permitindo uma ponderação acerca das questões humanas frente à compreensão dos fenômenos estudados cientificamente, ou mesmo auxiliando na formulação de demandas por meio da construção de hipóteses, fomentando a ampliação dos territórios explorados cientificamente.

A partir dessa abordagem, podemos ligar novamente a Filosofia às Ciências, transformando o continuum em um anel de fluxo constante, no qual os campos epistemológicos possuem tendências e abordagens específicas, mas que se influenciam mutuamente a partir de seus insumos e resultados (Figura 2).

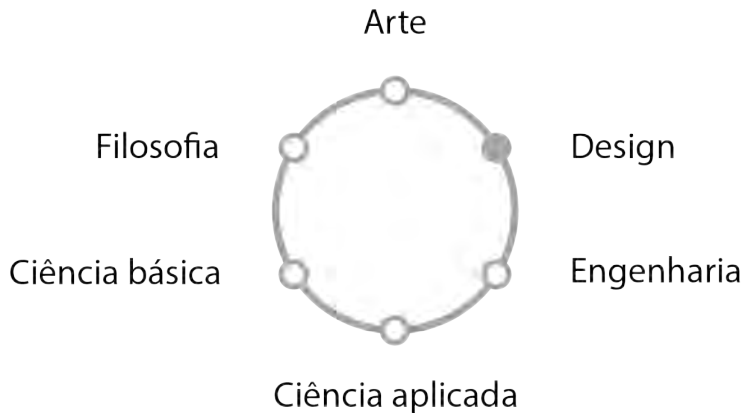


Figura 2. Representação circular das áreas do conhecimento, evidenciando o seu potencial de influência mútua e intercâmbio de insumos.

Por exemplo, a atividade de Design, que possui uma natureza mediadora, tende a aplicar diretamente conhecimentos científicos, ou empregar os conhecimentos já sintetizados em

tecnologias por áreas como a Engenharia em suas formulações, que visam a transformação social. Por consequência, em suas dimensões de significação ou estético-simbólicas, podem promover um olhar crítico aos artefatos ou intervenções realizadas, podendo iniciar uma sugestão poética ou reflexão filosófica a partir de sua interferência.

Contudo, o que se considera como maior ponto de destaque é o fato de que todos os campos apresentados possuem relação com a produção do conhecimento, seja pela adoção do método científico, pela experimentação, pela poética ou pela reflexão. Com isso, compreende-se como conhecimento relevante não apenas os frutos da aplicação de métodos científicos, mas os conhecimentos aplicados em tecnologias, sobre o saber fazer, e também sobre o impacto dos objetos artificiais em nosso cotidiano. Esses aspectos, relacionados aos fenômenos do uso, segundo Bonsiepe (1997), não podem ser completamente capturados pelas metodologias das Ciências. Nesse sentido, se faz pertinente o questionamento acerca do tipo de conhecimento oriundo das práticas de planejamento e desenvolvimento de produtos, serviços ou sistemas, visando localizar um espaço epistemológico natural aos campos projetuais, a ciência do Design.

A ciência do Design

A Design Science (Science of Design), também conhecida como a ciência do projeto ou ciência do artificial, está relacionada diretamente a diversos campos de estudo, como a Engenharia, Medicina, Direito, Arquitetura ou a Educação (SIMON, 1996). O termo foi proposto por Simon em 1969 em sua obra *As Ciências do Artificial*, que faz uma distinção entre os produtos naturais e os criados ou influenciados pelo homem. Segundo o autor, o mundo em que vivemos se torna cada vez mais artificial, tornando necessária uma ciência que se ocupe de estudar os processos de concepção de objetos artificiais, assim como do seu emprego na solução de problemas específicos, associados à razão pela qual foram criados. Para ele também, as ciências tradicionais não possuem um repertório voltado para a produção desse tipo de conhecimento, expondo uma lacuna cada vez maior de um campo epistemológico necessário.

Portanto, a Design Science busca a valorização do conhecimento orientado para a resolução de problemas, pois aborda o conhecimento necessário para planejamento de um determinado artefato (solução), assim como os efeitos de sua aplicação no contexto investigado (problema). Nesse sentido, valoriza a aprendizagem por meio da construção,

explicitando um tipo de conhecimento diferente das abordagens científicas tradicionais, de maneira que o seu potencial de aplicação se torna facilitado (VAN AKEN, 2004).

O método científico busca a produção do conhecimento por meio de investigações que visam frequentemente explorar, descrever, explicar ou mesmo prever os fenômenos naturais e sociais. Em seu processo, empregam abordagens indutivas e dedutivas (ou hipotético-dedutivas) de compreensão dos fenômenos, partindo das evidências para produzir generalizações ou elaborando hipóteses a partir de seu corpo teórico, que são validadas ou refutadas na condução de experimentos de avaliação. Contudo, a sua característica reducionista de compreensão do problema muitas vezes acaba distanciando a sua possibilidade de implementação devido à complexidade das situações apresentadas em contextos reais, como os problemas de engenharia ou as atividades de gestão, por exemplo.

A Design Science apresenta um campo epistemológico diferente, constituído pelo conhecimento acerca de determinados problemas e de um conjunto integrado de proposições que possam ser empregadas para solucioná-los. Nesse sentido, ela é de natureza prescritiva, voltada para o estudo de sistemas que ainda não existem, mas que podem surgir a partir da criação ou modificação de artefatos, visando transformar as situações existentes. Assim, todo o conhecimento relativo ao estudo, planejamento, construção e avaliação desses artefatos, entendidos como objetos ou sistemas artificiais, assim como o impacto de sua implementação em contextos específicos, são objetos de estudo da Design Science.

Para tanto, é empregada uma abordagem alternativa de produção de conhecimento, frequentemente presente em processos de Design, denominada abdução. Diferentemente da (a) indução, que produz a sua interpretação dos fenômenos a partir do que pode ser observado enquanto evidência, e da (b) dedução, que busca o entendimento de como os fenômenos devem ser a partir de um conhecimento anterior, testados posteriormente enquanto experimentos, o processo abdutivo busca evidenciar as sugestões do que poderia ser empregado em uma situação para que se obtenha determinado resultado.

Logo, possui uma relação direta com o processo criativo, no qual as possíveis soluções para o problema investigado devem ser consideradas sistematicamente, por meio de um processo dialético entre a ação criativa e o julgamento técnico. Assim, ela possui uma natureza mais pragmática, orientada ao entendimento de como determinadas intervenções humanas (artificiais) podem interferir no nosso cotidiano.

É importante lembrar que, tanto em pesquisas científicas, quanto em processos de Design, é muito frequente a alternância entre as abordagens de produção do conhecimento dentro de um mesmo delineamento. Assim, a abdução pode ser empregada na formulação de hipóteses, verificadas posteriormente por processos dedutivos, por exemplo. Ainda, é comum em áreas interventivas a formulação do problema em campo por meio do raciocínio indutivo, seguido de processos dedutivos de verificação e análise.

A Design Science é proposta enquanto base epistemológica para o estudo do que é artificial, sejam esses artefatos objetos, sistemas, ambientes ou serviços, assim como as suas implicações socioculturais. Entretanto, se faz importante a discussão acerca das bases metodológicas para a condução de pesquisas nesse campo, denominadas Design Science Research, ou a pesquisa científica do projeto, realizada a seguir.

A pesquisa científica do projeto

A partir das bases epistemológicas apresentadas, é proposto um esquema metodológico de produção de conhecimento acoplado a um modelo genérico do processo de Design. A abordagem é uma adaptação do modelo proposto por Dresch, Lacerda e Antunes Jr. (2015), que sintetiza as propostas de diversos autores; e do modelo genérico de Design, descrito mais detalhadamente em Silva (2015).

Conforme descrito anteriormente, para o campo epistemológico do Design, os conhecimentos válidos vão além do comportamento dos objetos que estão sendo estudados e as suas repercussões socioculturais, mas englobam também o processo cognitivo que concebe e executa o projeto (SIMON, 1996; DRESCH, LACERDA & ANTUNES JR., 2015). Assim, considera-se pertinente a compreensão do processamento cognitivo envolvendo as decisões de projeto dos designers enquanto conhecimento aplicado e útil ao campo do Design.

Portanto, para descrever a tipologia de conhecimentos relevantes ao campo do Design, o próprio processo de Design precisa ser abordado, sendo compreendido enquanto contexto de resolução de problemas (MUNARI, 1998; BONSIPE, 1984; ALEXANDER, 1971). Ainda, o enfoque adotado é defendido por Simon, que além das discussões sobre a epistemologia dos objetos artificiais (SIMON, 1996), contribuiu para o avanço do conhecimento nas áreas de cognição humana e inteligência artificial, propondo um modelo integrado de resolução de problemas juntamente com Newell em 1972.

A Teoria Espacial de Newell e Simon, juntamente com o modelo de arquitetura cognitiva proposto por Anderson em 1983, o ACT-R (Adaptive Character of Thought – Rational), permite explicar o processamento cognitivo humano em processos de resolução de problema, evidenciando a relação entre aprendizado e performance (ANDERSON, 1993). Mais detalhes acerca do processo de metacognição do designer em situações de projeto, fenômenos de criatividade e heurísticas comuns em processos de Design podem ser vistas em Silva (2015).

A Teoria Espacial de Newell e Simon (1972) compreende a cognição humana como um processo de resolução de problemas, que ocorre basicamente por meio do uso de uma estratégia heurística meios-fins. Isso significa que o problema tende a ser fragmentado no momento de sua resolução, decompondo-se os seus passos em estados intermediários que conformam o espaço do problema. Nesse sentido, o problema começa a ser resolvido em seu estado inicial, percorrendo-se seus estados intermediários durante sua resolução, até a obtenção de seu estado final.

Ao longo desse processo, os estados são avaliados e comparados, visando-se a aproximação do seu estado final. Cada deslocamento está associado à superação de determinados obstáculos por meio de operadores específicos, voltados para o nível micro do problema, o seu estado atual. Esses operadores ocorrem como estratégias algorítmicas ou heurísticas de resolução de problemas. Esse processo é representado pela Figura 3.

Assim, o processo de resolução de problemas geralmente se inicia com uma compreensão inicial sobre o problema a ser resolvido, no qual se delimita o espaço do problema, entendido como o espaço que pode ser percorrido em busca de uma solução. Contudo, em situações de problemas complexos (ou problemas perversos), nos quais existem diversos estados intermediários e não há um percurso claro para a resolução do problema, a quantidade de variáveis envolvidas tendem a fazer com que as ações iniciais de resolução sejam divergentes, de desconstrução do problema, levando a uma abertura de possibilidades de soluções pela criação de diferentes opções de caminhos.

Ainda, problemas dessa natureza demandam um processo de síntese rumo ao seu estado final, no qual escolhas precisam ser feitas em um processo de convergência na reconstrução da solução, agregando-se as diferentes soluções provisórias em uma solução final mais completa e adequada (BROWN & KATZ, 2009). Esse comportamento é ilustrado pela Figura 4.



Figura 3. Esquema ilustrativo da Teoria Espacial de Newell e Simon (1972), demonstrando um percurso de resolução de problemas do seu estado inicial até o seu estado final, no qual podem ser empregadas estratégias algorítmicas ou heurísticas na superação dos obstáculos presentes em seus estados intermediários.



Figura 4. Esquema que evidencia o caráter de desconstrução divergente (análise) e reconstrução convergente (síntese) no processo de resolução de problemas.

Nessas situações, nem sempre os problemas são bem definidos (ou estruturados) antes de sua resolução. Segundo os autores, os problemas bem estruturados são aqueles em que os estados inicial, intermediários e final são conhecidos, assim como os seus obstáculos e operadores. Caso alguns desses elementos constituintes do problema não sejam conhecidos, o problema se torna mal estruturado, reduzindo-se a sua probabilidade de sucesso.

Nesses casos, o problema precisa ser estruturado de maneira concomitante à sua resolução, em ações que alternam de curso (a) para se compreender melhor o problema e os passos necessários para a sua solução e (b) para se criar opções ou escolhas que desloquem o estado atual do problema rumo ao seu estado final. Com isso, o estado atual do problema precisa ser constantemente avaliado, visando-se a sua orientação à solução, reformulada constantemente pelas ações paralelas de estruturação do problema.

Assim, as ações de estruturação visam a definição do problema, enquanto as ações de resolução buscam a sua solução. Em contextos de problemas complexos, o percurso divergente/convergente da resolução tende a ser acompanhado por uma estruturação similar, na qual as diferentes variáveis do problema levam a estados intermediários mais alternativos, demandando uma síntese de características esperadas para a solução na etapa de definição do problema. O fenômeno da estruturação concomitante à resolução do problema é representado pela Figura 5.



Figura 5. Esquema ilustrativo dos processos de divergência e convergência durante as fases de estruturação e resolução concomitantes do problema.

Finalmente, ao se transpor o processo de resolução de problemas para o campo do Design, a dinâmica apresentada se torna muito frequente para representar o percurso de projeto. Em processos de Design, os estados do problema não são claros para a equipe ao se iniciar o projeto, assim como não são presentes todos os atributos desejados para se identificar a sua solução final (os seus requisitos). Por isso, a atividade de Design engloba ações de natureza criativa propositiva, assim como ações de pesquisa e compreensão.

Essa proposta, conhecida no campo do Design como double diamond (DESIGN COUNCIL, 2005), organiza as ações de projeto em quatro vertentes principais: (a) ações de descoberta, exploração e inspiração, (b) ações de compreensão, interpretação e alinhamento, (c) ações de conceituação e proposição e (d) ações de prototipação, avaliação e finalização.

A partir dessa abordagem, é proposto um modelo genérico de Design (Figura 6), adaptado de Silva (2015), que considera o processo de Design como contexto de resolução de problemas (NEWELL & SIMON, 1972) e compreende o diamante duplo de ações de estruturação e resolução divergente/convergente (DESIGN COUNCIL, 2005; SAFFER 2006). O modelo será empregado posteriormente na discussão acerca da produção de conhecimento válido ao campo do Design, a Design Science Research.



Figura 6. Modelo genérico de Design concebido a partir da abordagem de resolução de problemas (NEWELL & SIMON, 1972) e do diamante duplo do processo de Design (DESIGN COUNCIL, 2005), adaptado de Silva (2015).

No modelo proposto, o processo é iniciado na delimitação do problema de Design, momento em que ocorre a análise (ou construção) de uma demanda. Nessa ocasião geralmente ocorre o processo de briefing, um diálogo com os responsáveis que visa estabelecer os objetivos, motivações, suportes e constrangimentos do projeto.

Em seguida, ocorrem os processos concomitantes de (a) imersão no contexto, por meio da compreensão das variáveis relacionadas e de (b) ideação de soluções, por meio da criação de alternativas provisórias para o problema de Design. É importante destacar que ocorre nesse momento um processo dialético de proposições e confrontos que guiam as decisões de projeto e ampliam o espaço do problema (VAN AMSTEL, 2015).

Grande parte das dificuldades em se retratar fielmente processos de Design podem ser atribuídas à natureza não linear desse percurso, que alterna o curso da ação entre a criação e o julgamento do Designer de maneira cíclica e iterativa. Com isso, entende-se que não há também uma linearidade nos movimentos de divergência e convergência propostos, sendo o processo de Design um percurso orgânico e situado, apresentado aqui em uma organização meramente didática.

Durante a imersão, o processo tende a ser iniciado por uma desconstrução do problema de Design, no qual as ações são voltadas para a exploração do espaço do problema. Em seguida, as ações tendem a convergir pelas escolhas e alinhamentos realizados, promovendo uma definição do problema de Design: os requisitos de projeto. Nessa fase é frequente uma investigação do conhecimento já produzido e aplicável ao projeto, como os conceitos relacionados ou a legislação em vigor, o estudo de artefatos similares, as pesquisas com os usuários, demandantes e produtores do artefato, definindo-se também a sua linguagem representacional.

Conforme discutido anteriormente, a fase de ideação é também iniciada por ações divergentes de ampliação das possibilidades de solução do problema, nas quais são propostos conceitos provisórios para os diferentes constrangimentos identificados durante a imersão. Em seguida, as soluções são sintetizadas por um processo de transformação e adaptação, ainda se mantendo o caráter criativo da ação. As soluções são prototipadas em diferentes níveis de fidelidade, a depender do momento do projeto, visando a experimentação e avaliação da sua adequação aos requisitos estabelecidos. Assim, nessa fase são confeccionadas listas, fluxos, esquemas, diagramas, rascunhos, protótipos tridimensionais ou interativos a fim de manifestar as características pretendidas (requisitos) em uma forma ou estrutura para o artefato.

É importante destacar que não apenas os protótipos finais podem ser avaliados pela equipe, mas podem ocorrer investigações diversas oriundas de elementos de ideação ou imersão, como as validações semânticas, por exemplo. Essas avaliações visam direcionar o projeto rumo a sua solução final ou contribuir com a definição do problema de Design.

O projeto pode ser considerado finalizado a partir da elaboração do seu detalhamento técnico de produção e material de apresentação. Contudo, considera-se pertinente para a atividade de Design, assim como para a produção do conhecimento em Design, os processos posteriores à entrega da solução, que envolvem o acompanhamento da sua produção, distribuição e venda, assim como uma avaliação do artefato em contextos de uso e descarte, realizando-se avaliações de impacto e também se levantando a expertise proporcionada acerca do artefato designado (Figura 7).

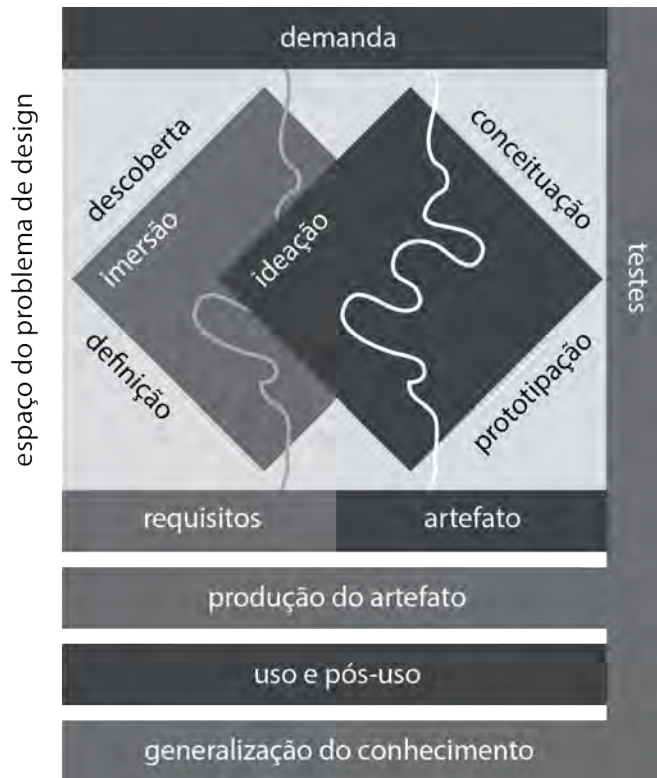


Figura 7. Modelo genérico de Design expandido para incorporar os processos de produção e uso do artefato.

Essas etapas são especialmente importantes na integração do modelo genérico de Design com as etapas da Design Science Research, pois grande parte do conhecimento prescritivo que pode ser produzido a partir da prática de Design depende da sua pertinência em um contexto real de utilização.

Por isso, após apresentar um modelo genérico do processo de Design, é retomada a discussão acerca do campo epistemológico do Design e o seu método de pesquisa. Quando comparado ao modelo científico tradicional, que visa explorar, descrever ou explicar os fenômenos, a Design Science Research se diferencia por também propor soluções para resolver o problema investigado. Nesse sentido, também se espera como resultado dessa prática a prescrição de soluções para os problemas investigados, frequentemente manifestada como o projeto de um artefato.

Assim, para apresentar os tipos de conhecimentos válidos para a área, é proposta uma sobreposição do processo de Design com relação às etapas da Design Science Research. O objetivo desse artifício é o de ilustrar o processo de produção do conhecimento em paralelo à atividade de Design. As etapas descritas são uma adaptação da proposta de Dresch, Lacerda e Antunes Jr. (2015), e pode ser vista na Figura 8.

O início da pesquisa científica em Design ocorre na escolha do problema de pesquisa a ser investigado na etapa de identificação do problema. Nesse momento, é importante que o objetivo de pesquisa seja relacionado ao campo do Design pela sua relação de pertinência de aplicação. Ao final dessa etapa, o pesquisador deve formalizar a sua questão de pesquisa, que pode ser entendida como a construção de uma demanda.

Em seguida, é proposta a fase de conscientização do problema. Ela pode ser descrita como um esforço de compreensão do problema, visando explicitar as suas particularidades, contexto e relações causais. A partir dessa fase espera-se obter os elementos pertinentes para o artefato enquanto solução do problema de pesquisa, envolvendo as suas funcionalidades, facilidade de uso, relações de afeto ou segurança, por exemplo. Os autores sugerem ainda a realização de uma revisão sistemática da literatura, visando levantar o conhecimento produzido anteriormente que poderá auxiliar na compreensão do problema e dos atributos do artefato enquanto sua resolução.

A partir da definição dos requisitos do artefato, busca-se na sequência a identificação dos artefatos e configuração das classes de problemas. Essa etapa consiste em avaliar, a partir dos requisitos gerados, a existência de artefatos existentes que possam solucionar

o problema de pesquisa, ou mesmo de uma classe de problemas já estruturada que permita um estudo dos artefatos relacionados. Essa investigação permite ao pesquisador, além do emprego de outros conhecimentos já produzidos na área, a especificação de uma contribuição relevante para uma determinada classe de problemas, definindo o alcance da sua contribuição.

Nesse momento, é iniciada a etapa de proposição de artefatos, que pressupõe a adequação das soluções genéricas definidas nas etapas anteriores à realidade do estudo em questão. Independente de se iniciar essa etapa a partir da caracterização do artefato (requisitos) ou da identificação de um artefato já consolidado, ela é considerada uma ação essencialmente criativa, na qual o raciocínio abduativo é empregado para se propor soluções possíveis para o problema de pesquisa. Essa etapa se encerra com a formalização de uma proposta de artefato, sendo considerada a etapa que mais diferencia a pesquisa científica do Design das ciências tradicionais, devido ao seu método de execução.

38



Figura 8. Etapas da Design Science Research sobrepostas ao modelo genérico do processo de Design, evidenciando os tipos de conhecimento pertinentes para o campo da Design Science.

Em seguida, após as proposições de adequações, o projeto do artefato é selecionado, explicitando-se as técnicas e ferramentas necessárias para o seu desenvolvimento e avaliação. Para o desenvolvimento do artefato, um conhecimento importante a ser produzido são as suas heurísticas de construção. O desenvolvimento do artefato define o seu ambiente interno (SIMON, 1996), e todo o conhecimento relacionado às particularidades de sua construção consiste em uma contribuição relevante para o campo do Design.

Disponibilizando-se o artefato em seu estado funcional, a próxima etapa é a de avaliação do artefato. Esse é o momento da verificação do artefato enquanto solução proposta para o problema de pesquisa, ou seja, a relação de seu ambiente interno com o seu ambiente externo. Nesse momento, devem ser relatadas as heurísticas contingenciais, compreendidas como a descrição dos limites do artefato enquanto solução para o problema e das suas condições de utilização para o contexto específico. Diversas abordagens conhecidas de produção do conhecimento podem ser adotadas nessa fase, como os delineamentos experimentais, os estudos de caso, as intervenções ergonômicas, entre outras possibilidades. O conhecimento sobre a potencialidade do artefato e suas restrições para aplicação em um contexto específico também consiste em uma contribuição relevante para o campo do Design.

A partir da avaliação do artefato em seu contexto de utilização, torna-se necessário a explicitação das aprendizagens adquiridas ao longo do processo de pesquisa. Essa etapa envolve a formalização dos conhecimentos sobre a contextualização, proposição, construção e avaliação do artefato em seu contexto real. A partir disso, as heurísticas de construção e contingenciais devem ser generalizadas para uma classe de problemas, visando tornar o conhecimento produzido pertinente para outros contextos similares, alcançados por meio da comunicação dos resultados de pesquisa.

Ainda, é proposto que o sentido de investigação pode ser modificado durante a execução do projeto, no qual pode ser buscada a (a) indução, para se garantir a validade do contexto de intervenção identificado ou generalizar as soluções para outros contextos similares, (b) a dedução, para a conscientização do problema, a identificação do artefato, a sua seleção e desenvolvimento, assim como a compreensão da sua avaliação em contextos reais ou (c) a abdução, empregada para se propor possíveis configurações que atendam às restrições levantadas durante a proposição de artefatos e que componham a solução do problema, por exemplo.

Considerações

O presente relato visa a proposição da Design Science Research, ou pesquisa científica do Design, como uma abordagem de produção do conhecimento dentro do campo epistemológico da Design Science, também conhecida como a Ciência do Design (ou Ciência do Artificial). Apesar de não ser considerada uma abordagem recente, a discussão acerca de um campo epistemológico para o Design está longe de ser resolvida tanto na produção de conhecimento em Design como também na apropriação do conhecimento produzido pelas práticas de mercado.

Para tanto, foi apresentado um alinhamento entre (a) o processo de resolução de problemas, sob a perspectiva proposta por Newell e Simon (1972), (b) a atividade de Design, adaptado de Silva (2015) e (c) as etapas da Design Science Research, adaptadas da proposta de Dresch, Lacerda e Antunes Jr. (2015). Espera-se que o alinhamento proposto possa auxiliar os pesquisadores da área a organizarem a sua pesquisa, coligando claramente as etapas do processo de Design às etapas da pesquisa em Design. Além disso, é intenção contribuir para a identificação dos tipos de conhecimentos válidos para o campo do Design a partir de sua prática, evidenciando as diferentes contribuições que as pesquisas em Design podem realizar a partir de distintos momentos do projeto.

Com isso, acredita-se que possam ser melhor integradas as atuações em graduações e pós-graduações em Design, explicitando-se um método próprio de produção de conhecimento que considere o exercício projetual e estabelecendo-se um paradigma coerente para a realização de pesquisas frente a uma tendência de apropriação de métodos de outras áreas, que acaba afastando a prática de Design.

Referências

- ALEXANDER, C. Notes on the Synthesis of Form. Cambridge, Massachusetts, London : Harvard University Press, 1971.
- ANDERSON, J. R. The architecture of cognition. Harvard University Press: Cambridge, MA, 1983.
- _____. Problem Solving and Learning. American Psychologist, 48(1), 35- 44. 1993.
- BONSIEPE, G. Metodologia Experimental: Desenho Industrial. Brasília: CNPq – Coordenação Editorial, 1984.
- _____. Design: do material ao digital. Florianópolis: IEL/Fiesc, 1997.

- BROWN, T.; KATZ, B. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- DESIGN COUNCIL. A study of the design process – The Double Diamond. 2005. <[http://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/ElevenLessons_Design_Council%20\(2\).pdf](http://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/ElevenLessons_Design_Council%20(2).pdf)>.
- DRESCH, A.; LACERDA, D. P.; ANTUNES Jr., J. A. V. Design Science Research: Método de Pesquisa para Avanço da Ciência e Tecnologia. Porto Alegre: Bookman, 2015.
- MUNARI, B. Das coisas nascem coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- NEWELL, A.; SIMON, H. A. Human Problem Solving. Prentice Hall: Englewood Cliffs, NJ, 1972.
- SAFFER, D. Design for interaction. Peachpit Press, 2006.
- SILVA, T. B. P. A cognição no processo de design. Revista Brasileira de Design da Informação - Infodesign, v. 12, n. 3, p. 318 – 335. São Paulo: 2015.
- SIMON, H. A. The Sciences of the Artificial (3rd Ed.). MIT Press: Cambridge, MA, USA, 1996.
- VAN AKEN, J. E. Management research based on the paradigm of the design sciences: the quest for field tested and grounded technological rules. Journal of Management Studies, v.41, n. 2, p. 219-246, 2004.
- VAN AMSTEL, F. M. C. Expansive design: designing with contradictions. Doctoral thesis, University of Twente. 2015.

Sobre o autor

Tiago Barros Pontes e Silva. Professor do Departamento de Design e membro do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade de Brasília, atua nas áreas de Design de Interação e ergonomia com foco em sistemas complexos, interfaces para web, portabilidade, ubiquidade, redes sociais e jogos.

tiagobarros@unb.br

Design e Agroindústria Familiar: desafios e oportunidades do desenvolvimento regional no noroeste do Espírito Santo

Hugo Cristo Sant'Anna, Fernanda Chaves da Silva

A microrregião de Barra de São Francisco, no noroeste do Espírito Santo, é marcada pela predominância de pequenas propriedades rurais administradas por famílias de agricultores cuja renda advém principalmente da pecuária e cultura cafeeira. Este artigo consiste num relato de um projeto de extensão que articula instituições federais de ensino, agricultores e poder público no apoio ao desenvolvimento de agroindústrias de pequeno porte, gerando alternativas de renda e criando oportunidades de permanência no campo para aquelas famílias. O projeto, iniciado em 2014, tem como estratégia associar o Design à agricultura familiar para fortalecer a identidade e agregar valor aos produtos regionais.

Palavras-chave: Agroindústria familiar de pequeno porte; Design Social; identidade regional; geração de renda; Espírito Santo.

Design and family farming: opportunities and challenges for regional development in the northwest of Espírito Santo

The micro region of Barra de São Francisco, in the northwest of Espírito Santo state, is marked by the predominance of small estates managed by families of farmers whose income comes primarily from animal husbandry and coffee-growing. This paper presents a report of a university extension project which orchestrates federal education institutions, small farmers and local government to assist the development of family farms, creating alternative income generation and opportunities for living in rural areas. The university extension project, started in 2014, aims to associate Design with family farming to strengthen the identity and to add value to regional products.

Keywords: Family farming, Social Design; regional identity; income generation; Espírito Santo.

Introdução

Segundo Prezotto (2002a) a agroindústria de pequeno porte é uma unidade industrial de transformação e/ou beneficiamento de produtos agropecuários em escala não industrial tradicional (comparada à grande agroindústria), situada no meio rural e gerenciada pelos próprios agricultores. Nesse contexto, as próprias famílias trabalham no negócio, produzindo inclusive as matérias-primas utilizadas. As tecnologias empregadas não são muito sofisticadas e a escala de produção reflete esse arranjo da mão-de-obra reduzida, tecnologias simples e tamanho das instalações. A diferenciação dos produtos da agroindústria, principalmente pelo potencial de estabelecer índices de qualidade ampla, com preocupações ecológicas, sociais, culturais e de aparência (PREZOTTO, 2002b), é um dos diferenciais desse tipo de negócio.

O Design é uma fonte de vantagem competitiva e fator de rentabilidade econômica em qualquer setor (DDI, 2005), e vem sendo utilizado sistematicamente no Brasil, América Latina e Europa como estratégia para inovar em processos e produtos da agricultura familiar (MERINO, MERINO, PEREIRA E VIEIRA, 2009), da agroindústria de pequeno porte (MARTINS, MERINO E DEMARCHI, 2006), na preservação e valorização da identidade e qualidades regionais (VALCKE, 2004). Pereira et al (2004) explicam que, apesar da qualidade de origem, da experiência e vocação dos pequenos produtores, os produtos da agricultura familiar têm dificuldades para comunicar tais atributos aos seus consumidores em potencial por adotarem soluções de Design pouco eficientes nos rótulos e embalagens.

Manzini (2008, p.16) argumenta que os designers possuem “instrumentos para operar sobre a qualidade das coisas e sua aceitabilidade e, portanto, sobre a atração que novos cenários de bem-estar possam porventura exercer”. Nesse sentido, Merino et al (2003) afirmam a importância de designers atuarem em parceria com a agricultura familiar na melhoria da identificação da origem e valorização da qualidade dos produtos; na correta inclusão de informações em conformidade com a legislação; na padronização dos rótulos; no tratamento dos aspectos simbólicos dos produtos, valorizando questões regionais e culturais; nas preocupações ergonômicas – manuseio e transporte da embalagem, visualização da informação; na diferenciação dos produtos frente aos concorrentes; e na consideração da realidade dos produtores, tanto quanto à localidade na qual habitam quanto à sua capacidade de investimento em Design.

Este artigo descreve os resultados preliminares de um projeto de extensão que articulou instituições federais de ensino, agricultores familiares e poder público no

desenvolvimento de agroindústrias de pequeno porte no noroeste do Espírito Santo. O trabalho está organizado da seguinte forma: primeiramente, é apresentado o contexto socioeconômico peculiar da região, marcado por um lado pela predominância de pequenas propriedades que ocupam a maior parte da força de trabalho, e por outro por uma concentração de resultados financeiros desigual em outros setores econômicos. Em seguida, são descritas as iniciativas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia (Ifes) da região, em parceria com a Prefeitura Municipal e outras unidades da administração pública para qualificar os agricultores na geração de outras fontes de renda a partir do que é produzido nas propriedades, segundo o modelo das agroindústrias familiares. No âmbito dessas iniciativas surgiu o projeto de extensão do Curso de Design da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), que envolveu estudantes no processo de desenvolvimento das agroindústrias.

Por fim, são apresentados os resultados preliminares do projeto, que atendeu dez famílias da região nos últimos dois anos e organizou duas mostras municipais para dar visibilidade aos avanços e crescimento das agroindústrias envolvidas.

O contexto do projeto

A microrregião de Barra de São Francisco, situada no noroeste do Espírito Santo, é formada pelos municípios de Barra de São Francisco, Água Branca, Água Doce do Norte e Ecoporanga. O produto interno bruto da região é formado principalmente pelas atividades industrial, serviços e agropecuária, sendo esta última responsável por ocupar entre 30 e 54% da população. A estrutura fundiária da região, segundo dados do Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural (Incaper), é definida predominantemente pela pequena propriedade rural com área inferior a 100 hectares. No entanto, apesar de ocupar a maior parte da população e do território da região, a agropecuária não é a atividade que mais contribui para a formação do produto interno bruto (PIB) nos quatro municípios. A indústria extrativista e de transformação do granito de Barra de São Francisco, por exemplo, gera cinco vezes o PIB da produção agropecuária daquele município (R\$ 35mi versus R\$ 191mi), ocupando três vezes menos pessoas (10% e 30%, respectivamente). Nos outros municípios, a diferença na geração de riqueza entre os dois setores é menor, porém o predomínio de ofertas de trabalho na atividade agropecuária se mantém. Já o setor de serviços, ocupa em média o mesmo número de pessoas que a agropecuária, porém com PIB podendo chegar a 6,5 vezes maior.

Dentre as atividades mais importantes para a agropecuária da microrregião de Barra de São Francisco estão a cultura cafeeira e a pecuária. Segundo dados do Censo Agropecuário do IBGE de 2006 , o ES é responsável por 59,6% da produção de café conilon do país, com maior área plantada situada no noroeste capixaba. Dados atualizados em 2015 indicam que 29% dos estabelecimentos destinados à criação de animais do ES estão situados na mesma região.

No que tange ao beneficiamento dos produtos, os estabelecimentos são caracterizados por agroindústrias familiares no setor de embutidos e defumados, torrefação e envasamento de café solúvel, fabricação de farinha de mandioca, processamento de ovos de codorna, fabricação de biscoitos, pães, bolos, doces e produtos lácteos. Entretanto, essas atividades encontram-se desorganizadas, com pouca agregação de valor ao seu produto primário, problemas básicos de higiene, pouca diversificação dos produtos, além da dificuldade de comercialização e falta de incentivo. Esse cenário corrobora a afirmação de Lourenzani (2006) sobre a existência de uma série de fatores que afetam significativamente o desempenho dos empreendimentos rurais: a elaboração de projetos agrícolas para a solicitação de crédito; a tomada de decisão sobre o que produzir; a escolha da tecnologia a ser aplicada; a padronização do processo produtivo; a adequação à legislação vigente; a formação do preço do produto, o acesso aos mercados, bem como a criação de uma identidade que preserve e valorize as qualidades culturais da produção.

Os agricultores da região comercializam seus produtos principalmente nas tradicionais feiras livres que ocorrem em horários e espaços definidos pelas prefeituras. Nessas feiras, os produtos regionais são apresentados de forma indiferenciada daqueles trazidos de outras localidades (Figuras 1 a 3), muitas vezes sem o devido cuidado com a higiene na exposição ou manipulação (Figura 4). Como consequência dessa prática, os frequentadores da feira estabelecem uma relação de confiança personificada nos produtores a partir das experiências positivas das compras anteriores.

Considerando o cenário apresentado, tanto os fatores que afetam o desempenho dos empreendimentos rurais, segundo Lourenzani (2006), quanto as possibilidades de parceria entre agricultores familiares e designers, mencionadas por Merino et al (2003), configuram-se como limitadores do desenvolvimento da agroindústria familiar de pequeno porte da microrregião de Barra de São Francisco. No que tange aos fatores de desempenho, faltavam aos agricultores os conhecimentos técnicos relativos à segurança alimentar, tanto

na produção quanto na comercialização dos seus produtos, inviabilizando a obtenção de licenças que poderiam ampliar as oportunidades de venda, ou de selos que poderiam atestar junto ao público a qualidade do que era produzido. Quanto às questões de Design, o planejamento do empreendimento em si, incluindo a definição dos produtos, formação de preços, estratégias de acesso a mercados e construção de uma identidade que atestasse a procedência e diferenciase os produtos acontecia de forma intuitiva e pouco eficiente.

Esse diagnóstico, compartilhado por uma série de agentes da região, desde as Prefeituras e suas respectivas secretarias de agricultura, incluindo escritórios locais do Incaper e associações de agricultores, foi o motivador das ações iniciadas em 2014 para fomentar o surgimento e desenvolvimento das agroindústrias locais de pequeno porte.



Figura 1. Barraca da Dona Sieglinde na feira livre do Município de Barra de São Francisco.



Figura 2. Produtos expostos por Dona Sieglinde sem identificação ou embalagem apropriados.



Figura 3. Produtos em conserva expostos sem informações ou identificação de procedência.



Figura 4. Produtos cárneos expostos e manipulados em condições inadequadas de higiene.

Ações estruturantes da agroindústria

O início das atividades do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia (Ifes) no Município de Barra de São Francisco, no primeiro semestre de 2014 , foi o marco do estabelecimento da rede de agentes cujo objetivo é desenvolver os empreendimentos rurais da microrregião. O Ifes, ao instalar a infraestrutura necessária para desempenhar as atividades de ensino no Curso Técnico em Administração, trouxe também pessoal técnico e docente qualificado para contribuir em iniciativas de desenvolvimento regional via pesquisa e extensão. Na interação da recém-constituída direção do Instituto com os agentes que já atuavam na região, vislumbrou-se a possibilidade de se construir uma rede entre interessados no desenvolvimento da agroindústria local de pequeno porte, oferecendo qualificação para os agricultores e seus empreendimentos.

A proposta inicial da rede consistiu no relacionamento recíproco entre os agentes, desempenhando seus papéis tradicionais de forma complementar, correspondendo à primeira fase modelo do modelo Hélice Tríplice (ETZKOWITZ, 2013): Instituto Federal – oferta de oportunidades de qualificação de mão de obra; Governo local – intensificação do apoio aos empreendimentos por meio da criação de espaços para a comercialização da produção e apoio na infraestrutura para a qualificação dos agricultores; Produtores rurais – busca da qualificação oferecida pelo Instituto Federal, adesão aos programas municipais de regularização dos empreendimentos e formação de parcerias para fortalecer o arranjo produtivo.

A primeira ação das qualificações, referente à segurança alimentar, foi operacionalizada por meio do Curso Pronatec Agricultor Familiar, oferecido à comunidade com o apoio do Incaper e Secretaria Municipal de Agricultura de Barra de São Francisco entre junho e dezembro de 2014. O curso utilizou o corpo docente, a infraestrutura local e de outros campi do Ifes para ministrar módulos em áreas temáticas como segurança do trabalho, segurança e qualidade alimentar, processamento de alimentos de origem vegetal e animal, bem-estar social e ambiental, além de geração de renda na agricultura familiar.

Como projeto final do curso, os participantes, juntamente com o Ifes e a Prefeitura Municipal, decidiram realizar a 1ª Mostra da Agricultura Familiar de Barra de São Francisco no mês de dezembro de 2014. O evento tinha como objetivo divulgar o resultado da aplicação dos conhecimentos acumulados no Pronatec na melhoria da qualidade alimentar dos produtos. Restava, ainda, incluir na rede um parceiro que auxiliasse os produtores a comunicarem

essas melhorias para a população, ao mesmo tempo em que enfrentasse o problema da falta de identificação, embalagem e exposição inapropriadas dos produtos nas feiras livres.

Design Social via Imersão na Agroindústria

A segunda ação das qualificações teve início com a entrada do Curso de Design da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) na rede agentes. O projeto de extensão Imersão em Design na Agroindústria, desenvolvido pelo Laboratório e Observatório de Ontologias Projetuais (Loop) da Ufes, foi realizado de outubro a dezembro de 2014, envolvendo sete estudantes que integravam a empresa júnior Phocus Design , com o objetivo de completar a rede de apoio aos empreendimentos rurais na microrregião de Barra de São Francisco. Adotando a perspectiva pedagógica do Design Social (COUTO, 1991), os estudantes foram orientados em uma situação de projeto real fora dos muros da universidade, imersos no cotidiano dos agricultores familiares. Nessa abordagem, é o compromisso social que motivaria o designer a assumir contato direto com as populações e procurar com elas soluções para determinados problemas (idem, p.18). Essas populações são o centro da prática de projeto no Design Social, de maneira que os estudantes são encorajados a levar em consideração aspectos intangíveis do contexto, como valores e tradições do grupo. A figura do interlocutor, que é o parceiro de projeto identificado pelos estudantes, tem um papel central no processo. Ele atua como especialista sobre o contexto e oferece pontos de vista importantes sobre questões que afetariam as decisões de projeto – econômicas, ambientais, sociais, psicológicas ou de outras naturezas. As motivações do interlocutor e seu engajamento para o desenrolar coletivo das soluções é fundamental para o andamento do processo (PACHECO E TOLEDO, 2014).

Partindo do método do Design Social, o projeto da Imersão foi organizado em três fases: no mês de outubro de 2014, os estudantes visitaram o Município de Venda Nova do Imigrante, na região serrana do Espírito Santo, que apresenta um arranjo consolidado de agroindústrias familiares construído ao longo dos últimos 20 anos. O objetivo da visita técnica foi oferecer aos estudantes uma oportunidade de compreender o potencial transformador de iniciativas como a que estava em desenvolvimento em Barra de São Francisco. Durante a visita técnica, os extensionistas pesquisaram como os produtores de Venda Nova utilizaram o Design no desenvolvimento dos seus empreendimentos na definição da identidade visual, embalagem, pontos de venda, paisagismo e sinalização das propriedades, além das estratégias de acesso a mercados (Figuras 5 e 6).



Figura 5. Estudantes de Design da Ufes visitando agroindústrias em Venda Nova do Imigrante (ES).



Figura 6. Propriedade com paisagismo e sinalização no circuito de agroturismo em Venda Nova.

Na segunda fase, realizada de 10 a 14 de novembro, os estudantes foram hospedados nas propriedades das famílias dos agricultores participantes do Curso Pronatec oferecido pelo Ifes de Barra de São Francisco. Nesse período, estudantes, agricultores, professores do Ifes e Ufes, além de servidores da administração pública municipal interagiram para construir as soluções de projeto para identificação, embalagem, transporte, exposição e venda dos produtos, levando em consideração a realidade dos processos, insumos e serviços disponíveis na região (Figuras 7 e 8). Em cada família havia um interlocutor – na maioria dos casos a esposa, às vezes mãe e avó – que coordenava a produção familiar e eventualmente era responsável pela comercialização dos produtos.



Figura 7. Apresentação da pesquisa realizada em Venda Nova para os produtores de Barra de São Francisco participantes do Pronatec.



Figura 8. Estudantes aprendendo sobre o funcionamento do engenho de cana de açúcar no Sítio Bela Vista, na zona rural de Barra de São Francisco.

A imersão nas propriedades configurou-se como oportunidade rica para que os estudantes vivenciassem a realidade dos empreendimentos rurais, ao mesmo tempo em que tiveram a oportunidades de aplicar, de forma situada, os conteúdos acadêmicos acumulados ao longo da formação na Ufes. Todas as oportunidades de projeto apresentadas precisaram não apenas serem viáveis, mas também possíveis de serem apropriadas e desenvolvidas continuamente pelos agricultores. O modelo de inovação que emergiu na interação com cada família deveria, portanto, não comprometer a dinâmica de trabalho já existente, levando em consideração diferentes estágios dos empreendimentos (GOVINDARAJAN E TRIMBLE, 2014):

- 1) Modelo S: inovações simples, definidas pela adoção de práticas simples pelos agricultores em espaços ociosos do processo produtivo. Estratégias de embalagem e exposição já praticadas pelas famílias foram potencializadas com a adição de poucas etapas adicionais. Por exemplo, as tortas salgadas e quiches eram vendidas em embalagens de alumínio com tampa de papelão. Essa solução dificultava a indicação do produto, uma vez que as informações deveriam ser impressas, coladas ou escritas sobre a tampa de papelão, como também prejudicavam a exposição, pois o cliente não conseguia visualizar o produto dentro da embalagem fechada. A solução proposta substituiu a tampa de papelão por plástico filme envolvendo a embalagem de alumínio, seguida da adição de uma cinta de papel sulfite fechada por fita dupla face, com impressão reprográfica preto e branco (Figuras 9, 10 e 11). A mesma solução identificou o produto, facilitou a visualização pelo cliente e manteve o baixo custo de produção;
- 2) Modelo R: inovações repetíveis, consistindo na aplicação de soluções bem-sucedidas em um produto a outros, sem o comprometimento dos fluxos de trabalho. A embalagem de doces em barra de meio e um quarto de quilograma, por exemplo, era feita bandejas de isopor embaladas com filme plástico. Aproveitou-se a solução de rótulos de papel adesivo aplicado sobre sacolas de polipropileno utilizadas na embalagem de café em pó pela mesma família (Figura 12), com a recomendação do corte dos doces em tabletes menores, facilitando a comercialização do produto (Figura 13);
- 3) Modelo C: inovações personalizadas, baseadas na criação de um fluxo de trabalho inteiramente novo para o produto em questão, aproveitando as competências da produção daquela família. Uma família com experiência na produção de bolos e pães lançou uma linha de panetones, precisando introduzir um tipo especial de embalagem natalina (Figura 14).



Figura 9. Cinta de papel sulfite com impressão preto e branco.



Figura 10. Adição manual da cinta com fechamento por fita dupla face.

52



Figura 11. Embalagem final das tortas e quiches do Cantinho da Vovó.



Figura 12. Papel adesivo como rótulo para café e açúcar mascavo em embalagens de polipropileno.



Figura 13. Embalagem de doces em barra com papel adesivo do Sítio Bela Vista.



Figura 14. Embalagem especial para panetone natalino e pães doces e salgados da Delícias da Cláudia.

O desenvolvimento da autoconfiança nas próprias habilidades e competências projetuais dos agricultores, ainda que incipientes, foi um dos resultados mais importantes para a abordagem do Design Social. As soluções coletivas que emergem na aplicação desse método visam principalmente dar autonomia aos usuários para que sejam cocriadores do seu próprio mundo a partir das próprias práticas (PACHECO E TOLEDO, 2014).

A apresentação dos protótipos das identidades e embalagens (Figuras 15 e 16), no final da semana da Imersão, foi marcada por uma discussão coletiva que definiu as estratégias da 1ª Mostra da Agricultura Familiar, que seria realizada no mês seguinte. Coube à Prefeitura Municipal definir um espaço na cidade, próximo à tradicional feira livre, para a realização da Mostra. O local foi escolhido para que a população frequentasse as duas feiras simultaneamente, podendo comparar a produção dos agricultores participantes do projeto com a daqueles que mantinham as práticas inadequadas de identificação, embalagem, exposição e manipulação dos produtos.

Os estudantes da Ufes foram encarregados de reunir as sugestões dos produtores, professores e pessoal da Prefeitura, para detalhar e realizar a especificação final das identidades e embalagens ao longo dos 20 dias que precederiam a Mostra. Também coube aos estudantes realizar os estudos de viabilidade técnica e econômica do que foi produzido coletivamente, considerando a disponibilidade de fornecedores e processos gráficos na microrregião de Barra de São Francisco. A intenção era que, mesmo após a Mostra, os produtores fossem capazes de continuar o desenvolvimento das embalagens e construção das identidades projetadas.



Figura 15. Estudantes da Ufes apresentando as soluções para identificação e embalagem.



Figura 16. Agricultores discutindo as soluções.

Por fim, o Instituto Federal foi encarregado de apoiar a Prefeitura na logística de preparação do evento, envolvendo seu corpo docente na seleção e produção dos produtos que seriam comercializados durante a Mostra, e o corpo técnico e discente na divulgação junto à população.

1ª Mostra das Agroindústrias Familiares de Barra de São Francisco

No dia 12 de dezembro de 2014, véspera da Mostra, os estudantes da Ufes retornaram a Barra de São Francisco para integrar a equipe que organizou o evento: docentes, discente e técnicos do Instituto Federal, servidores da Prefeitura Municipal, além dos produtores e seus familiares. Todo o processo de finalização das embalagens e pontos de venda foi realizado pela equipe, utilizando serviços e fornecedores da região, com a exceção de algumas embalagens que foram adquiridas na capital Vitória em função do custo reduzido. A principal dificuldade encontrada na preparação para o evento foi o número insuficiente de fornecedores de serviços gráficos na região e, dentre os disponíveis, as limitações nos tipos de impressão e qualidades de suportes (Figura 17). Caso a agroindústria familiar aumente consideravelmente a demanda, será necessário orientar os produtores a buscarem prestadores de serviços em outras regiões ou realizar alguma parceria com o intuito de atrair empresas capazes de participar do processo.

54



Figura 17. Rótulos de papel adesivo formato A4 e impressão laser colorida, única alternativa disponível na região de Barra de São Francisco.

As barracas, fornecidas pela Prefeitura Municipal, foram compartilhadas pelas famílias de agricultores em função dos tipos de produtos a serem comercializados. A sinalização da Mostra indicava os tipos de produtos por barraca, cabendo às famílias, equipe do Ifes e estudantes da Ufes planejarem as estratégias de exposição (Figuras 18 e 19).



Figura 18. Arrumação dos produtos para comercialização nas barracas da Mostra.



Figura 19. Barraca de pães e bolos sinalizada e produtores uniformizados adequadamente.

A Mostra foi realizada em rua perpendicular à da tradicional feira livre que acontece aos sábados na região central de Barra de São Francisco. A população, que foi convidada por meio de uma série de ações do Instituto Federal e Instituto Sindimicro-ES, teve a oportunidade de conhecer os produtos da agroindústria familiar da microrregião das 07 às 12h (Figuras 20 e 21).



Figura 20. Equipe da 1ª Mostra da Agroindústria Familiar.



Figura 21. Visitação da população.

O evento foi bem-sucedido, com a maioria dos agricultores tendo comercializado todos os produtos antes do encerramento da Mostra. Um outro ponto positivo foi a avaliação da população acerca da organização, asseio e higiene dos expositores, situação muito diferente daquela observada na feira livre do município. Esse contraste gerou um resultado inesperado para a equipe executora: outros pequenos produtores, que também estão desenvolvendo suas agroindústrias familiares de forma independente, se interessaram pela proposta. Muitos manifestaram interesse em fazer parte de turmas futuras do Curso Pronatec Agricultor Familiar e outros relataram dificuldades para lidar com licenças, alvarás e questões ligadas à identificação, embalagem e exposição dos produtos.

Em relação aos pontos negativos da preparação e execução do evento, alguns produtores encontraram dificuldades na realização das embalagens, mesmo aquelas geradas por inovações simples. O volume de produção na véspera do evento e a sobreposição de tarefas típica das agroindústrias familiares de pequeno porte se apresentaram como desafios para a execução de alguns modelos de embalagem que exigiam controle fino para aplicação (recorte, centralização e posicionamento correto de adesivos sobre embalagens, especialmente a de produtos refrigerados como queijos, sucos e sorvetes). Alguns produtos, especialmente pães e bolos, tiveram a venda dificultada pela impossibilidade de degustação por parte dos visitantes.

Desenvolvimentos da rede em 2015: oportunidades e desafios

Todos os resultados da 1ª Mostra, positivos e negativos, foram discutidos pela equipe visando preparar a continuidade do projeto em 2015. As demandas surgidas a partir de outros agricultores familiares que conheceram a rede durante o evento, somadas às mudanças descritas a seguir, geraram um modelo de funcionamento ligeiramente distinto daquele adotado no primeiro ano. Considerando a concepção da rede a partir do modelo Hélice Tríplice, um segundo estágio de desenvolvimento ocasionaria naturalmente a mudança de papéis entre os atores, sem que estes percam sua missão central (ETZKOWITZ, 2013).

Educação Empreendedora

Na Universidade Federal, o término do ano letivo de 2014 acarretou a redução do número de alunos envolvidos no projeto. Contudo, a apresentação dos resultados da Imersão

na semana de recepção dos calouros do semestre 2015/1 despertou o interesse de um número grande de estudantes em participar do projeto, mesmo não estando vinculados à empresa Júnior Phocus Design. A partir do aumento do interesse discente, a proposta inicial de levar um grupo de extensionistas orientados por professores para realizar projetos fora dos muros da universidade se transformou numa prestação de serviços via extensão segundo a abordagem do Design Social, no qual foi formado um grupo organizado pelos próprios alunos com o mínimo de intervenção docente nas decisões de projeto. O Laboratório e Observatório de Ontologias Projetuais da Ufes passou a operar como uma incubadora, oferecendo a infraestrutura necessária para que os alunos gerissem sua atuação junto aos agricultores do noroeste capixaba.

Por sua vez, o Instituto Federal optou por não abrir uma segunda turma do Curso Pronatec Agricultor Familiar em razão de mudanças no cenário econômico nacional e das prioridades do Campus. Tal decisão deslocou consideravelmente a participação do Ifes da formação de mão de obra para uma participação mais estratégica na rede. Docentes do campus das áreas de Inovação, Propriedade Intelectual, Administração e Direito, acompanhados dos seus respectivos alunos, foram envolvidos no projeto para atuar na orientação frequente dos agricultores em áreas específicas, numa atividade de prestação de serviço semelhante à desempenhada pelo grupo de estudantes da Ufes.

Pesquisa fomentando Políticas Públicas

O Programa de Apoio à Agroindústria do Noroeste Capixaba foi criado pelo Ifes de Barra de São Francisco com o intuito de realizar mapeamentos e acompanhamentos que seriam tipicamente realizados por órgãos da administração pública municipal ou estadual. Esses mapeamentos, tais como o censo das agroindústrias da microrregião, podem pautar futuras políticas públicas para o setor, norteando investimentos e ações de fomento.

Prefeitura qualificando mão de obra

Desde o início de 2015, a administração pública municipal vem extrapolando suas funções reguladoras e de fornecimento de infraestrutura para também atuar na qualificação dos agricultores. Novos servidores vinculados ao corpo técnico da Prefeitura passaram prestar orientações frequentes aos empreendimentos rurais, auxiliando-os diretamente no processo

de obtenção de selos e licenças. As especialidades do corpo técnico situam-se em áreas afins àquelas abordadas pelo Curso Pronatec Agricultor Familiar, de maneira que a ausência de oferta do curso por parte do Instituto Federal foi suprida pela atuação de outro agente, reforçando o desempenho do grupo enquanto rede.

Agroindústrias inovadoras

Os produtores rurais, buscando ampliar a operação das suas agroindústrias, desenvolveram uma série de inovações em 2015 a partir dos conhecimentos acumulados no Pronatec e das orientações oferecidas pelo Ifes, Ufes e Prefeitura Municipal. A Marim Produtos Lácteos, empreendimento do setor de leite e derivados, diversificou a produção de queijo e manteiga para produzir ricota por iniciativa própria, aproveitando o soro de leite que era descartado anteriormente (modelo S).

A família à frente do Delícias da Cláudia, atenta às mudanças de comportamento alimentar veiculadas pela mídia, lançou uma linha de pães e bolos integrais e sem glúten apenas substituindo certos ingredientes no processo (modelo R). O Sítio Bela Vista, produtor de derivados de cana de açúcar, desenvolveu integralmente, utilizando tecnologias próprias, uma fôrma de alumínio para corte de doces em barra (Figura 22) e uma seladora artesanal de sacolas de polipropileno, acelerando substancialmente o processo de produção e embalagem (modelo C).



Figura 22. Fôrma para corte de doces derivados de cana de açúcar desenvolvida no Sítio Bela Vista.

A rede em ação: 2ª Mostra das Agroindústrias

Após sucessivas interações entre os agentes da rede ao longo do ano, foi decidida a realização da 2ª Mostra das Agroindústrias Familiares nos dias 13 e 14 de novembro. Dos sete empreendimentos participantes em 2014, quatro se mantiveram e três novos aderiram ao projeto. O planejamento da estrutura da Mostra foi novamente resultado da articulação entre Ifes, Ufes e Prefeitura, com a contribuição da Igreja Católica de Barra de São Francisco que cedeu as barracas para os expositores. As identidades, embalagens e sinalização dos novos participantes foram projetadas pela equipe de estudantes da Ufes, cujos representantes estiveram em reunião presencial com os agricultores no fim de setembro (Figura 23). Em paralelo, as agroindústrias que entraram no projeto em 2014 assumiram todas as questões de identificação, embalagem e exposição dos produtos, confirmando a consolidação das práticas de design entre as famílias de produtores.

Na referida reunião de planejamento, docentes e discentes do Ifes, corpo técnico da Prefeitura Municipal e Incaper também realizaram orientações aos produtores no mesmo espaço (Figura 24), sugerindo um modelo de atendimento integrado similar ao dos escritórios de transferência de tecnologias. Essas estruturas, nos lembra Etzowitz (2013, p.31), “consideram-se parte da missão da universidade em fornecer benefícios à sociedade colocando pesquisas em prática”.

A 2ª Mostra foi realizada em uma rua do centro da cidade, distante da feira tradicional feira livre, mas onde estão os principais estabelecimentos comerciais, bancos e órgãos da administração municipal (Figura 25). Diferentemente da primeira edição, o evento foi realizado no fim de tarde da sexta e manhã de sábado, visando acessar um público que procuraria a região não apenas para compras, mas também para o lazer. Dentre as novas estratégias para atração do público figuraram a degustação dos produtos expostos e o seu fracionamento para venda como lanches ou aperitivos para os visitantes, aumentando as margens de lucro dos produtores e reduzido a quantidade de sobra de produtos ao término do evento.

Ao realizar a exposição num contexto distinto da tradicional feira livre, a equipe do projeto (Figura 26) experimentou uma percepção de qualidade distinta do público em relação aos produtos. As agroindústrias familiares puderam explorar a dimensão qualitativa da tradição e do manejo artesanal como estratégias de venda, diferenciando-se também simbolicamente dos produtos comercializados na feira livre.



Figura 23. Estudantes da Ufes durante atendimento aos agricultores em setembro de 2015.



Figura 24. Agricultores e agentes do atendimento integrado: Ifes, Ufes, Prefeitura e Incaper.



Figura 25. Local de realização da 2ª Mostra no centro de Barra de São Francisco.



Figura 26. Equipe responsável pela realização da 2ª Mostra.

Na avaliação dos agentes da rede apoio à agroindústria, este parece um caminho mais promissor rumo ao desenvolvimento de um circuito de agroturismo como o encontrado em Venda Nova do Imigrante, visitado na preparação para a Imersão de 2014. Nesses circuitos, o público busca o produto agroindustrial pelos índices de qualidade ampla (PREZOTTO, 2002b), que embora possam resultar de preocupações ecológicas, sociais, culturais e de aparência, precisam ser comunicados de forma eficaz para converter todo o investimento em capital humano e financeiro ao longo da cadeia produtiva em rentabilidade para os pequenos produtores rurais da região.

No momento da conversão, quando o produto da agroindústria familiar tem alguns instantes para comunicar todas aquelas qualidades e seu papel no desenvolvimento regional aos

consumidores em potencial, o Design tem se mostrado uma contribuição imprescindível na rede de iniciativas desenvolvidas no noroeste capixaba. O objetivo do projeto a partir de 2016 será intensificar as ações que deem visibilidade a essas dimensões intangíveis da produção da agroindústria familiar.

Referências

- COUTO, R.M.S. O Ensino da Disciplina de Projeto Básico Sob o Enfoque do Design Social. 1991. 72 p. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: Departamento de Educação. PUC-Rio, 1991.
- DDI. Estudio del impacto económico del Diseño en España 2005. Sociedad Estatal para el desarrollo del Diseño y la Innovación.
- ETZKOWITZ, H. Hélice Tríplice: Universidade-Indústria-Governo Inovação em Movimento. Porto Alegre: EduPUCRS, 2013
- GOVINDARAJAN, V.; TRIMBLE, C. O desafio da Inovação. Rio de Janeiro: Campus, 2014.
- IDEO e Riverdale Country School. Design Thinking Toolkit for Educators versão 2012. Disponível em <http://www.designthinkingforeducators.com/>. Acesso em 06 de outubro de 2014.
- LOURENZANI, W. L. Capacitação gerencial de agricultores familiares: uma proposta metodológica de extensão rural. Organizações Rurais & Agrindustriais, Lavras, v.8, n.3, p. 313-322, 2006.
- MANZINI, E. Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- MERINO, A.; KRUCKEN, L.; PEREIRA, D.; ALTMANN, R. Contribuição do Design na Valorização de Produtos Alimentícios Regionais: Projeto Mafra. In: 2o Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2003. Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: AEND-BR, 2003.
- MERINO, G.; MERINO, E.; PEREIRA, D.; VIEIRA, M. Design applied to family agriculture and aquaculture based on social innovation. Proceedings of the First International Conference on Integration of Design, Engineering and Management for innovation IDEMI09. Porto, Portugal, September 14-15, 2009.
- MARTINS, R; MERINO, E.; DEMARCHI, A. Valorização da agroindústria de pequeno porte por meio da gestão de design. Actas de Diseño, nº1, año I, vol. 1, Agosto 2006, Buenos Aires, Argentina.
- PACHECO, H.S., e TOLEDO, G. A sparkle in people's eyes. 8th Conference of the International Committee for Design History & Design Studies, Blucher Design Proceedings, Volume 1, 2014, pp.67-70.
- PEREIRA, D.; MERINO, E.; PEREIRA, L. K.; ALTMANN, R. Valorização de Produtos da Agricultura Familiar através do Design. Florianópolis: SAR / Instituto Cepa/SC / Funcitec, 2004. 75p.

PREZOTTO, L. Uma concepção de agroindústria rural de pequeno porte. Revista de Ciências Humanas, n.31, p. 133-153, 2002a.

_____. Qualidade ampla: referência para a pequena agroindústria rural inserida numa proposta de desenvolvimento regional descentralizado. In LIMA, Dalmo M. de Albuquerque e WILKINSON, John (Org.) Inovações nas tradições da agricultura familiar. Brasília: CNPq/Paralelo 15, 2002b. P 285-300.

VALCKE, J. El papel del diseño para preservar la identidad y cualidades regionales. In: McDonald, S. (Org). Temas de Diseño en la Europa de hoy. Barcelona: BEDA, 2004.

Sobre os autores

Hugo Cristo Sant'Anna. Designer formado pela Universidade Federal do Espírito Santo - Ufes (2003), com mestrado (2007) e doutorado (2014) em Psicologia pela mesma instituição. É professor adjunto do Curso de Design da Ufes desde 2009, onde coordena o Laboratório e Observatório de Ontologias Projetuais.

hugo.santanna@ufes.br

Fernanda Chaves da Silva. Graduada em Economia Doméstica pela Universidade Federal de Viçosa (2006), Mestre em Microbiologia Agrícola pela Universidade Federal de Lavras (2008) e Doutora em Microbiologia Agrícola pela mesma instituição (2012). É professora efetiva e Diretora de Pesquisa, Pós-graduação e Extensão do Instituto Federal do Espírito Santo, campus Barra de São Francisco

fernanda.silva@ifes.edu.br

O projeto gráfico da Revista Fraude: cooperação didática entre Comunicação e Design

Fátima Aparecida dos Santos, Fábio Sadao Nakagua

Este é um artigo sobre a construção de um projeto gráfico para revista impressa. A Revista Fraude é produto do programa de tutoria da Faculdade de Comunicação Social da UFBA e, por isso, sua elaboração é resultado de prática pedagógica. Ainda que sem definir procedimentos didáticos, na elaboração da revista foram aplicadas didáticas como: aprendizado por resolução de problemas, aprendizado por elaboração de projeto e co-design. Como resultado obteve-se um projeto gráfico que melhorou efetivamente a relação verbo visual da revista e com isso permitiu maior fruição das leituras ofertadas.

Palavra-chaves: Projeto Editorial, Didática, Diagrama, Significado.

The graphic design of Revista Fraude: didactic cooperation between Communication and Design

This is an article about the construction of a graphic design for a print magazine. Revista Fraude is the product of a mentoring program from the School of Social Communication at UFBA, and therefore its development is the result of teaching practice. Although didactic procedures were not defined, in the journal preparation teaching practices were applied, such as learning by problem solving, learning by project design and co-design. The result was a graphic design which effectively improved the visual-verbal relationship of the magazine, and it allowed greater enjoyment of the offered readings.

Keywords: Editorial Project; Didactics; Diagram; Meaning.

Introdução

No presente artigo se relata a experiência da parceria entre o Curso de Comunicação Social da UFBA (Universidade Federal da Bahia) e o Curso de Design da UnB (Universidade de Brasília) através do trabalho dos professores autores: Fátima Aparecida dos Santos e Fábio Sadao Nakagwa.

O design gráfico e o jornalismo impresso são parceiros de longa data na função de produzir leitura agradável e significativa. Entretanto, muitas vezes, na ânsia de formar egressos independentes, as faculdades tanto de comunicação como de design não promovem a relação necessária entre os estudantes das duas áreas. Ora, nem é possível produzir um bom design gráfico editorial sem texto bem como texto impresso sem design gráfico.

Muitos são os erros incorridos na produção de revistas: dissociação texto imagem; desprezo das condições de legibilidade; desconhecimento de modos de hierarquizar informações; escolha inapropriada de paleta de cores, de sistemas cromáticos e falta de balanceamento de claro e escuro; constantes alterações na diagramação que resultam na perda da identidade do impresso; e, o desconhecimento dos processos de impressão e acabamento.

Tanto na Universidade de Brasília quanto na Universidade Federal da Bahia os cursos de Comunicação Social e Design pertencem a unidades acadêmicas diferentes. O curso de Comunicação faz parte, em ambas instituições, da Faculdade de Comunicação Social, e o curso de Design pertence ao Instituto de Arte. Tal distanciamento nubla o fato de serem áreas profissionais próximas que possuem pontos de interseção, especificamente na área gráfica e editorial.

Na Universidade de Brasília o PPI - Projeto Pedagógico Institucional favorece o trânsito interdisciplinar dos estudantes já que pelo menos 30% dos créditos devem ser feitos em outros cursos. O currículo do curso de design da UnB possui disciplinas obrigatórias na Faculdade de Comunicação, algumas optativas e o aluno ainda pode investir créditos de livre uso singularizando a sua formação. Já a área de Comunicação, possuiu Diretriz Curricular Nacional com maior definição de objetos de estudo sendo que o ensino de design gráfico é optativo em muitos cursos e em outros se quer existe. A FACOM/UFBA oferta a disciplina de Programação Visual, Fotografia, Computação Gráfica e Quadrinhos como optativas e todas ministradas na própria unidade.

Outra oportunidade para o aluno aprender é o PET (Programa de Educação tutorial). Criado em 1979 pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e em 1999 passou a ser gerenciado pela Secretaria de Educação Superior (SESu) do Ministério da Educação (MEC). O PET (Programa de Educação Tutorial) é direcionado à graduação, visa contribuir com formação acadêmica dos estudantes envolvidos e diminuir as distâncias entre a Universidade e à comunidade externa. O Programa financia vários grupos de estudantes de universidades brasileiras públicas e privadas, que têm como tutor um professor designado pela unidade e realizam diferentes atividades extracurriculares, todas tendo como base a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão.

O PETCom/UFBA conta com laboratório próprio, equipado com armário, sofás, cadeiras, mesas, computadores e material de estudo. Nele os estudantes se reúnem e desenvolvem seus trabalhos. Eventualmente o PETCom também conta com o laboratório de informática da FACOM para a realização de oficinas e reuniões de diagramação e produção.

O PETCom/UFBA atualmente é composto de doze alunos bolsistas e tem como tutor o professor Fábio Sadao Nakagawa. Os bolsistas desenvolvem suas atividades em horário complementar à graduação. Promovem elaboração de reportagens, cobertura e produção de eventos, oficinas de interesse para outros estudantes, discussões acadêmicas, mantêm um site, e por fim, são os responsáveis pela elaboração, publicação e lançamento da Revista Fraude.

A Fraude é uma revista experimental de jornalismo cultural, criada em 2004. Tem como principal linha editorial a abordagem das manifestações artísticas e culturais que ocorrem na cidade de Salvador. Seu nome é ao mesmo tempo um enigma e também uma ácida crítica a ideia de novidade, originalidade e ineditismo, presente principalmente nos meios de comunicação e na cultura, conforme foi divulgado no editorial do primeiro número da revista, que afirma que “o novo é uma fraude – mas a Fraude não quer ser o novo. Então, o que é a Fraude?” (EDITORIAL FRAUDE #1, 2004, p.3).

No segundo semestre de 2012 o professor Fábio Sadao Nakagawa entendeu que era necessário maiores conhecimentos sobre design gráfico para que a publicação pudesse ser impressa. Foi desta necessidade que nasceu a parceria entre os Cursos de Design/ UnB e Comunicação/UFBA. Inicialmente foi proposto uma oficina com o objetivo de modificar pontos específicos relacionados à diagramação. Posteriormente, a partir da sua

décima primeira edição, comemorando os seus dez anos de publicação, a revista ampliou a tiragem de mil para dois mil exemplares e passou a ser inteiramente impressa em cores oportunizando a elaboração de um novo projeto gráfico.

Vencedora em 2012 na categoria Revista Impressa do prêmio Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação (Expocom), oferecido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e principal produto do Petcom, com tiragem entre 500 e 2000 exemplares, distribuição gratuita, a Revista Fraude tem periodicidade anual e o seu público-alvo principal é composto por estudantes de graduação de ambos os sexos, na faixa etária entre 18 à 25 anos.

Este artigo versará sobre os processos, práticas didáticas, oficinas e trocas que foram necessárias para a criação de um novo projeto gráfico para a Revista Fraude. Entendeu-se que era necessário a promoção de atividades didáticas com a finalidade de sensibilizar os estudantes quanto à importância de tal renovação.

Encontro gráfico e diagnóstico

Em Março de 2013 ocorreu a primeira interação de design junto ao PETCom/UFBA. A preocupação inicial foi diagnosticar quais conhecimentos os bolsistas possuíam, como reconheciam elementos de projeto gráfico e como conseguiam sintetizar os conceitos em visualidade. Para tanto foi feito uma roda de conversa na qual os participantes se apresentaram, falaram de suas funções na produção da revista e analisaram uma imagem de página dupla projetada. Percebeu-se que a turma tinha bom conhecimento de diagramação e uso de software mas não conseguiam articular os elementos de modo a resultar em uma identidade gráfica. Também não conseguiam relacionar a quantidade de caracteres ao espaço necessário para a diagramação da revista e por esse motivo, algumas matérias resultavam em muitas colunas de texto, variação do tamanho de margem, ausência de imagens ou com boas fotografias ocupando menos de um terço da largura da página, tudo isso na tentativa de incluir matérias longas em espaço reduzido. A variação da quantidade de caracteres por matéria também fazia com que a mancha gráfica variasse muito e juntamente com o uso de texto justificado promovia fadiga visual no leitor. Outra limitação apresentada pelos estudantes foi a necessidade de imprimir o miolo da revista com uma única cor o que eles consideravam ser apenas o preto. Nesse sentido foi explicado a

eles que poderiam utilizar qualquer uma cor e que o custo de produção seria o mesmo e, mesmo essa cor, poderia variar de porcentagem em uma escala tonal.

A ausência de conhecimento sobre os processos gráficos e impressão de cores fazia com que as reportagens tivessem um grande contraste entre o preto e o branco e, muitas eram as matérias que utilizavam letra branca sobre o fundo preto (Figura 1).

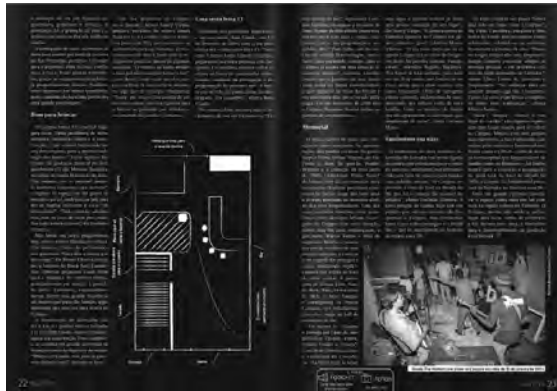


Figura 1. Página dupla da Revista Fraude nº10 com fundo preto e texto branco justificado.

Um dos problemas que mais saltou aos olhos foi a falta de identidade entre os números da revista Fraude já impressos. Cada novo grupo de bolsistas que produzia a revista gerava uma visualidade diferente da anterior. Mesmo em cada número produzido percebeu-se que cada texto era pensado como um projeto isolado. A falta de coerência visual residia no fato de que para cada reportagem existia um diagramador diferente que trabalhava isolado do resto da equipe. Assim, em cada matéria, até era sugerida uma unidade entre imagem e texto mas não havia uma conexão entre toda publicação resultando em um projeto gráfico confuso.

Na revista imperava o desconhecimento em relação ao modo de uso de elementos gráficos como box e olho, muitas vezes destacando mais o corpo de texto da matéria do que subtítulos, olhos e outros elementos de estilo. O box normalmente utilizado para uma narrativa complementar e paralela à matéria era usado como local para iniciar ou concluir uma reportagem. Quanto ao uso da tipografia, na Fraude 9, por exemplo, foram utilizadas onze fontes diferentes para os títulos em toda revista.

No painel 1 é possível ver a capa, o sumário, o editorial e as páginas 14 e 15 da revista número 10, sem projeto gráfico definido. Nota-se o uso de texto justificado, constituindo um bloco pesado na parte inferior da página. Também nota-se a variação tipográfica, o uso do contraste preto e branco e a concorrência visual entre a imagem que ilustra a matéria de página 14 e a matéria da página 15.

Após a roda de conversa, os estudantes concordaram que os principais problemas a serem sanados no novo projeto gráfico seria: a “salada tipográfica”; a falta de coerência entre texto e imagem; a desorganização de informação em algumas páginas como no sumário, créditos, etc; o uso irregular de box e olho; a falta de unidade da revista como um todo resultando em matérias com designs muito diferentes; a falta de planejamento para posicionar as reportagens ao longo da publicação, não balanceando mancha e densidade das matérias, resultando em fadiga visual; e, ainda, uma especial atenção à hierarquia informacional da revista.

68



Painel 1: Fraude 10

Repertório e projeto

Depois da fase de diagnóstico, foi ministrada uma aula com a finalidade de despertar a iniciativa de pesquisa visual por parte dos alunos, bem como ensinar a construir os elementos iniciais de um projeto gráfico. A primeira etapa foi propor um exercício de reconhecimento da mancha e do grid da revista. O exercício consistia em trabalhar com a revista impressa, sobrepô-la com papel vegetal, traçando com cores diferentes as principais linhas guias de uma matéria. Também foi observado nesse exercício a variação de mancha em cada página, o uso de entrelinhas e, após a conclusão do exercício, foi construído um grande espelho por meio do qual se pode perceber o fluxo de informações da revista.

O passo seguinte foi incentivar os alunos a construírem um espelho pensando na nova edição. Foi distribuído uma base com 48 páginas em miniatura, projetado o título, quantidade de foto e de texto de cada matéria da nova edição. Pediu-se aos estudantes que pensassem na distribuição e na leitura da revista.

Um dos fatores considerados para a proposição do novo espelho e futuro grid foi o local e tempo que as pessoas tinham para ler a revista. Os alunos possuíam uma enquete realizada junto aos leitores na qual diagnosticaram que a maioria lia a revista em ônibus, no intervalo entre as aulas ou mesmo no banheiro. Tais informações sinalizaram a necessidade de uma revista um pouco mais leve na sua legibilidade mas sem perder o foco dos assuntos e discussões que já marcam a publicação desde a sua fundação.

A partir da quantidade de tipografias utilizadas nos números anteriores da revista, observou-se que era necessário trabalhar tal assunto com os alunos. Foi abordado o tema 'comportamento tipográfico' explicando a anatomia dos tipos, a história e origem das fontes, etc.

Foi ensinado aos alunos um conjunto de recursos para o uso mais adequado dos tipos: pesquisa de fontes, estrutura das famílias tipográficas, tradução do tamanho de pontos em milímetros e peso de fontes. Foi selecionada uma das matérias da nova revista para que os alunos pudessem fazer uma experimentação tipográfica e comparassem os resultados. Também foi ensinado aos alunos o processo de instalação de fontes, o modo de fechamento de arquivos e envio de tipografias para a gráfica. Outro recurso dado foi a instituição de estilos em programas de editoração gráfica como o Indesign e a construção de uma biblioteca de tipos.



Figura 2. Construção de espelho e estudo do fluxo de leitura ao longo da publicação.

70



Figura 3. Uma das imagens projetadas ao aluno sobre anatomia dos tipos. Disponível em: <https://tipos.wordpress.com/2007/01/03/objetivo-classificacao-e-anatomia-2/> acessado em 22/01/2016.



Figuras 4 e 5. Alunos experimentam softwares e recursos na diagramação.

Após explicação, os estudantes definiram quatro famílias tipográficas para o novo projeto gráfico: Optima, escolhida para título e subtítulo; Baskerville, escolhida para texto; Ms Mincho para legendas e Heiti para textos de marcação. Procedeu-se a impressão de textos variando a entrelinha, pesos e alinhamentos a fim de verificar quais seriam os mais coerentes para a revista.

Durante o estudo de tipos foi constatado que os alunos, em sua maioria, aplicavam os títulos em linha, trabalhando pouco com a variação de entrelinha e por isso, muitas vezes acabavam tentando incluir desenhos ou elementos gráficos a fim de tentar dar maior ritmo para os títulos.

Assim, selecionou-se uma vasta quantidade de exemplos de usos tipográficos no qual a variação de tamanho, posição e outros recursos proporcionavam legibilidade, ritmo e impacto. A importância da hierarquia de informações também foi abordada fazendo com que os alunos percebessem que era possível guiar o olhar do leitor por meio da organização e distribuição de informações ao longo da página.



Painel 2. Variação do uso de tipografias.

Quanto ao uso das cores o número 11 da revista foi trabalhado inicialmente com a possibilidade de imprimir o miolo em Preto e Branco e, posteriormente, se iniciou o estudo das cores. Foi apresentado aos alunos a possibilidade de impressão monocromática aproveitando a variação tonal, a importância do uso de meio tons e a possibilidade do preto poder ser substituído por qualquer cor, incluindo uma cor especial. Para que o aluno entendesse tal processo foi necessário introduzir informações sobre a produção gráfica, os sistemas de impressão e os preparativos necessários à cada sistema de impressão.

Após autorizada a impressão em cores, os alunos foram orientados a construir uma paleta cromática. Foi explicado o funcionamento do sistema CMYK, a conversão de cor de luz para cor de pigmento, o comportamento e variação da percepção cromática em função das cores vizinhas, combinação por complementação, proximidade de matiz e a importância das cores e fundos neutros para a boa legibilidade da publicação. Finalmente foi escolhida uma paleta de cores inspirada na paisagem natural de Salvador: verde, azul, vermelho, amarelo ferrugem e magenta conforme paleta cmyk ilustrada a seguir.

72



c 003	c 022	c 081	c 069	c 003
M 088	M 056	M 001	M 014	M 099
Y 085	Y 096	Y 100	Y 000	Y 012
K 000	K 007	K 000	K 000	K 000

Painel 3. Paleta cromática.

Após reformulação do grid, elaboração do espelho, escolha das tipografias, dos estilos, da paleta cromática, da direção de artística e fotográfica, ainda restavam duas dúvidas entre os alunos: como garantir que matérias específicas tivesse diagramação significativa sem perder a relação de identidade com a revista e coesão entre os números que serão impressos no futuro? Qual é a função de um infográfico em uma revista e como construí-lo?

Para os dois questionamentos foram utilizados como exemplos princípios de design gráfico de Lupton e Phillips (2008). Uma das dicas para conseguir que uma publicação remeta ao conteúdo de suas matérias mas mantenha as características invariantes do projeto gráfico é trabalhar com camadas (layers). Elas permitem que o Grid e tipografia remetam ao projeto gráfico da revista como um todo, entretanto, também é possível sobrepor camadas nas quais possam ser trabalhados elementos gráficos relacionados às características individuais de cada matéria. Esses elementos são chamamos de variáveis (ilustração, fotografias, utilizar ou não olho e outros elementos gráficos).

O conceito de camada vem do mundo concreto e tem uma longa história nas tradições de mapeamento e notação musical. Mapas e linhas do tempo utilizam camadas sobrepostas para associar diferentes níveis de dados, permitindo que eles contribuam com o todo, mas conservem suas identidades próprias. (LUPTON e PHILLIPS, 2008. p. 127)

A multiplicidade de visualidades geradas a partir da relação entre camadas e sobreposição de informações ilustrados pelas autoras impressionou positivamente os alunos que depois, na diagramação final da revista, conseguiram aplicar os conhecimentos de modo satisfatório.

Sobre o uso e a produção de infográficos, entendeu-se que para o seu aprendizado satisfatório seria necessário desenvolver um pouco mais as habilidades de representação e comunicação visual dos alunos. Foram sugeridas as leituras do conceito de Diagrama de Lupton e Phillips (2008, p. 199) no qual as autoras recuperam algumas discussões de Edward R. Tufte, explicam o conceito de design e mapa de informação. Evidenciou-se que o uso de infografia diferia de uma ilustração ou mesmo de um gráfico pouco complexo. Um infográfico tem como função “iluminar e explicar ideias complexas” permitindo que o leitor consiga traçar visualmente relações que seriam muito complicadas caso comunicadas apenas com textos e números.

Lupton e Phillips (op. cit.) sobrepõe o conceito de diagrama ao de infografia em função do fato de que ambos decorrerem de um arranjo verbo/visual que pode sugerir evolução

temporal, hierarquia, fluxo de ideias, promoção de conexões, relações sobrepostas e construção de redes cognitivas.

Nesse ponto, os alunos compararam o conceito de diagrama de Lupton e Phillips com o conceito de diagrama da semiótica de Charles Sanders Peirce. Segundo Peirce (2003, p. 216), todo raciocínio é diagramático, isso porque ao pensar construímos um ícone do nosso estado hipotético de pensamento e passamos a observá-lo. Este observar de hipóteses opera com dinâmica semelhante ao ato de projetar ou testar possibilidades de ação diante da possibilidade de estados das coisas. Assim, a noção de diagrama físico e a noção de diagrama como estratégia para observação das relações e imagens do pensamento coadunam com a prática projetiva. Diagramar é também programar visualmente o deslizar de relações verbo/visual ao longo do tempo ou seja, é traçar o movimento que os olhos farão sobre uma página e entender com que elementos gráficos e verbais esse movimento encontrará e construirá significados.

Depois das mesas de discussão, oficinas de projeto gráfico e planejamento da revista restou um conjunto de definições e regras que os alunos procuraram seguir durante os meses em que a revista esteve em elaboração. Nesse período ocorreu também contato entre os professores e alunos de comunicação e design por telefone, skype e e-mail. As dúvidas eram sanadas com trocas de exemplos e comentários. Ao final a Fraude nº 11 foi lançada em grande estilo.

Resultado: um novo projeto gráfico para a Revista FRAUDE

A Fraude nº 11 foi lançada no dia 21 de dezembro de 2013, no Cine Teatro Solar Boa Vista, em Salvador, a edição 11 foi impressa com 48 páginas, em offset, com grampeamento a cavalo, tamanho de 27,5 x 43cm e miolo em papel couché fosco com gramatura 90. Tendo como matéria de capa o tema “transformistas”, a capa foi impressa em quatro cores, em papel couché fosco 170g. A Fraude #11 tem como seções fixas: índice, expediente e agradecimentos em duas páginas; editorial de duas páginas, e página destinada a apoios (contracapa). Além disso, ela é composta por seis reportagens, dois perfis, duas entrevistas, um guia jornalístico, um infográfico e uma matéria experimental feita por meio de fragmentos de fotografias.

Dentre as características físicas se destaca a modificação do papel de couché para couché fosco o que deixou a revista mais contemporânea e com aspecto tátil mais interessante.

O tema de capa da revista foi muito bem construído e a reportagem que a originou ganhou uma diagramação cuidadosa, na qual a relação verbo/imagem foi muito bem trabalhada. Outra questão interessante foi observar na matéria a bem construída relação com o tempo de leitura pois seu planejamento gráfico permitiu ao leitor descobrir aos poucos a mágica transformação de um homem em uma artista exuberante no palco. Os elementos gráficos dispostos ao longo das páginas não eram mais resultado de uma luta contra o branco do papel, mas sim elementos do discurso que construíam uma narrativa e preparavam o leitor para as revelações ao longo da matéria.



Figura 6. Capa da Revista FRAUDE n°11.



Figura 7. Abertura da matéria de capa Revista Fraude nº 11.

A abertura da matéria de capa conseguiu dar leveza gráfica à diagramação, a preservação de áreas sem preenchimento, a construção cromática entre magenta e branco, a presença de elementos como batom e uma metáfora de espelho dão a dica ao leitor de que se trata de um imaginário feminino, ainda que para isso tenha se recorrido aos elementos clichês, o resultado gráfico é bem delicado e leve. Em relação ao projeto gráfico observa-se a diferença entre esta diagramação e a da matéria “Os santos da Bahia”, presente no painel 1, na qual o texto justificado, o uso pouco cuidadoso da imagem e a insistência do contraste entre o fundo preto e a letra branca conferiam a matéria muito mais um ar de texto policial do que a de uma matéria sobre religiosidade.

Ainda sobre a matéria de capa da Fraude 11 é possível observar é já dissertada relação texto, imagem e tempo conforme as páginas presentes nas Figuras 8 e 9. Pela diagramação da matéria se faz o movimento de desmontagem e revelação do homem por trás da artista transformada. Os elementos de tal transformação são fixados em uma linha magenta que tem função de conectar as páginas da unidade mas também remete a um varal no qual os itens de transformação são pendurados.

Nas duas páginas que encerram a matéria foi possível verificar o aprendizado dos alunos com relação ao correto uso do box, do olho e da legenda. O box foi utilizado para complementar a matéria e garantir uma moldura a última fotografia que retrata o artista em atuação. Os alunos conseguiram seguir as regras de hierarquia de informações e conferir ritmo à leitura.

Dentro da revista merecem destaque algumas outras matérias em função da relação entre os elementos gráficos e textuais: “Donos da rua doidos do bairro” e “Os altos e baixos da ladeira da Montanha”.

A matéria “Donos da rua doidos do bairro” abordou o universo dos moradores de rua que são conhecidos como pertencentes a um determinado bairro da cidade de Salvador e têm algum tipo de desconexão com a realidade. Embora, ainda sobre o impacto do uso de cores na revista, os alunos decidiram que esta matéria traria fotografias em preto e branco ou sépia, conferindo um distanciamento entre o universo retratado e a vida real. O uso da cor foi adotado exclusivamente para títulos e elementos gráficos e a fotografia sangrada sobre a página de abertura garantiu um ar de continuidade da imagem retratada ao leitor. Há que se ressaltar a qualidade das fotografias que conseguiram capturar a postura de donos da rua retratando os mendigos com posição de altivez e superioridade.



Figura 8. Cuidadoso processo inverso de montagem do artista transformista



Figura 9. Cuidado com elementos como olho, legenda e box.



Figura 10. Abertura de matéria em página dupla, perfeita relação texto imagem.

Já a matéria “Os altos e baixos da ladeira da montanha” imprimiu em sua diagramação o movimento de subida e descida, tão característico à rua, ladeira, que antes conectava a cidade alta à cidade baixa. Os textos verbais e visuais foram expostos de modo que o olho do leitor realmente fizesse o movimento de subida e descida da ladeira.

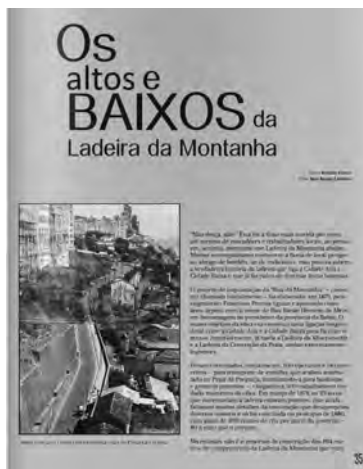


Figura 11. A fusão de duas fotografias anunciam que a reportagem versará sobre o hoje e sobre a memória da ladeira.

A página de abertura da matéria poderia ter sido um pouco mais trabalhada em relação a alinhamentos e espaços, entretanto merece crédito o esforço dos alunos em costurar as relações entre a memória descrita no texto e a memória fotográfica. Já nas páginas seguintes observa-se uma interessante construção com simetria espelhada na qual o uso de imagens do passado e do presente conferem a diferença que o tempo provocou no papel desempenhado pela ladeira na dinâmica da cidade.

Por fim, toda a Revista Fraude nº 11 apresentou grandes modificações em relação aos números anteriores. Entretanto escolheu-se destacar as três matérias apresentadas neste artigo em função da representatividade quanto ao projeto gráfico.

As Revistas Fraude nº 12 e nº 13 tiveram como novidade a construção de infográficos transmídia inaugurando uma relação entre o meio impresso e digital por meio do uso de QRCode. Tal iniciativa amplia as informações sobre o impresso conduzindo o leitor a áudios e vídeos sobre os assuntos e temas apontados no gráfico.



Figura 12. O descer e o subir da rua retratado no planejamento visual.

A importância didática dos PETs

Na reformulação do projeto gráfico da Revista Fraude não se aplicou nenhum método intencional de ensino por resolução de problemas ou elaboração de projetos, entretanto verifica-se que no seu fazer podem ser reconhecidos princípios de polidisciplinaridade, aprendizagem com foco em projeto e aprendizagem a partir da resolução de problemas. Edgar Morin define polissiplinaridade como:

[...] uma associação de disciplinas em torno de um projeto ou de um objeto que lhes é comum. As disciplinas são chamadas a colaborar nele, assim como técnicos especialistas são convocados para resolver esse ou aquele problema. De modo contrário, as disciplinas podem estar em profunda interação para tentar conceber um objeto e um projeto, como já se viu no estudo da hominização. (MORIN, 2000, p. 51)

O PET e a Revista Fraude são referência de experiência didática porque permitem associar conhecimentos diversos, confrontá-los com questões cotidianas e aplicar soluções já estudadas de modo isolado em um projeto conciso e real. Observa-se que a oficina de fotografia, as aulas de semiótica, as relações texto imagem, as aulas de computação gráfica

e de diagramação, bem como a prática jornalística e de produção se coadunam em uma troca ativa entre os estudantes, cada um com seu talento mas com uma visão global em função de comporem o PET.

Como o PETCom é composto por alunos de diferentes séries e cursos, com tempos diferentes de participação no programa, ocorre também a troca de conhecimento entre os próprios bolsistas, participantes mais experientes transmitem seus conhecimentos aos recém chegados.

Os estudantes elegem temas prioritários para conhecimento e propõe para o tutor cursos ou oficinas naquela área. Assim surgiram as oficinas relacionadas ao design, os estudantes buscaram além da oficina de projeto gráfico, a oficina de cartaz e a oficina de diagramação. Em sua maioria, essas oficinas contaram com a presença de um professor da área de design gráfico e um da área de comunicação social, ambos com doutoramento em semiótica, o que tornou a relação verbo/visual bastante efetiva e estudada, resultando nas construções de metalinguagem (JAKOBSON, 1995, p. 127) apontadas e tão bem resolvidas na publicação.

Conclusão

Atualmente já são bastante discutidos os métodos de aprendizagem baseada em problemas e aprendizagem baseado em projetos. Uma das vantagens de tais métodos é promover educação integral envolvendo recursos humanos e técnicos bem como permitir a transdisciplinaridade, a poldisciplinaridade e a multidisciplinaridade.

De certa forma, a experiência realizada junto ao PETCom UFBA é um exemplo tanto de aprendizagem baseada em projeto quanto de promoção de poldisciplinaridade, integração, interação entre áreas do conhecimento e co-design.

O termo co-design é empregado neste artigo para designar a experiência de elaboração do novo projeto gráfico da revista Fraude de modo integrado envolvendo tanto alunos de jornalismo, produção em comunicação e cultura quanto professores de fotografia, design e comunicação. Também reside neste argumento a construção conjunta do projeto gráfico e a promoção de oficinas para o seu desenvolvimento e implementação.

Diferente da prática comum de mercado, o projeto gráfico não foi construído por uma pessoa ou equipe e entregue ao PET/Com. Ele foi elaborado em conjunto, considerando

as dificuldades e conhecimentos do grupo, esclarecendo a sua importância e função. Tal prática permitiu aos alunos manusear com mais propriedade os elementos constituintes das matérias da revista e conseguir ao final que a diagramação e planejamento visual das páginas fossem tão importantes na constituição da revista quanto o próprio texto verbal. Em termos de jornalismo impresso e revista cultural é de suma importância que o discente consiga atribuir a real relevância a todos os elementos de uma publicação.

Ainda hoje é possível encontrar inúmeros exemplos de impressos nos quais existe grande dissociação entre o texto verbal e a construção visual das matérias e notícias. tal costume é fruto de anos e anos de disciplinarização do conhecimento no qual, para os alunos dos cursos de jornalismo, a diagramação e o projeto gráfico tinham menor importância do que o texto verbal. Felizmente tal característica tem mudado. Após a participação do curso de Design da UnB no PET/Com o colegiado de professores da graduação da Faculdade de Comunicação da UFBA decidiram dedicar uma vaga para professor específico para a área de design gráfico, refletindo a importância do trabalho integrado entre a comunicação verbal e visual.

Em termos de continuidade da Revista Fraude, após o projeto gráfico, já foram publicados dois números e, atualmente há a preparação para a revista referente ao ano de 2016. Nesse meio tempo aconteceu a produção da Fraude 12, sem acompanhamento de professores de Design Gráfico.

Já na Fraude 13 ocorreu completa renovação do quadro de bolsistas e uma nova interação entre o Design e a Comunicação. Durante as novas oficinas e mesas de trabalho, observou-se que a Revista Fraude 11 constituiu um guia sólido para os novos alunos que conseguiam entender, a partir da publicação, quais eram os principais elementos do projeto gráfico e segui-lo. Entretanto a equipe de bolsista anterior não havia deixado o memorial do projeto e seus arquivos disponíveis para a nova equipe. Assim, foi necessário instalação dos arquivos de fontes, construção de páginas mestras e tabelas de cores a partir das revistas impressas. De certa forma, tal acontecimento contribui para verificar a força do projeto gráfico já que a partir do impresso foi possível fazer a 'engenharia reversa' e manter a identidade da revista.

Acredita-se que a experiência da Revista Fraude e do PET/Com UFBA possa incentivar tanto mestres quanto alunos a construir projetos nos quais o aluno possa efetivamente aplicar e relacionar o que é aprendido em sala de aula.

Referências

- AMBROSE, Gavin e HARRIS, Paul. Dicionário visual do design gráfico: Porto Alegre: Bookman, 2009.
- JAKOBSON, Roman. Linguística e comunicação. São Paulo: Cultrix, 1995.
- LUPTON, Ellen e PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- LUPTON, Ellen. Pensar com tipos. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- MARCONDES F., Ciro. Dicionário de comunicação (org). São Paulo: Paulos, 2009.
- MORIN, Edgar. Educação e complexidade: os sete saberes e outros ensaios. Maria da Conceição de Almeida e Edgard de Assis Carvalho (org). São Paulo: Cortez editora, 2000.
- PEIRCE, Charles S. Semiótica. Col. Estudos. São Paulo: Perspectiva, 2003.

Sites consultados:

<https://issuu.com/revistafraude>

<http://www.petcom.ufba.br/>

http://www.unb.br/administracao/decanatos/deg/downloads/coord_ped/PPPI%20UnB.pdf

<https://tipos.wordpress.com/2007/01/03/objetivo-classificacao-e-anatomia-2/>

Sobre os autores

Fátima Aparecida dos Santos. Graduada em Design pela Universidade Estadual Paulista, Mestre e Doutora pela PUC-SP em Comunicação e Semiótica, professora na graduação em Design e nos Programas de Pós Graduação em Design e em Arte. Pesquisadora nas linhas de Design Cultura e Sociedade e em Arte e Tecnologia. Tem investigado a relação entre Design, ambiente e cidade, os códigos culturais relacionados tanto ao design, quanto à cidade e os aspectos semióticos do design em suas mais diversas manifestações.

designfatima@uol.com.br

Fábio Sadao Nakagua. Fábio Sadao Nakagawa é professor e atual vice-diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, tutor do Programa de Educação Tutorial da Faculdade de Comunicação (PETCOM) e membro do grupo de pesquisa Espaço- Visualidade/ Comunicação -Cultura da PUC/SP (ESPACC).

fabiosadao@gmail.com

Gráficos RCA: 50 anos e além - ações integradas museu, escola e universidade

Célia Matsunaga, Marisa Cobbe Maass

A proposta deste artigo é relatar a experiência acadêmica interdisciplinar que envolveu alunos do curso de design, comunicação, arte e museologia da Universidade de Brasília, como interlocutores em um processo de mediação da exposição GráficosRCA: 50 anos e além em diálogo com alunos da rede pública do Distrito Federal. No programa educativo do Museu da República foram desenvolvidas atividades de design gráfico, com mediadores matriculados na disciplina EDD - Design, Educação e Mediação, do Departamento de Desenho Industrial, criada especialmente para atender à demanda desse evento GráficosRCA.

83

palavras-chave: design gráfico, museu, escola, universidade

GraphicsRCA: 50 years and beyond - integrating museum, school and university actions

The purpose of this paper is to report the interdisciplinary academic experience involving students from courses in design, communication, art and museology from the University of Brasília, as partners in a mediation process of the exhibition GraphicsRCA: 50 years and beyond and in dialogue with students from public schools in the Federal District. In the educational program of the National Museum of the Republic, graphic design activities were developed, with mediators enrolled in the EDD course - Design, Education and Mediation – from the Industrial Design Department, specially created to meet the demand of this GraphicsRCA event.

Keywords: graphic design, museum, school, university

Introdução

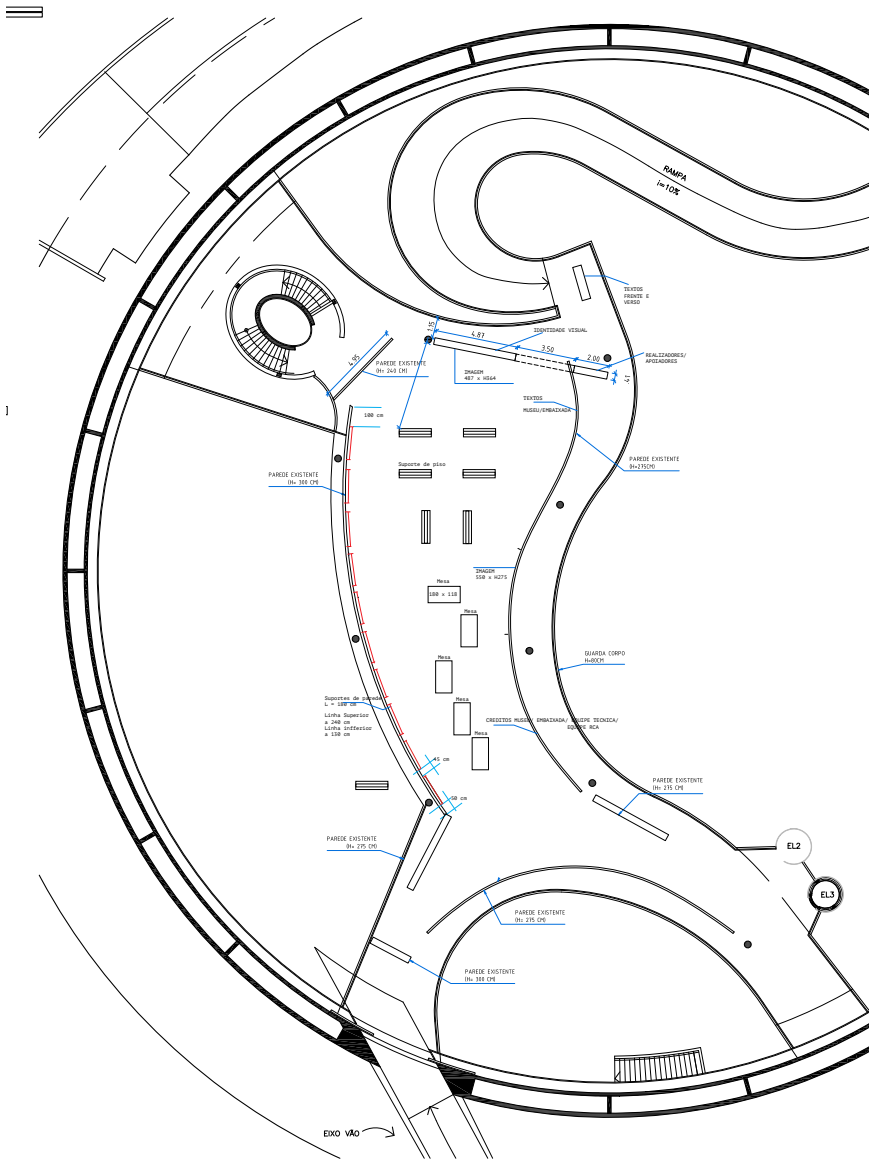
A proposta deste artigo é relatar a experiência acadêmica interdisciplinar que envolveu alunos do curso de design, comunicação, arte e museologia da Universidade de Brasília, como interlocutores em um processo de mediação da exposição GráficosRCA: 50 anos e além em diálogo com alunos da rede pública do Distrito Federal.

A exposição fez um passeio pelo design gráfico inglês associado à escola Royal College of Arts, de Londres, trazendo obras elaboradas por alunos e ex-alunos. O período abarcado pelos curadores Richard Doust, Teal Triggs, Adrian Shaughnessy e Jeff Willis, professores da RCA, foi o dos últimos cinquenta anos. A produção local ficou a cargo da Universidade de Brasília, na ocasião do VII Congresso Internacional de design da Informação – CIDI.

Gráficos RCA: 50 anos e além apresentou obras de designers gráficos ingleses, europeus e também originários de diferentes países, produzidos desde o período de sua fundação em 1948 até os dias atuais. A mostra trouxe cartazes, livros, catálogos e fotos e a oportunidade de testemunhar a produção de designers como John Pasche, Jonathan Barnbrook, Ray Gregory, Mark Lazenby, Karin Von Ompteda entre tantos.

A vinda desta exposição a Brasília, aproximou o design gráfico inglês à arquitetura moderna brasileira. Ser exposta no Museu Nacional do Conjunto Cultural da República contribuiu com a reflexão sobre a arquitetura moderna, o espaço museológico e o design gráfico, principalmente dos anos 60-70, período coincidente da fundação de Brasília e origem do curso de design gráfico da RCA. A delicadeza e as sinuosas curvas desenhadas por Oscar Niemeyer proporcionou seguidas reflexões sobre o diálogo que se estabelece entre o espaço museológico e as obras gráficas.

Em paralelo às análises e estudos da composição do espaço do museu, traçou-se o plano estratégico de realização da mostra. Esse plano foi dividido em cinco fases distintas, sendo que a primeira fase foram feitas: a captação de recursos; solicitação de apoio institucional e de empresas privadas; apoio logístico para transporte das obras (da Inglaterra para o Brasil – do Brasil para Inglaterra); desembarço alfandegário no Brasil; recebimento das obras no Museu da República. A segunda foi: traçado o plano executivo de montagem da exposição da galeria. A terceira foi: a organização das atividades paralelas, exposição, palestras e workshop. Na quarta: criação do material impresso; divulgação nas redes sociais (website; facebook); organização da solenidade de abertura da mostra. Na quinta e última fase: criação do projeto educativo que ocorreria durante todo o período de realização da exposição. Neste artigo, trataremos especificamente da quinta fase, o Programa Educativo.



PLANTA GERAL
ESC: 1:200

MUSEU NACIONAL - BRASÍLIA

EXPOGRAFIA: CELIA MATSUNAGA E MARISA M.
ASSISTENTES: IVAN SASHA E VANESSA ARAG.

Figura 1. Expografia: Célia Matsunaga e Marisa Maass

EDD - Estudos Dirigidos em Design Educação

No programa educativo do Museu da República foram desenvolvidas atividades de design gráfico para alunos da Rede Pública do DF. Os mediadores foram alunos matriculados na disciplina Design, Educação e Mediação, do Departamento de Desenho Industrial, criada especialmente para atender à demanda desse evento Gráficos RCA. Foram matriculados alunos do curso de Design, da Faculdade de Comunicação, do Instituto de Artes e da Museologia.

A disciplina de dois créditos foi criada para reunir uma equipe de estudantes que tivesse interesse em aprender a elaborar o projeto educativo e executar a mediação dentro do museu. O objetivo principal foi o de apoiar a ação educativa relacionada à exposição. A disciplina foi desenvolvida às sextas-feiras, um encontro semanal, de 14h às 16h. Apenas o primeiro dia letivo aconteceu no departamento de Design, as demais aulas ocorreram nos espaços internos do Museu Nacional.

A ementa da disciplina deixava claro que tratava-se de conhecer as noções básicas sobre o processo de educação por meio do design. Além disso, compreender o conceito e a relação design gráfico-museu. O ponto alto da proposta era desenvolver um projeto de mediação lúdico/poético/pedagógico por meio de atividades criativas que utilizassem elementos de Design gráfico tais como: tipografia, forma, cor, imagem, para alunos da Rede Pública do DF.

O programa

Dada a oportunidade da vinda da exposição “GráficosRCA: 50 Anos e Além”, a disciplina propôs dois tipos de atividades práticas aos estudantes, supervisionados pelas professoras:

- a. Elaboração de um módulo educativo para alunos do Ensino Fundamental e Médio do DF que dialogasse com as obras expostas, relacionando o design gráfico com a educação, tendo os estudantes como mediadores.
- b. Atuação como mediadores da exposição de design gráfico.

Os alunos tiveram a oportunidade de criar e aplicar as propostas no decorrer do evento, realizado no mês de setembro de 2015. Ao final das atividades houve uma rodada de avaliação e reflexões a partir de textos sugeridos. Foram aulas expositivos, exercícios práticos, planejamento e desenvolvimento de projeto e uma avaliação final.

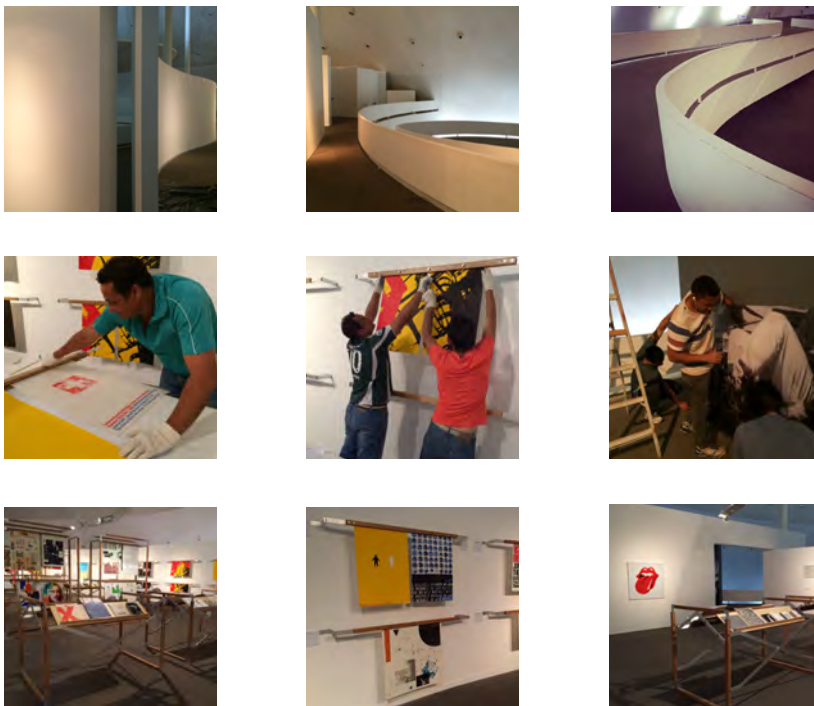


Figura 2. Montagem da exposição GráficosRCA: 50 Anos e Além. Museu Nacional - Mezanino. Brasília.

Sobre a disciplina

A criação da disciplina foi importante pois formalizou a atividade e a intenção de oferecer nos cursos de Design e Comunicação, principalmente, atividades ligadas a museus e exposições.

Os encontros tiveram início na primeira semana do segundo semestre letivo de 2015, com o desafio de criar o programa educativo e organizar e treinar a equipe de mediadores para atuarem durante o período da exposição. A quantidade de alunos matriculados foi de 24. Na apresentação de cada um, no primeiro dia de aula, o aluno Wandré da Costa Silva, do curso de Artes Visuais demonstrou conhecimentos como mediador em exposições e também características de liderança. Por este motivo, foi sugerido que ele coordenasse o grupo, com a tarefa de organizar as escalas e dialogar com a turma no dia a dia.

A decisão foi muito acertada, o aluno Wandré foi nomeado coordenador da equipe de mediação. Com sua vasta experiência na área, trabalhando já há algum tempo no programa educativo da Caixa Cultural, Wandré foi peça fundamental nas discussões sobre o espaço da galeria, sobre as obras, além de orientar os colegas quanto a importância na atenção aos visitantes.

Além da coordenação de Wandré, foi reunida uma equipe muito pró-ativa composta por: Ivan Sasha, Letícia Correia, Vanessa Aragão, Giulia Terraza, Pedro Vizioli, Fernanda Lima, Marcela Miguel, Daniel Batista, Nathalia Gomes, Rebeca Hadassa, Ana Claudia Mascarenhas, Gabriel Santos, João Pedro Oliveira, João Pedro, Maria Luiza Munhoz, Sarah Ferreira, Sofia Tombini, Elisa Chiarello, Maya Macário, Vivien Luduvici, Leilane Santos, Wednes Marcellus e Thalia Duarte.



Figura 3. EDD Design, Educação e Mediação. Aulas no Museu Nacional.



Figura 4. Programa Educativo com os mediadores. Museu Nacional. Brasília.

A turma foi dividida em 4 grupos para começar a elaboração das propostas de ação educativa. Na segunda semana o local da aula foi alterado para as dependências do Museu Nacional, com a intenção de iniciar uma imersão no ambiente do museu. Dois grupos trouxeram propostas bem estruturadas que foram apresentadas à turma para discussão e uma delas foi eleita para ser desenvolvida em conjunto por toda a turma. A partir daí foram feitos orçamentos para verificar a viabilidade financeira da ação educativa, a saber oficinas de experimentações artísticas para os alunos da Rede Pública.

Foi decidido pelo grupo que a mediação e o Programa Educativo da exposição ficaria com três mediadores por turno (manhã e tarde) durante os 22 dias em que a exposição ficou em cartaz. As propostas dos grupos de alunos para as oficinas foram adaptadas para a

situação de carência de recursos financeiros. Os mediadores trabalharam voluntariamente, e não receberam qualquer ajuda de custo ou bolsa. O material de consumo de artes (papéis coloridos, lápis, giz de cera, canetas hidrográficas coloridas, cola) e material para a montagem do local da atividade foi doado. Os monitores também doaram materiais. Tendo sido superadas as dificuldades iniciais, foram oferecidas atividades de experimentação artística no modelo “oficina” para os alunos de escolas da rede pública que se inscreveram na secretaria do Museu da República. As oficinas foram divulgadas por e-mail para todas as escolas de Ensino Médio do DF. Os alunos do Mestrado profissional em Artes da UnB, também professores da Rede Pública do DF, foram envolvidos nas ações de divulgação, levando as informações para suas escolas.

As atividades de mediação transcorreram satisfatoriamente, e foram uma grande experiência para todos os envolvidos. Os alunos relataram os ganhos pessoais e acadêmicos que obtiveram com a imersão no “mundo do museu”.

O depoimento da aluna mostra o interesse de crianças de Ensino Fundamental:

“Cheguei aqui às 14h20 para a reunião, fiz a visita ao museu com a museóloga. Mais a tarde, por volta das 15h30 ou 16h00, chegaram várias turmas do Colégio Arvense, faixa etária de 6 a 8 anos. As crianças mais novinhas se interessaram mais por cartazes com elementos que conheciam, como o do livro e o da Bela e a Fera e cadernos/ livros mais interativos. Os mais velhos se interessaram pelo símbolo dos Rolling Stones. Todas as turmas foram de público espontâneo”.
Ana Cláudia Mascarenhas

Considerações finais

Podemos concluir, avaliando esta experiência, que os alunos de Design e Comunicação, apesar do interesse na atividade de mediação, demonstraram pouca experiência no que diz respeito ao universo do museu e das exposições. A presença de alunos de Artes Visuais e Museologia, foi de grande valia para o grupo, pois estes se mostraram mais à vontade e contribuíram com seus conhecimentos.

A imersão no ambiente do museu foi uma experiência estética em si, que somada ao valor compositivo de obras de design gráfico de excelência, e o profissionalismo da montagem,

com suportes feitos sob medida para o evento enviados a Brasília trouxeram uma ampliação no repertório de design para todos os estudantes envolvidos.

A oportunidade de dialogar com alunos de outras instituições na qualidade de participantes do evento também agregou ao aprendizado questões subjetivas e relativas a responsabilidade e atitude. A riqueza da interdisciplinaridade comparece com toda intensidade na complexidade do evento com suas múltiplas faces e aprendizados práticos tanto no âmbito das técnicas quanto históricos, pedagógicos e afetivos.

Referências

- BARBOSA, A.M., CUNHA, F., org. Abordagem triangular no ensino das artes e culturas visuais. São Paulo: Cortez, 2010.
- DEWEY, J. Art as experience. New York: The Berkley Publishin Group, 2005
- MUNARI, B. Artista e designer. Lisboa: Edições 70, 2001.
- SALES, Evandro. Arte para crianças: uma exposição da arte contemporânea para o público infantil. Espírito Santo: Museu Vale do Rio Doce.
- _____. A imagem no ensino da arte: anos 1980 e novos tempos. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- _____. John Dewey e o ensino da arte no Brasil. São Paulo: Cortez, 2008.
- _____., ORG. Inquietações e mudanças no ensino da arte. São Paulo: Cortez, 2008.
- _____., ORG. Arte-educação : leitura no subsolo. São Paulo: Cortez, 2008.
- Site: www.mec.gov.br

Sobre as autoras

Célia Matsunaga. Professora da Faculdade de Comunicação/UnB. Doutora em Arte e Tecnologia pelo Instituto de Artes/UnB. Mestre pelo Royal College of Art, Londres, Inglaterra em “Communication Design” (1998). Trabalhos apresentados em diferentes países tais como: “Degree Show” Royal College of Art, Londres, Inglaterra (1998); “Livro Escultura” Home From Home Gallery - Munique, Alemanha (2007); Fail. Again! Berlim, Alemanha (2013); Obranome: Antologia da Poesia Visual - Ano do Brasil em Portugal (2013); “The New Show” na Parsons The New School for Design, Nova York, USA (2013); Museu Nacional da República, Brasília Brasil. Prêmio “RedDot Design Award” (Editorial) Red Dot Design Museum - Essen, Alemanha (2010). Prêmio CLAP 2013 - Projeto editorial, Madri, Espanha (2013). Pesquisador Visitante pelo Programa Ciência Sem Fronteiras/CNPq na Parsons The New School for Design, Nova York (2013). Livro Arte apresentado no The New York Book Art Fair - MoMA, setembro 2014. Prêmio CLAP 2015 – Projeto editorial, Barcelona, Espanha (2015).

celiamh@gmail.com

Marisa Cobbe Maass. Doutora, Universidade de Brasília. É graduada em Arquitetura e Urbanismo (1988) e doutora em Teoria, História e Crítica, com estágio sanduíche na Université de Paris 1 - Sorbonne (2011). Tem se dedicado principalmente às seguintes temáticas: Design Educação; Teoria, crítica e história do Design; Estética aplicada ao Design.

mmaass@unb.br

Radare de Design:

7º Congresso Internacional de Design da Informação (CIDI 2015) Brasília, de 2 a 5 de setembro de 2015

Virgínia Tiradentes Souto

Breve descrição com os principais destaques do 7º Congresso Internacional de Design da Informação – CIDI 2015, que aconteceu em Brasília, entre os dias 2 e 5 de setembro de 2015.

Palavras-chave: Congresso, Design da Informação, Brasília, SBDI

93

Design Radar:

VII Information Design International Conference (CIDI 2015), Brasília, 2 - 5 September 2015

Short description of the main highlights of the 7th International Conference of Information Design - CIDI in 2015, held in Brasilia, between 2 and 5 September 2015.

Keywords: Conference, Information Design, Brasília, SBDI

Brasília recebeu pela primeira vez o Congresso Internacional de Design da Informação (CIDI), entre os dias 2 e 5 de setembro de 2015. Esta sétima edição do evento foi organizada pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade de Brasília (PPG Design UnB) em conjunto com a Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI).

O CIDI é um evento de caráter científico, com periodicidade bienal, e objetiva a discussão e reflexão sobre o design da informação no Brasil e em âmbito internacional. Único evento científico na área de design da informação no país e América Latina congrega pesquisadores, profissionais, docentes e estudantes para discutir produção acadêmico-científica em âmbito nacional e internacional. Desde sua primeira edição, o CIDI apresenta cinco eixos temáticos para submissão e apresentação de trabalhos: comunicação, educação, sociedade, tecnologia e teoria e história.

O evento é realizado pela Sociedade Brasileira de Design de Informação (SBDI), desde 2003, e engloba também o Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação (CONGIC), voltado para estudantes e recém-formados que tenham desenvolvido trabalhos de pesquisa em design de informação durante o curso de graduação como iniciação científica e tecnológica.

Esta edição foi marcada pela participação de um grande público interessado em Design da Informação. O evento ocorreu principalmente no Centro Cultural Banco do Brasil, mas também na Universidade de Brasília e no Museu da República. Além dos quase 300 inscritos no congresso, o evento atraiu mais de 4000 pessoas no Centro Cultural Banco do Brasil, durante os 4 dias de evento; e em torno de 18.000 pessoas na exposição “50 Anos do Design Gráfico – Royal College of Art” no Museu da República, durante o mês de setembro. Tivemos representantes de 7 nacionalidades e 17 estados brasileiros, além de brasileiros residentes no exterior.

O evento contou com quatro apresentações de palestrantes convidados, seis sessões paralelas para o CIDI - sendo apresentados um total de aproximadamente 90 artigos, três sessões paralelas para o CONGIC - sendo apresentados um total de aproximadamente 30 artigos, aproximadamente 80 pôsteres (CIDI e CONGIC), quatro apresentações de cases profissionais, quatro workshops, lançamento de livros, cerimônias de abertura e fechamento, reuniões e assembleia da SBDI, e duas exposições. A seleção dos artigos apresentados foi feita por uma equipe de pesquisadores, em sua grande maioria, doutores de diversas universidades brasileiras e também estrangeiras.

Quatro conferencistas convidados de renome nacional e internacional na área de Design da Informação tiveram presentes no CIDI, sendo eles: Dra. Teal Triggs - Decana Associada da Faculdade de Comunicação, da Royal College of Art, em Londres; Dr. Marcos Braga - professor do Departamento de História da Arquitetura e Estética do Projeto da FAU USP; Bernard Darras - professor titular de semiótica e de metodologia de pesquisa na Universidade de Paris 1 Panthéon-Sorbonne, em Paris; e Dra. Fernanda B. Viégas - co-líder da “Big Picture”, grupo de pesquisa do Google em Boston.

Importante também destacar a apresentação dos cases profissionais por integrantes: da IBM Research Brazil, do Venturus Centro de Inovação Tecnológica, da Motorola, e da Universidade Federal do Paraná.

Além dos cases profissionais, uma outra oportunidade de troca profissional e de ensino ocorreu nos workshops oferecidos sobre: cartaz, tipografia, infografia, caligrafia e wayfinding.

Durante o evento também houve um momento de integração bastante interessante com um outro evento de Design da Informação: o Vision Plus organizado pela International Institute for Information Design – IIID, que aconteceu simultaneamente ao CIDI, na Inglaterra.

Por fim, destaque para as exposições organizadas com a ajuda do CIDI 2015: a exposição “Quadrado Design” com os trabalhos de designers de Brasília, e a mostra “50 Anos do Design Gráfico – Royal College of Art” com os trabalhos originais dos alunos do Royal College of Art (RCA) de coleções e arquivos especiais.

O resultado do CIDI 2015 pode ser conferido por suas publicações. Foram publicados: o Research abstracts of the 7th Information Design International Conference - livro com os resumos dos artigos, os anais do congresso pela Editora Blucher, artigos selecionados na revista InfoDesign, e ainda será publicado o livro Selected Readings of the 7th Information Design International Conference.

O CIDI 2015 foi um excelente fórum de discussão e reflexão sobre o design da informação no Brasil e em âmbito internacional. Foi um prazer receber este congresso em Brasília, e esperamos receber este e outros eventos de Design.

Referências

SBDI

<http://sbdi.inlabmidia.com/>

PPG Design UnB

<http://www.design.unb.br/>

Quadrado Design

<http://cargocollective.com/quadradohodesign>

Graphics RCA

<http://graphicsrca.tumblr.com/>

InfoDesign – Revista Brasileira de Design da Informação

<https://www.infodesign.org.br/infodesign/issue/view/32>

Anais do 7º Congresso Internacional de Design da Informação

<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-list/cidi2015-255/list/development#articles>

Site do CIDI 2015

<http://www.cidi2015.org/>

Sobre a autora

Virgínia Tiradentes Souto. PhD, Universidade de Brasília. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Design da UnB, é também membro do Departamento de Desenho Industrial e do Programa de Pós-Graduação em Arte, ambos da UnB. Tem mestrado e doutorado em Tipografia e Comunicação Gráfica pela Universidade de Reading, Inglaterra. Suas principais áreas de pesquisa são: Design de Informação e Design de Mídias Digitais. Foi presidente da organização, junto com Cristina Portugal, do CIDI 2015.

v.tiradentes@gmail.com

