

‘TRABALHAR COM, NÃO TRABALHAR PARA’ – ENSINO DE METODOLOGIA PARTICIPATIVA EM DESIGN NO ESTÁGIO DOCÊNCIA

Gustavo Cossio
Mestrando em Design; Bolsita CAPES;
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Programa de Pós-graduação em Design – PGDesign/UFRGS
E-mail: dsgcossio@gmail.com

Resumo

Este texto trata de uma vivência nas turmas de Metodologia de Projeto dos cursos de graduação em Design Visual e Design do Produto da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, que teve como tópico de estudo a abordagem participativa para o desenvolvimento de projetos. São feitos apontamentos sobre o plano de ensino, a proposta de pauta, o planejamento de aulas expositivas e as leituras dirigidas.

Palavras-chave: ensino do design; estágio docência; metodologia participativa.

Introdução

Após quatro semanas de preparação, junto aos professores Régio Pierre da Silva e Tânia Koltermann da Silva, responsáveis pela disciplina DM0038 – Estágio Docência, do Programa de Pós-graduação em Design, as atividades foram iniciadas nos cursos de graduação em Design Visual e Design do Produto da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. O estagiário participou na disciplina de em Metodologia de Projeto – Turma A, que ocorreu em 2010/I nas terças e quintas-feiras, das 14h30 às 16h10, e Turma B, das 16h30 às 18h10, na sala 412 da Faculdade de Arquitetura, sob responsabilidade do professor Júlio Carlos de Souza van der Linden.

A participação do estagiário na Turma A começou no mês de abril de 2010. Até a semana acadêmica dos cursos de Design no final de maio, portou-se como debatedor, no sentido de sentar com os alunos para assistir às aulas e, ocasionalmente, contribuir com as discussões. Nas semanas seguintes, ministrou aulas expositivas e assessorou os estudantes no trabalho final da disciplina.

Metodologia

De acordo com a súmula, a disciplina abarca:

Conhecimento das estruturas analíticas e sistêmicas do processo projetual: conscientização da necessidade de identificar e priorizar as necessidades dos usuários; de reconhecer as influências do contexto na determinação do programa de necessidades; de identificar os elementos componentes do objeto a ser projetado para que se estabeleça uma dialética entre o tecnológico, o funcional e o formal na configuração das propostas. Estudo analítico da metodologia projetual. A sistemática do projeto para o desenvolvimento de produtos manufaturados, visuais e gráfico-digitais. As fases de desenvolvimento de projeto voltado à criação e produção: o diagnóstico do contexto e a conceituação de projeto; as categorias de projeto; o planejamento geral; a formulação dos requisitos do programa de necessidades; o ante-projeto; a formulação de alternativas; os critérios para seleção das alternativas; a seleção da alternativa; o desenvolvimento do projeto; o detalhamento; o projeto final. As inter-relações produto/indústria/mercado e designer/cliente/consumidor.¹

Em suas aulas, o estagiário abordou o tópico da Metodologia Participativa. Também denominada ‘design colaborativo’ ou ‘co-design’, tem por premissa envolver o cliente ou usuário nas fases de projeto, especialmente em etapas cruciais como formatação do *briefing*² e testes. Para uma introdução ao tema em 17 de junho, o estagiário apresentou algumas telas com citações de designers que se posicionavam de maneira controversa à colaboração das pessoas durante a projeção. Além de provocar, com essa apresentação foi oportunizada uma reflexão sobre o pensamento sistêmico e a importância da consciência sobre o fato de vivermos em rede na contemporaneidade.

¹ Extraído de <www.ufrgs.br> em 28 de junho de 2010.

² Documento com informações para o desenvolvimento de projetos. Ver STRUNK, G. *Viver de Design*. Rio de Janeiro: 2AB, 1992.

Foi apresentada a tese de Lígia Fascioni (2006), que estabelece parâmetros para análise da identidade de empresas, com a realização de um *workshop* juntamente com diretores e funcionários. Para exemplificar, o estagiário apresentou sua monografia, intitulada *Gestão da Identidade Corporativa do Escritório de Design* (2006), experimento no qual aplicou o método da autora para o redesign de uma marca e sua aplicação no ambiente da empresa³.

Além disso, a leitura dirigida para esta aula se deu pela disponibilização prévia no sistema Hyper CAL⁴ de artigo de autoria do estagiário, intitulado *Análise de metodologias aplicadas no redesign: uma questão de identidade*. O texto resume a monografia e trata dos resultados alcançados, publicado no 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, em 2007.

Para encerrar a aula, o estagiário docente convidou os alunos a refletir sobre os pontos positivos e negativos do método apresentado, com a finalidade de exercitar a capacidade crítica. Foi montada uma tabela no quadro, preenchida com os apontamentos dos discentes. Os principais pontos negativos foram referentes ao tempo demandado em reuniões e possível resistência por alguns elementos da empresa. O ponto positivo destacado referiu-se ao contato próximo com o cliente, tendo em vista o levantamento de informações com base na realidade da organização, para o desenvolvimento do projeto. Os alunos mostraram-se interessados pelo projeto comentado, ainda mais pela sua característica não-usual de atender um cliente-designer. Fizeram perguntas, e a aluna Natália indagou sobre ‘quem trabalha com etnografia no design’⁵.

Na aula seguinte, em 22 de junho, o estagiário iniciou sua fala com a divulgação dos eventos no campo do design que ocorreriam entre julho e dezembro de 2010. A ideia era incentivar os alunos a participarem de encontros de estudantes e palestras, de modo a trocar experiências com colegas de outras universidades e, acima de tudo, refletirem sobre design. Ao mesmo tempo, constituiu um ‘aquecimento’ para então prosseguir com o conteúdo.

O tópico ‘Metodologia Participativa’ foi abordado, naquela ocasião, pelo viés do design social, cujas ações tem levado o método a cabo. Para tanto, primeiramente o estagiário discorreu sobre o conceito e alternativas de design que não priorizam o mercado, mas sim a inclusão e o desenvolvimento sócio-cultural. Foi elaborada uma apresentação em formato .pdf que resumia o tema, tomando como exemplos os casos *Ver as Ervas*, de Fernanda Martins (2009), e *The Moonlight*, de Jan Carel Dhiel (2009).

Os textos foram disponibilizados previamente no ambiente virtual Hyper CAL. Na apresentação, os casos foram vistos detalhadamente do ponto de vista da metodologia de projeto participativa. A preocupação era mostrar como as ações foram realizadas, e quais as transformações que provocaram. Os alunos contribuíram ativamente com perguntas e opiniões.

Para encerrar com uma vivência em metodologia participativa, foi proposta uma atividade em grupo, na qual uma técnica de *brainstorm*⁶, já estudada e apresentada em aula pelos grupos de alunos foi empregada. A técnica escolhida foi o 635⁷. Uma vez que um dos trabalhos finais da disciplina constituía na diagramação de um texto de apresentação para designers do livro *O Discurso do Método*, de René Descartes, os grupos deveriam, através da técnica, elencar atributos de modo a constituir banco de idéias para o desenvolvimento do trabalho.



Fig. 1 – Atividade dos alunos. Fonte: Banco de imagens do autor.

³ Para a realização do trabalho, que tratou de um projeto de redesign de identidade visual e aplicação no ambiente de um escritório de design, o método *Gestão da Identidade Corporativa (GIIC)*, proposto por Fascioni (2006) foi articulado com o de STRUNCK, G. *Como construir identidades visuais para marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

⁴ Sistema de comunicação *online* entre alunos e professores.

⁵ Foi-lhe indicado o texto de CASTRO, J & MENEZES, M. Design e Etnografia: o diálogo possível. In: *Anais do 7º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design – P&D Design*. Curitiba: AEND-BR, 2006.

⁶ Técnicas de geração de idéias.

⁷ 6 pessoas, 5 desenhos e 3 minutos, embora a técnica possa ser adaptada.

Resultados e Discussão

Em ambas as turmas, os alunos relataram que a atividade auxiliou no sentido de gerar alternativas ao projeto. Na Turma B, no entanto, um aluno queixou-se, argumentando que o público tratado – designers – era muito amplo. Coube ao professor responsável conduzir a resposta.

Ficou notável a complexidade de alternativas em design social e sua viabilidade, sendo que alguns alunos demonstraram certa resistência. Pondera-se que a dificuldade em vislumbrar um design socialmente orientado se deve ainda a imaturidade profissional dos estudantes, de primeiro e segundo semestres – o que pode ser considerado natural. Além disso, vale mencionar uma cultura de design que prioriza o mercado, arraigada à atuação profissional e ao espírito discente.

Juntamente com o professor responsável, foi argumentado sobre um novo conjunto de valores serem necessários ao designer, dado o cenário no qual atua. Além disso, pontuou-se que design social é uma questão de ética profissional. Essa tentativa tentou deixar claro dois aspectos: a) design social não é caridade; b) não necessita ser concebido como ‘bandeira’, mas como uma alternativa de atuação. Em outras palavras, o mercado não é o único fim do trabalho do designer. O profissional ético deve estar atento a possibilidades de atuação voltadas para a inclusão e o desenvolvimento social, no projeto de produtos e aperfeiçoamento de sistemas para comunidades vulneráveis, crianças, idosos, hospitalizados e portadores de necessidades especiais, além de promover valores culturais e ambientais.

Whiteley (1998) define o profissional com estas preocupações como “designer valorizado”, já que possui uma visão crítica dos valores que fundamentam o design, sendo ainda um profissional audaz e corajoso: disposto a defender ideais sociais e culturais mais elevados do que o consumismo em curto prazo, com sua bagagem obrigatória de degradação ambiental. Portanto, o “designer valorizado” deve enxergar no design o potencial de contribuir para uma qualidade de vida melhor e mais sustentável, e neste sentido este profissional teria melhor consciência de seu próprio valor.

Conclusões

Esta consciência sobre o próprio valor foi oportunizada nessa vivência como estagiário docente. Através de uma das atividades mais nobres e humanas – a educação – pôde-se efetuar uma troca. Enquanto os estudantes ouviam ideias novas e diferentes, o estagiário teve a chance de juntamente refletir sobre os desafios do design contemporâneo, entre os quais se destaca a colaboração com o sistema-cliente.

Agradecimentos

Aos professores e alunos dos cursos de graduação e pós-graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul;

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES.

Referências

COSSIO, G. *Gestão da Identidade Corporativa do Escritório de Design*. 2006. 155f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Design) – Universidade Luterana do Brasil, Canoas, 2006.

CURTIS, M. C. & COSSIO, G. Análise de Metodologias Aplicadas ao Redesign: Uma Questão de Identidade. In: 4º CIPED. Rio de Janeiro: 11 a 13 de Outubro de 2007. *Anais do IV Congresso Internacional de Pesquisa em Design*. Rio de Janeiro: ANPEDesign, 2007.

DHIEL, J. C. Designing sustainable solutions for the ‘Base-of-the Pyramid’. In: *Anais do II Simpósio Internacional de Design Sustentável*. UAM: 2009.

FASCIONI, L. *Quem Sua Empresa Pensa Que É?* Florianópolis: Ciência Moderna, 2006.

MARTINS, F. & SILVA, S. Identidade & Sustentabilidade: a abordagem participativa em design como ferramenta de reflexão sobre a Identidade de associações de base comunitária. In: *Anais do II Simpósio Brasileiro de Design Sustentável*. UAM: 2009.

WHITELEY, N. *O designer valorizado*. In: Revista Arcos, volume 1, número único, 1998.