

Design, Identidade e Território: uma proposta de ensino.

Rosilene Conceição Maciel;
Ana Carolina Godinho de Lacerda;
Letícia Hilário Guimarães.

Resumo:

Este artigo aborda a temática do ensino em Design, com base na disciplina optativa "Design, Identidade e Território" ministrada na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG, demonstrando o papel do designer no mundo contemporâneo no que diz respeito ao reconhecimento e inclusão de contextos culturais, como forma de diferenciação de produtos, processos e/ou serviços. Para tanto, efetua o estudo dos conteúdos acerca da atuação do designer, dos fundamentos da identidade e do território. O método de investigação utilizado foi à análise do conteúdo ministrado e de um estudo de caso, baseado nos trabalhos práticos e teóricos da disciplina que busca por meio da interdisciplinaridade e da conexão entre teoria e mercado, a ampliação do espectro de ação do designer na promoção de estratégias para valorização de territórios e identidades locais.

Palavras-chave:

Design Dialógico; Território; Identidade; Ensino.

1. Introdução

Ainda que o nome “design” seja frequentemente relacionado à estética de produtos, o termo design como campo de conhecimento tem como finalidade promover o bem-estar social (VIANNA, et. al., 2012). Em um mundo cada vez mais globalizado, o valor local tende a ser dissolvido, sendo este um campo em potencial para o designer conhecer, aprender sobre os trabalhos desenvolvidos e sobre as raízes culturais. Com isso, possibilitar o fortalecimento e resgate das identidades além de imprimir nos produtos, processos e/ou serviços que representem a cultura local. O designer deve transcender as responsabilidades como projetista, alargando o foco do projeto, integrando as partes interessadas, valores, insumos e território, a fim de promover novos cenários por meio de conceitos, estratégias e ferramentas.

A disciplina optativa “Design, Identidade e Território”, ainda em curso, na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG foi pautada nesse entendimento e buscou sensibilizar os alunos da importância dessa temática. Essa matéria é aberta a todos os cursos de bacharelado em design - gráfico, de ambientes e de produto - e também aberto ao curso de licenciatura em Artes Visuais o que proporcionou durante o processo uma maior troca de conhecimentos, ideias e experiências. Permitiu uma aproximação dos discursos e pontos de vista dos alunos dos diferentes cursos e seus territórios muitas vezes tão distintos e isolados dentro da própria unidade. Esta é uma percepção interessante deles próprios, manifestada nos primeiros encontros. Segundo Fortes (2012), a interdisciplinaridade “não anula as disciplinas, mas pede que as mesmas dialoguem entre si numa perspectiva educacional em busca de inovação”.

Para conduzir os conteúdos da disciplina foi utilizada uma abordagem teórico-prática mesclando, principalmente, os conceitos de território, identidade e design com foco em inovação e fortalecimento de identidades locais. O objetivo principal da disciplina é que os alunos compreendam a relação design e território como elemento estratégico para aplicação em projetos inovadores de produtos, processos e/ou serviços. Nesse sentido, trabalhou-se ao longo de todo o processo o conceito de identidade como elemento de inovação baseado no entendimento de que a originalidade pode estar justamente na origem. Na identidade cultural. Ou seja, trabalhar a diferenciação em um mundo globalizado e já bastante padronizado, demanda esforços de reconhecimento do território e valorização de identidades locais, para produção autóctone que envolva o sentido de pertencimento.

Como objetivos específicos foram traçadas as seguintes diretrizes: analisar o papel do designer na sociedade; conhecer os fundamentos de território e de identidade; reconhecer o capital territorial como elemento estratégico em projetos inovadores e identitários de design; aplicar conceitos em projeto de design como estratégia para valorização de territórios e identidades locais.

Procurou-se mitigar na disciplina o que foi colocado por Bonsiepe (2012) em suas críticas ao ensino universitário: “A universidade proporciona hoje, ao estudante, a competência para escrever uma tese de PhD sobre natação, porém não lhe proporciona o know-how de nadar”. Nessa lógica foi adotada uma estratégia didática de trazer para a sala de aula várias aplicações práticas do conceito de território, tanto no meio acadêmico quanto no meio profissional. Todas as exposições teóricas trabalhadas em sala foram articuladas com estudos de casos trazidos pelos próprios alunos, pelas professoras e outros pelos palestrantes convidados. No mesmo sentido foi feita uma experiência de sair da sala de aula para uma visita técnica em um estabelecimento em que design, território e negócio foram conciliados com sucesso, sendo de tudo, e o mais importante, é que saiu de um estudo acadêmico desenvolvido desde o curso de graduação, passando pelo mestrado e agora em desenvolvimento no doutorado. Esta junção, de estudo teórico aplicado com resultados positivos na prática, foi tomada como uma referência de empreendimento pensado e planejando ainda no contexto da sala de aula. O trabalho final da disciplina construído de forma aberta, flexível e colaborativa, foi parte crucial desse modo didático, ao instigar os alunos a transformarem em ação os conteúdos tratados.

Nesse trabalho serão apresentados os aspectos básicos que nortearam essas atividades por meio de uma metodologia qualitativa de natureza aplicada. Tem-se como objetivo compartilhar a experiência da sala de aula e colocá-la em discussão para possíveis ajustes ou melhorias na proposta didática, na organização do conteúdo e/ou na abordagem dos temas propostos. Importante ainda destacar que a disciplina foi aberta a sugestões dos alunos, construída de forma conjunta. Os trabalhos

propostos a partir de diretrizes flexíveis de forma aberta à imaginação e colaboração dos alunos. Uma forma envolvente de estabelecer uma parceria na construção de conhecimentos.

2. Literatura

As sociedades estão cada vez mais dependentes economicamente de sua produção cultural e criativa, o que torna as identidades dos territórios fontes cruciais de distinção e originalidade, dentro da linguagem e do contexto do mundo globalizado (GANEM, 2016). Nesse sentido, foi colocada em pauta durante as aulas a importância de se identificar ferramentas do design para se alcançar isso, como, por exemplo, o design dialógico. Essa estratégia projetual será detalhada mais adiante para maior entendimento e aproximação do conteúdo ministrado durante a disciplina, que possibilitou que os alunos percebessem o papel do designer para além do “desenho” de um projeto. E para além do produto e do mercado.

O design dialógico, defendido pela designer e pesquisadora Márcia Ganem (2016), é uma ação projetual que tem como objetivo associar a inovação e a criatividade do design à identidade local de uma determinada comunidade, de forma coletiva e cooperativa, para geração de produtos, processos, serviços e ou conexões em prol do desenvolvimento sustentável de territórios. As diferenças entre esses atores, designers e comunidades, são os maiores estímulos do processo, devido à riqueza e pluralidade de conteúdos. Não existe relação entre pessoa e objeto e sim entre pessoas, em processos de trocas de saberes, conteúdos e experiências, que se enriquecem em suas divergências, de forma complementar e sinérgica, com o objetivo de dinamização mútua de suas realidades. O processo é conduzido pelo reconhecimento e potencialização dessas identidades.

Para alcançar este objetivo, a estratégia, que diz respeito à importância de respeitar nossos patrimônios culturais sem ter medo de inovar, é pautada em quatro dimensões: ambiental (utilização e valorização de recursos locais); social (valorização/reconhecimento dos atores, da cultura e identidade local); econômica (dinamização de atividades econômicas com caráter inovador e sustentável, norteados pelos princípios da economia plural); inteligência coletiva (construção de parcerias voltadas para uma pauta comum, no que diz respeito ao desenvolvimento socioambiental e cultural do local, proporcionando diálogo entre a comunidade, entidades públicas, privadas e terceiro setor).

As bases do design dialógico, conforme Ganem (2016) são: o fortalecimento da colaboração entre as partes, por meio da confiança e do entendimento que todos ganham com o processo; o desenvolvimento e difusão da autonomia, compreendida como a capacidade para criar, inovar e administrar produtos, processos, serviços e conexões; o reconhecimento e a disseminação do repertório intelectual individual e coletivo; visão polifocal de resultados (ampliação do espectro do produto para outras áreas como, por exemplo, turismo, moda, decoração, gastronomia, entre outras).

É importante refletir sobre os conceitos enfatizados, principalmente com relação às definições de cultura, identidade e território. A cultura é uma grande “teia de significados” (GEERTZ, 1989), tecida pelos próprios homens, de forma a somar os seus conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes, capacidades e hábitos como membros de uma sociedade em um determinado espaço (LARAIA, 2006).

Um grupo cultural se expressa diante de estímulos externos, diferenciando-se de outros. Essa excreção é a manifestação de sua identidade, dos traços distintos que possibilitam o reconhecimento e a diferenciação diante de situação concreta num momento específico. A identidade se fundamenta na cultura, mas não é a cultura. A cultura é inerente a um grupo; a identidade se manifesta como ação social e coletiva concreta frente a outro(s). A cultura une um grupo; a identidade o deferência de outro. (PERICO, 2009, p. 63).

A identidade, conceito altamente complexo, não é caracterizada apenas pelo contexto sociocultural ao qual uma comunidade foi submetida, mas também pelas formas de apropriação do espaço e seu processo de produção (JUNIOR E VARGAS, 2006). Embora seja um conceito amplamente discutido nos últimos anos, encontra-se ainda bastante divergente. Tomamos o conceito de Stuart Hall (2006) em que as identidades são muitas e mutantes. Para Hall, a identidade não pode ser vista como uma forma fixa, enraizada e definitiva. Ao contrário, é múltipla e dinâmica no espaço e

no tempo. Procurou-se trabalhar o conceito de identidade associado ao território e à cultura. Dentre as referências, optou-se pelos livros “Cadernos de Estudos Avançados em Design : Identidade” e “Design e Cultura” em que os autores dialogam com os estudiosos de forma mais acessível aos alunos de graduação considerando que uma disciplina optativa pode receber alunos de períodos iniciais e também em fase conclusão de curso. Nesse sentido, houve uma preocupação com a densidade dos textos para estudo e seminários em sala.

A abordagem sobre os conceitos de território foram baseadas em dois livros principais, o “Design Dialógico: gestão criativa, inovação e tradição” da autora Márcia Ganem, e “Design e Território: valorização de identidades e produtos locais” de Lia Krucken. Krucken foi uma das primeiras referências em publicações nacionais sobre o assunto e seu trabalho contribuiu significativamente para o entendimento desta relação do design com a identidade, com o território e a com a valorização de produtos locais. Ganem é tida como referência na relação entre moda e desenvolvimento territorial. Ganem incorpora elementos da cultura brasileira por meio do trabalho artesanal - renda de birlo, macramê, trama de nó em pedras, entre outros- e do uso de recursos locais sustentáveis como a fibra de poliamida, na moda. A designer criadora da metodologia “Design Dialógico nas Tradições Artesanais” investe na relação entre estilistas e comunidades tradicionais em prol da dinamização de ambas as realidades. Outros textos complementares foram indicados e outros ainda, pesquisados pelos próprios alunos.

Para se trabalhar o conceito do território, em primeiro lugar fez-se necessário estabelecer uma diferenciação entre território geográfico e o território das relações sociais, culturais e econômicas. A compreensão do espaço vivido e apropriado, produzido. O espaço com todas as suas relações com as relações de poder, o espaço como lugar e como não lugar de acordo com o conceito de Marc Augé (1992).

Território é o espaço das experiências vividas, onde as relações entre os atores, e destes com a natureza, são relações permeadas pelos sentimentos e pelos simbolismos atribuídos aos lugares. São espaços apropriados por meio de práticas que lhes garantem uma certa identidade social/cultural (BOLIGIAN; ALMEIDA, 2003, apud SILVA, 2009, p. 109).

Para Raffestin (1993). a territorialização pode ocorrer pela dominação ou pela apropriação. Em ambos os casos, estabelece-se uma forma de poder no sentido de apropriar-se. Mesmo quando não domina ou se apropria fisicamente. Segundo o autor, a reprodução de uma imagem é uma representação é uma forma de apropriar-se de um espaço. São os atores que fazem do espaço um território a partir da relação que se estabelece com ele. “Espaço e território não são termos equivalentes [...]. É essencial compreender que o espaço é anterior ao território” (RAFFESTIN, 1993, p.143). É como se fosse à matéria-prima para o território. O espaço está vinculado à delimitação geográfica antes que qualquer atribuição ou valor lhe seja atribuído. Sem a ação dos atores é apenas uma matéria-prima a ser transformada, trabalhada. Um território é um misto de energia e trabalho. (RAFFESTIN, 1993).

Não é difícil entender o quão estreita se torna a relação de identidades no contexto de um território. Onde há energia e trabalho, há informação, comando, poder, conflitos e interesses. Muitas vozes e identidades diversas. Uma construção sociocultural que gera raízes, tradição e memória. Um território não pode ser destituído de um passado. E nesse processo, são construídas as relações afetivas com o lugar onde o simbólico está presente e diretamente associado com as vidas que seguem no contexto territorial.

Vê-se, então, porque (...) território e a questão da identidade estão indissociavelmente ligados: a construção das representações que fazem certas porções do espaço humanizado dos territórios é inseparável da construção das identidades (CLAVAL, 1999, p. 16).

Retomando aqui os estudos de Ganem (2016), enquanto estratégia, o design dialógico no mundo contemporâneo, caracterizado por uma intensa mobilidade e comunicação, com tênues fronteiras, é extremamente relevante, à medida que a compreensão e a afirmação da cultura, da história

e dos valores locais contribuem significativamente no processo de diferenciação e identidade de produtos/processos, pois são elementos importantes para o senso de pertencimento e efetivação do vínculo entre indivíduos e locais. De acordo com Ganem (2016) são essas digitais que diferenciam e humanizam o espaço, e sem essas não importaria estar na Bahia ou em Nova York. Estes aspectos estão muito presentes no artesanato.

Krucken (2009) trabalha a relação do design com o território em busca de uma valorização mútua onde o produto valoriza o território e o território valoriza o produto em uma via de mão dupla. Propõe um trabalho de reconhecimento e identificação do que ela chama de “capital territorial”, isto é, toda riqueza que caracteriza o território e pode ser explorada de forma favorável em termos culturais, sociais, edafó-climáticos de forma a estabelecer conexões e fortes vínculos entre o produto e o território. Nessa perspectiva, a atuação do design como mediador no processo é de fundamental importância e pode trazer grandes benefícios para ambos. Seja o território uma rua, uma cidade, uma região ou um país. Até mesmo uma comunidade em rede destituída de território físico.

Os fazeres e saberes tradicionais locais, o jeito de viver, os aspectos históricos e tantos outros, são os referenciais para a valorização dos produtos locais e das identidades. Neste processo, por meio do design, evidenciam-se tais aspectos tão importantes da cultura local, muitas vezes despercebidos pelos nativos do território, justamente por se tratar de um cotidiano que de tão próximo, tornam-se invisíveis. É preciso que se reconheçam pelo olhar do outro. Pela alteridade. Deixar comunicar em suas produções artísticas, artesanais, intelectuais ou industriais, toda a riqueza que compõe o capital territorial.

Na arte e no artesanato tradicional se guarda a memória de saberes tradicionais que se perpetuam e se renovam na arte do fazer, e esses saberes condensam experiências coletivas (LEITE, 2004). Não é e nem pode ser visualizado somente como um produto, pois este representa uma cultura identitária e, a partir do entendimento da sua importância, muitas materialidades são possíveis para além deste (GANEM, 2016). De acordo com GANEM (2016), um dos desafios do mundo contemporâneo e grande contribuição do design para sociedade, é então criar essas materialidades que visibilizem essas identidades.

Para isso, Ganem (2016), coloca seis passos a serem seguidos dentro do design dialógico. O primeiro passo é o reconhecimento das identidades e do repertório dos designers e dos artesãos tradicionais. O designer tem como papel, escutar e observar (catalisador) para identificar oportunidades; dar forma as informações captadas (modelador) para gerar soluções palpáveis; e articular as partes interessadas para concretizar as ideias em ação. O segundo passo diz respeito à renovação das identidades, de forma que a criatividade e a inovação são adicionadas aos saberes tradicionais, provocando mudanças que vão desde novas possibilidades de comunicar seus produtos/serviços, maneiras de acesso a mercados, até o desenvolvimento dos produtos tradicionais, com novos insumos e novas formas. Essa renovação é feita em dinâmicas a partir da mistura de dois tipos de inovação: a endógena e a aberta. Inovação endógena é aquela que acontece no interior do grupo tradicional, desenvolvida pelo próprio grupo; e a inovação aberta acontece externamente ou em cocriação com o grupo, através do trabalho de designers, artistas e outros, buscando a geração de novos produtos, processos e/ou serviços. Essa associação das inovações permite a ampliação de possibilidades de mercado para os produtos gerados. O terceiro passo discute as possibilidades de tangibilização das identidades por meio de espaços – físicos como museus e casas de cultura, ou virtuais como sites e redes sociais-; artefatos; espetáculos e celebrações; vivências e intercâmbios. O quarto passo, fruição dos resultados, abrange a disseminação das materialidades produzidas no processo, e pode ser orientada para a tradição, atingindo escalas locais – fortalecimento de parcerias e busca de circulação e visibilidade-, ou para o design, atingindo escalas globais – amplia o alcance da difusão por meio de exposições, publicações, por exemplo. O quinto passo foca nas estratégias de comercialização dessas materialidades por meio da economia plural que se fundamenta na pluralidade de princípios - princípio da troca mercantil, princípio da reciprocidade e princípio da redistribuição- e de recursos econômicos - recursos mercantis, recursos não-mercantis e recursos não-mercantis e não-monetários; ligando a lógica de mercado as soluções solidárias. O sexto e último passo diz respeito à apreciação dos resultados que explica a importância de se aferir os resultados após o processo para aprendizagem e correções necessárias, proporcionando uma maior eficácia do processo como um todo.

O design dialógico por Ganem (2016) e as relações entre design e território trabalhado por Krucken (2009), dentre outros autores apresentados em sala de aula, abriram a mente dos alunos para

um universo de possibilidades de atuação do designer na sociedade, pautadas na associação do design, identidade e território, que não se concentram apenas na teoria, mas trilha um caminho de transformação social a partir da prática, e da percepção do mercado, sem esquecer a riqueza das teorias e conceitos.

Trilhando este raciocínio e dando a ele uma continuidade, trabalharam-se as possibilidades de atuação no mercado empreendedor em que o designer pode atuar em negócios tradicionais ou sociais (se é que esta distinção de fato exista) de forma inovadora e rentável. Foi considerada desde a formação universitária até a “formação para a vida”, pois apenas a formação tecnicista para o mercado convencional na relação empresa, produto e mercado, desvinculados do território e das questões identitárias, não é coerente e nem satisfatório. Para se alcançar essa compreensão palestrantes foram convidados para apresentar suas histórias de vida e também de seus empreendimentos.

3. Metodologia

A metodologia para desenvolvimento desse trabalho consistiu em uma pesquisa qualitativa de natureza aplicada. O estudo tem caráter exploratório e foi desenvolvido conjugando estudos bibliográficos aprofundados e um estudo de caso, em uma abordagem descritiva através da análise qualitativa dos dados. A primeira etapa foi pautada em um minucioso estudo teórico, abordando conceitos trabalhados em sala, como o design dialógico, a identidade, a cultura, a produção artesanal e o território. A segunda etapa diz respeito à exploração desenvolvida ao longo da disciplina em trabalhos teóricos e práticos. A disciplina aconteceu em semestres subsequentes sendo em 2016.2 e 2017.1. A partir do programa apresentado inicialmente, foram abertas propostas aos alunos quanto às atividades propostas. Nesse caminho, pretendeu-se trabalhar dialogicamente “construindo juntos” a disciplina como se discute na relação do design com o território. Em uma segunda etapa, trabalhou-se com depoimentos de profissionais externos e internos no formato de palestras e rodas de conversas abordando assuntos pertinentes à disciplina. Realizou-se também uma visita técnica com os alunos (FIG 1).

Ao longo do processo, todas as etapas foram revistas com abertura para os *feedbacks* dos alunos.

Figura 1: Visita à Loja da DeLá.



Fonte: Acervo do projeto, 2017.

4. Estudo de Caso

Durante a disciplina, em um primeiro momento, as professoras apresentaram seus projetos pessoais desenvolvidos em seus mestrados nas áreas de “Gestão Integrada do Território” e “Design, Inovação e Sustentabilidade”, com a intenção de demonstrar para os alunos a maneira com que costumam trabalhar e desenvolver suas pesquisas, além de apresentar *cases* reais na área, demonstrando domínio do tema e instigando o interesse dos alunos pela compreensão da associação de conceitos propostos e também pela pesquisa. Da mesma forma, os alunos foram incentivados a trazer para a sala de aula trabalhos feitos durante as suas respectivas graduações e que remetesse aos conceitos da disciplina de acordo com a percepção deles sobre o assunto. Ou ainda, relatos de experiências como autores ou colaboradores em algum projeto, que de alguma forma, tangenciasse ou se relacionasse com Identidade, cultura e território. Compreende-se que esta troca de experiências contribuiu para a identificação de outras possibilidades de atuação para além de divulgar projetos e pesquisas relacionadas na Universidade. Essas apresentações desdobraram-se em círculos de debates em que todos os envolvidos, alunos e professores, refletiram sobre as iniciativas e questões importantes referentes a cada projeto, colocando em pauta temas relacionados à fundamentação teórica. A partir dos trabalhos apresentados, individualmente, foi possível entender melhor o perfil dos alunos e o quanto eram capazes de discorrer sobre o tema para darmos os passos seguintes.

Nas aulas expositivas, preparadas pelas professoras, o primeiro ponto abordado foi o papel do design na sociedade contemporânea para entender as relações do design com outras áreas do conhecimento. Especialmente revendo o estudo do design restrito às aplicações técnicas e práticas em projetos. Discutiram-se as suas possibilidades de atuação de forma interdisciplinar ou transdisciplinar. Essas questões foram destrinchadas e os conceitos-chaves da disciplina foram explorados, de forma a clarificar o papel do designer como modificador de realidades, a partir do resgate e valorização da identidade, da cultura de um determinado território.

Na sequência, trabalharam-se os textos de identidade em paralelo aos conceitos de cultura analisando os textos da publicação “Cadernos de Estudos em Design: Identidade” e do livro “Design e Cultura” já citados anteriormente. Os alunos prepararam os seminários relacionando os artigos a situações reais de projetos e resultados. Foram trabalhos muito interessantes que nortearam as discussões seguintes preparando os alunos para as relações com o território. Uma aula expositiva teórica apresentou os conceitos fundamentais do Território. Nas aulas seguintes, foram estabelecendo as relações com o design a partir de Ganem, Krucken pelo trabalho que desenvolvem na relação design e território, num diálogo mais próximo ao entendimento dos alunos nesse primeiro momento. Os estudiosos como Rogério Haesbaerth, Milton Santos e Raffestin foram trazidos nas exposições das professoras em pontos específicos das exposições.

Após a fundamentação dos conteúdos programáticos as professoras trouxeram convidados de dentro e de fora da Escola de Design para dialogar com os alunos sobre a associação entre pesquisa e mercado em suas áreas de expertise. Para este relato, tomou-se como referência a disciplina ministrada no primeiro semestre de 2017.1. Entre os convidados estiveram presentes a empresária Jussara Rocha da empresa “Raízes” voltada para o turismo de base comunitária (FIG 2); o Leonardo Duarte, jovem articulador de empreendimentos inovadores voltados para educação; a arquiteta Bruna Médice que desenvolve atualmente trabalhos ligados à identidade e território, na cidade impactada pela mineração, Mariana, em Minas Gerais; e a Daphine Frontzek, empreendedora social fundadora do Moment Academy, entre outros. Além disso, foi realizada uma visita técnica a empresa “De Lá”, que é um empreendimento que permite a conexão entre pequenos produtores locais – de queijos, compotas, doces, cachaça, entre outros produtos- e consumidores finais de forma justa, da designer mineira Laura Cota. Após as apresentações e visita os alunos foram instigados a fazer uma resenha crítica sobre o trabalho de cada convidado, associando prática e teoria, refletindo sobre as conversas e mostrando quais pontos foram mais relevantes para o contexto acadêmico e profissional dos mesmos.

Figura 2: Jussara Rocha da empresa “Raíces” e Leo Duarte, “Fabrika”.



Fonte: Acervo do projeto, 2017.

Interessante perceber como através das diversas falas, os alunos absorveram os conteúdos e conseguiram assimilar como as práticas podem ser aplicadas em suas respectivas áreas. Foram exemplos de vivências, da construção de negócios, de projetos diversos que colaboraram significativamente para a formação dos alunos e para a ampliação do repertório das professoras.

A proposta de trabalho final da disciplina no primeiro semestre do ano de 2017.1 foi construída de forma conjunta e flexível. Surgiu a partir de discussões a respeito de questões como, por exemplo, a identidade do espaço Escola de Design enquanto território. Desde o primeiro dia de aula, foram levantadas questões sobre as múltiplas identidades dentro da escola e sobre os territórios que se sobrepõem, e outros ainda inacessíveis, impenetráveis. Percebeu-se nos alunos uma inquietação sobre este ponto. A Escola de Design hoje tem sua sede na Avenida Antônio Carlos, no bairro São Luiz, Belo Horizonte, mas está para ser transferida ainda no ano de 2017 para a Praça da Liberdade, integrando o circuito cultural da mesma. Há uma grande expectativa quanto à mudança. Perante essa situação, inquietações e indagações foi então proposto que os alunos investigassem por meio de observação, fotografias e entrevistas, os elementos que representam as identidades do território Escola de Design/UEMG por meio de suas próprias percepções, impressões do corpo discente, docente e demais funcionários.

A estratégia metodológica deste trabalho foi proposta a partir de dois processos: pesquisa bibliográfica e observação crítica. Inicialmente as professoras apresentaram um pouco da história da Escola, suas antigas instalações e contextos, para corroborar com o processo de mapeamento. Em seguida, os alunos exploraram, observaram criticamente e interpretaram como se dão as diversas apropriações e não apropriações dos espaços da Escola, as intervenções artísticas e/ou não artísticas, a acessibilidade, entre outros temas levantados por eles mesmos como relevantes de serem considerados atualmente e futuramente na transição de sedes.

As informações captadas foram então traduzidas e modeladas, gerando um documentário do processo como um todo, até o produto final, que podia ser feito em vários formatos- uma intervenção, colagem, uma pintura, uma peça, ou similar – deixando a imaginação e a criatividade serem os condutores da ideia que expressasse a identidade.

O trabalho de conclusão da disciplina, ainda em fase final de execução, será exposto no hall da Escola, em aula aberta a todos da comunidade acadêmica, em uma produção criativa, coletiva e colaborativa, envolvendo os temas design, identidade e território. Um momento de reconhecimento e pertencimento ao lugar e de como o espaço produzido os representa. Retomando aos apontamentos teóricos, o território ganha o simbolismo a partir de seu uso, o “território usado” nas palavras de Milton Santos (1994), ou “território do cotidiano” (JÚNIOR, 2003). E o seu uso tem relação com os apontamentos de Raffestin (1993) quando fala de dominação e apropriação.

A ideia de fazer a aula aberta é coerente com a proposta da disciplina que em vários momentos, estendeu aos demais alunos da Escola o convite às palestras e discussões em sala. Foram experiências ricas, inclusive com alunos de outras instituições que responderam aos convites. Nesse sentido, a experiência de conclusão da disciplina, é também uma devolutiva do processo à comunidade acadêmica que, além de fazer parte, foi colaboradora no processo de pesquisa como entrevistados ou como participante ativo nas intervenções, na construção das identidades e da Escola de Design como um território.

Como resultados dos trabalhos, foram discutidos temas importantes potenciais para um estudo posterior mais aprofundado tanto por parte dos alunos como também por parte das professoras. O grupo de alunos trabalhou a questão da acessibilidade (ou inacessibilidade) a determinados espaços da Escola, “guardados” a determinados grupos, de forma velada ou mesmo claramente estabelecidas. Os alunos partiram da concretude do termo acessibilidade, como rampas e elevadores, mas alcançaram questões de ordem subjetiva quando fatores diversos incluem ou excluem mesmo sem nenhuma barreira física. A citação abaixo é parte da proposta apresentada em pré-projeto na disciplina.

Nosso tema será "Territórios inacessíveis", que trata de ambientes dentro da ED que são inacessíveis para algumas pessoas, seja fisicamente, no caso de mobilidade reduzida, ou emocional/psicologicamente, como ambientes que não nos sentimos bem, não nos sentimos convidados e não conseguimos frequentar.[...] Caso a intervenção seja possível, nossa ideia é adquirir barbantes (ou aquela fita amarela e preta utilizada para interditar ambiente, se conseguirmos) e circular diversas áreas do primeiro andar, de uma pilastra para outra, na mesa de sinuca, etc.. obrigando os alunos a abaixarem, desviarem ou rasgarem as fitas para acessar o local. Com isso esperamos que a intervenção cause incomodo e reflexão ao que consideramos inacessível, questionar os motivos e fazer refletir sobre o inacessível ao outro, que muitas vezes é ignorado.¹

Outra equipe de trabalho lançou olhares à invisibilidade dos funcionários que se dedicam à limpeza e segurança. Que território invisível é este que se mantém ao mesmo tempo tão presente? Na sequencia, apresenta-se a fala dos alunos registrada em pré-projeto da proposta para o trabalho:

Desta forma, vivendo no automático, nós, frequentadores diários do espaço-território da ED/UEMG agimos involuntariamente, passando pelos locais físicos e pelas personas do ambiente, sem notá-los, sem fazê-los parte significativa do ambiente que frequentamos. [...] A proposta busca inicialmente um diálogo com essas pessoas, para coletar opiniões e visões sobre o território ED/UEMG, e caso autorizado, um trabalho fotográfico de registro do rosto dessas, dialogando, através de uma colagem, com o ambiente físico da universidade, seus grafites e pichações. O resultado seria um vídeo-resumo e postais com o resultado dessas colagens.²

Outro grupo dedicou-se às intervenções nos ambientes da Escola buscando saber dos entrevistados em que medida estas manifestações artísticas ou não artísticas os representam. Através de questionários *on line* buscaram saber se a representação existe, se é parcial ou total e por quê. A seguir, um pequeno trecho extraído do pré-projeto elaborado pelos alunos.

Nosso trabalho tem como objetivo analisar a relação dos alunos da ED/UEMG com as intervenções existentes nos corredores da escada do Prédio. No primeiro momento foi feito uma pesquisa com os alunos de forma a coletarem informações sobre suas ideias em relação às intervenções e a forma como ela é exposta. [...] Após toda a coleta decidimos criar um mural interativo onde abriremos espaço para todos os alunos se manifestarem e demonstrarem alguma forma de intervenção nos corredores da Escola

¹ Grupo de trabalho composto pelos estudantes Rubens Augusto Corrêa Gonçalves, Andrew Mesquita Assaf e Leonardo Tavares.

² Grupo de trabalho composto pelos estudantes Marianne Soares, Vanessa Lima e Stefânia Del Gaudio

de Design e registrarmos as mudanças ocorridas durante o processo, conforme a individualidade de cada um que desejar demonstrar suas ideias conforme as já existentes ou mesmo gerando novos meios de manifestações.³

Outra equipe buscou identificar “o que os alunos levariam da atual Escola de Design para as novas instalações na Praça da Liberdade”. A partir desta pergunta, os alunos buscaram levantar os valores e traços identitários na percepção dos alunos, seus valores, o que querem levar consigo, suas memórias. O que transforma o espaço em lugar e território.

5. Considerações Finais

A disciplina buscou demonstrar para os alunos a importância de conhecer o universo de possibilidades de ação do designer como catalisador, modelador e articulador, ao relacionar as temáticas do design em relação identidade, cultura e território, reconhecendo esses elementos como potencializadores de projetos inovadores de produtos, processos e/ou serviços. Além disso, espera-se que com as aulas ministradas e a didática adotada, a mentalidade acadêmica até então muito voltada para a teoria, com vistas à aplicação imediata e tecnicista, o avanço da ciência e a publicação amplie-se para um pensamento aberto em estudos com aplicações práticas reflexivas e inovadoras que possam modificar uma determinada realidade e colaborar no avanço dos estudos em design. Que os trabalhos desenvolvidos possam impactar na vida pessoal e profissional dos alunos. Que as experiências compartilhadas em sala de aula e abertas aos nossos pares possam servir de pontos de reflexão para um design mais consciente do papel social do designer. E, mais especificamente sobre o trabalho final, que analisa as identidades múltiplas no território da Escola de Design, nos possibilite voltar os olhares às questões levantadas de forma crítica e construtiva como elementos integrantes, participativos e construtores deste processo identitário da Escola de Design.

Design, Identity and Territory: a teaching proposal.

Abstract: This article discuss the theme design and education, based on the discipline "Design, Identity and Territory" taught at the Design School of the State University of Minas Gerais - UEMG, demonstrating the role of the designer in the contemporary world with regard to recognition and inclusion of cultural contexts as a way of differentiating products, processes and / or services. In order to do so, it carries out the study of the contents about the performance of the designer, the foundations of identity and territory. The research method used was the analysis of the content and a case study, based on the theoretical and practical work of the discipline that seeks through interdisciplinarity and the connection between theory and market, the extension of the spectrum of action of the designer in the promotion of strategies for valuing local territories and identities.

Keywords: Dialogical design; Territory; Identity; Teaching.

Referências bibliográficas

AUGÉ, Marc. **Não-Lugares – introdução a uma antropologia da sobremodernidade**. Lisboa, Editora Letra Livre. (2012) [1992].

BONSIEPE, Gui. **Design como prática de projeto**. Blucher. São Paulo: 2012.

³ Grupo de trabalho composto pelos estudantes Amanda Rodrigues, Danielle Santiago e Fernando Pinheiro.

- CASTELLS, Manuel. **A construção da identidade**. In O poder da identidade. Paz e terra. São Paulo: 1999.
- CLAVAL, Paul. O território na transição da pós-modernidade. In: **Revista Geographia**. Ano 1 – nº2. 1999.
- FORTES, Clarissa. **Interdisciplinaridade: Origem, Conceito E Valor**. 2012
- GANEM, Márcia. **Design Dialógico: gestão criativa, inovação e tradição**. Estação das Letras e Cores. São Paulo: 2016.
- GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. LTC. Rio de Janeiro: 1989.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. DP&A: (11ª. Edição). São Paulo: 2006.
- JUNIOR, Benizário; VARGAS, Maria Augusta. **Território, Identidade E Territorialidades Em Assentamentos Rurais**. Disponível em: <http://www.geociencias.ufpb.br/posgrad/sernne/artigo10.pdf>. Acesso em: 26 Jun. 2017.
- KRUCKEN, Lia. Design e Território: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 19 ed. Jorge Zahar. Rio de Janeiro: 2006.
- LEITE, R. P. Modos de vida e produção artesanal: entre preservar e consumir. In: CAVALCANTI, Claudia (Org.). **Olhares Itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição**. Central. São Paulo: 2004.
- MORAES, Dijon. *et.al.* **Cadernos de estudos avançados em design: Identidade**. Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais. 2010.
- PERICO, Rafael. **Identidade e Território no Brasil**. Instituto Interamericano de cooperação para a Agricultura. Tradução Maria Verônica Moraes Souto. Brasília: 2009.
- RAFFESTIN, Claude. **Por uma Geografia do Poder**. França. Ática. São Paulo: 1993.
- SANTOS, Milton. **Por uma Geografia Nova: da crítica da Geografia a uma Geografia Crítica**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.
- SILVA, C. H. da. Território: uma combinação de enfoques – material, simbólico e espaço de uma ação social. In: **Revista Geografar**. v.4, n.1, p.98-115, jan./jun. Curitiba: 2009.
- VIANNA, Maurício et.al. **Design Thinking: inovação em negócios**. Rio de Janeiro: 2012.