

## As percepções dos designers profissionais sobre o ensino do método projetual na universidade

*The professional designer perception about design teach method in university*

João Carlos Riccó Plácido da Silva, Valéria Ramos Friso, Luís Carlos Paschoarelli, Paula da Cruz Landim, José Carlos Plácido da Silva

palavras-chaves: metodologia, mercado, profissional, ensino

O presente artigo discute o ensino da metodologia voltada para os cursos de design, especialmente de marcas gráficas. O objetivo da investigação foi estabelecer um paralelo entre os conceitos ensinados na Universidade e o entendimento de sua eficácia por potenciais contratantes já estabelecidos no mercado. O levantamento de dados se deu a partir de uma entrevista com 10 profissionais do design de marcas e o levantamento e análise de duas matrizes curriculares de universidades na cidade de Bauru. As entrevistas foram feitas de forma presencial e direcionadas por um formulário com cinco perguntas essenciais. A pesquisa apontou para a importância dada pelo mercado aos profissionais que saibam trabalhar com metodologias, o descontentamento com a formação dos designers ingressantes no mercado e a necessidade de uma linearidade na abordagem das metodologias pelas matrizes curriculares.

*Keywords: methodology, market, professional, teaching*

*This article discusses the teaching of the methodology focused on design courses, especially graphic brands. The objective of the research is to establish a relationship between the concepts taught at the University and the understanding of their effectiveness by potential contractors already established in the market. The data collection were from an interview with 10 professionals of the design of marks and survey and analysis of two curricular matrices of universities in the city of Bauru. Like interviews and so on face-to-face and directed by a form with five essential questions. A survey pointed to the importance given by the market to the professionals working with methodologies, the discontent with a training of the designers entering the market and the need for a linearity in the approach of the methodologies by curricular matrices.*

### 1. Introdução

A metodologia de design é uma das bases da formação profissional, sendo que métodos explícita ou implicitamente, de forma referenciada ou intuitiva, estão presentes no desenvolvimento de projetos. Conhecer a literatura da área, explorar a aplicação de diferentes métodos e identificar o mais adequado em diferentes situações podem favorecer o processo gerando resultados satisfatórios sem despendar esforços ou recursos excessivos. Na mesma medida o desconhecimento de tais ferramentas gera por vezes um processo moroso e de resultado discutível, uma vez que não teve as variáveis suficientemente analisadas. No presente estudo questionaremos profissionais do mercado quanto ao atendimento de suas expectativas pelos recém formados.

### 2. Revisão sobre o ensino do design

No decorrer da evolução humana, a acumulação de capital e o desenvolvimento científico e tecnológico oriundos do final do século XV, que culminaram nos séculos XVIII e XIX, modificaram os modos de trabalho. O resultado foi a especialização do artesão que se tornou então projetista (LINDEN, 2009). A preocupação com o método para desenvolvimento de produtos, após a dissolução da Bauhaus, que afetou profissionais por todo mundo, gerou uma disseminação de aspectos teóricos e práticos desenvolvidos até então que possibilitou o desenvolvimento de um pensamento crítico sobre os métodos. Esses profissionais aliavam as teorias às necessidades do momento que estavam vivendo. Posteriormente, com a inauguração da escola de Ulm, ocorreu uma nova reunião de profissionais da área e novos alunos que discutiam os novos rumos do design. Segundo Wollner (2005), embora a Escola de Ulm fosse criada nos moldes da Bauhaus, foram inseridas inovações importantes, principalmente no que concerne ao desenvolvimento de metodologias projetuais, conhecidas

como “Métodos de Ulm”. Reflexão, análise, síntese, fundamentação e seleção tornaram-se primordiais, em detrimento do ensino artístico.

Na década de 1980, no Brasil, o CNPQ (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) contribuiu para a disseminação de métodos e técnicas projetuais, baseando-se, principalmente, na obra Metodologia Experimental, de Gui Bonsiepe, Petra Kellner e Holger Poessnecker. A obra apresenta um modelo linear que se divide em algumas fases, a fim de alcançar a melhor alternativa para o problema proposto. A visão desse livro já havia sido apresentada e foi detalhada com alguns exemplos de exercícios. Esse modelo ainda hoje é uma referência para o ensino de graduação de Design no Brasil (LINDEN, 2009). A primeira obra dirigida para os designers no Brasil, referente à metodologia projetual, foi Fundamentos da Metodologia para Desenvolvimento de Produtos, de Gustavo Amarante, Bomfim, Lia Monica Rossi e Klausdieter Nagel, publicada em 1997, a qual apresentava um modelo consistente de desenvolvimento de produtos (BOMFIM et al., 1977).

Com o objetivo de compreender as percepções dos designers profissionais em torno da formação dos ingressantes no mercado atualmente, realizamos um questionário que investiga as opiniões destes profissionais quanto a eficiência da matriz curricular oferecida nos cursos de graduação quanto a metodologia.

## 2. Objetivos

Levantar os problemas na formação do designer no que tange a metodologia detectados por profissionais já estabelecidos no mercado.

## 3. Desenvolvimento

Para analisar qualitativamente a eficiência do ensino de metodologia no design foi necessário compreender como estes alunos estão iniciando suas carreiras, o modo como trabalham e como agem no desenvolvimento de um determinado produto. Para isso foram realizadas entrevistas com chefes de design, em que foram levantados os métodos utilizados bem como as dificuldades e problemas encontrados no decorrer de seu uso. Buscou-se detectar principalmente as referências a métodos que apontaria os ensinamentos adquiridos na universidade. Para que se possa ter um panorama sobre como vem sendo desenvolvido o tema na Universidade, objeto de questionamento na pesquisa, realizamos uma análise de duas grades curriculares nas duas maiores Instituições que oferecem o curso na cidade de Bauru, SP. Procuramos identificar as disciplinas que abordam ou deveriam abordar o tópico de metodologia projetual. Os entrevistados foram selecionados segundo sua experiência com o trabalho de Design Gráfico, sendo considerados aqueles com trabalhos conhecidos no mercado e mais de cinco anos de atuação.

### Entrevistas

Para atingir os objetivos do presente estudo, estabeleceu-se um roteiro a partir das experiências anteriores do entrevistado, gerando uma entrevista mais profunda, onde o pesquisador interage com o entrevistado, sendo a principal função deste, registrar as experiências descritas. Dentro do método de abordagem existem duas possibilidades: abordagem completa e abordagem tópica (MINAYO, 1993). A primeira busca retratar todo o conjunto de experiência da pessoa, enquanto a segunda busca focalizar uma etapa determinada no setor da experiência, método este utilizado no presente estudo. A partir da escolha da entrevista pela história de vida do pesquisado, foi possível selecionar também a técnica de entrevistas abertas, aquela onde há detalhamento de questões e formulação mais precisa dos conceitos buscados, técnica que melhor atende às finalidades exploratórias. Essa técnica é mais utilizada quando o pesquisador necessita obter o maior número possível de informações sobre um determinado tema, granjeando um melhor detalhamento sobre o assunto discutido, além de ser utilizada na descrição de casos individuais, na compreensão de especificidades culturais para determinados grupos e para comparabilidade dos casos (MINAYO, 1993).

Foram contatadas para a pesquisa empresas na capital do Estado de São Paulo e também no centro do interior do Estado, onde esta localizado um polo de design de grande expressão. Por ser uma pesquisa qualitativa não foi necessário um extenso número de entrevistados. Somando-se os entrevistados da capital e do interior chegou-se ao total de dez pessoas. Decidiu-se que as entrevistas seriam sempre presenciais, onde o pesquisador tivesse o controle da situação. Sobre a pesquisa aplicada, optou-se pela gravação com o consentimento do entrevistado e, posteriormente, sua transcrição. Outro método também utilizado foi o das anotações de palavras chaves nas falas dos entrevistados.

Nas questões desenvolvidas para a entrevista, procurou-se destacar dois importantes pontos. Primeiro, tentar compreender como cada um desses profissionais agia metodologicamente em seus projetos de marca gráfica, abordando também os cuidados e as dificuldades pelos quais eles passam no desenvolvimento do projeto. Segundo, propiciar uma “lacuna” para que eles trouxessem alguns exemplos de identidades já realizadas e que pudessem posteriormente ser utilizadas para uma mais apurada análise.

Assim foram definidas perguntas diretas, e coube ao pesquisador direcioná-las para que fossem respondidas sem divagações, sem perder o foco e sem desvios. Inicialmente se optou por cinco questões abertas, que seriam:

1. Você utiliza algum procedimento específico de desenvolvimento de produto?
2. (Se não) como você desenvolve “projetos” de produto?
3. Esse procedimento é baseado em alguma referência, ou é próprio?
4. Quais dificuldades nesse desenvolvimento?
5. Quais cuidados você considera significativamente importantes para o desenvolvimento de marcas gráficas?
6. Qual a importância de se aplicar procedimentos sistematizados no desenvolvimento de marcas gráficas?
7. O que você considera como um produto de boa qualidade?

As questões de um a três se referem ao método utilizado, se existe ou não um método específico ou algum definido pelo entrevistado, e qual a referência utilizada. A quarta questão trata da dificuldade na utilização do método no desenvolvimento. Na quinta, quais cuidados são relevantes para esse tipo de desenvolvimento. Na sexta, no entendimento do entrevistado, qual a importância de se utilizar um método. A sétima, o que esse considera como marca de boa qualidade ou que atinja os objetivos desejados. A oitava busca a apresentação de algumas marcas desenvolvidas pelo entrevistado. Já a nona questão tem o sentido de explicação pelo entrevistado da marca apresentada.

Além dos procedimentos já descritos, optou-se também por não identificar os entrevistados, poupando-os de se preocuparem com os resultados, de forma que não fosse gerado nenhum tipo de constrangimento ou dano a imagem. Posteriormente, as entrevistas foram transcritas de forma que fosse possível analisar os resultados obtidos através das questões investigadas. Procurou-se representar fielmente a realidade apresentada, por isso as transcrições foram feitas na íntegra. Tal procedimento, portanto, proporcionou ao entrevistador muitas informações, que foram comparadas posteriormente com os tópicos relevantes de cada uma das respostas apresentadas pelo entrevistado.

### **Avaliação de Grades curriculares**

Foram selecionadas duas grades curriculares de uma mesma região geográfica para serem analisadas: a de uma universidade estadual e outra de universidade particular. A partir da análise da grade curricular disponibilizada na internet foram pontuadas as disciplinas que abordavam o termo “metodologia de projeto” ou “desenvolvimento de produto”, tanto no título como na ementa da disciplina, uma vez que os dois se referem a ou utilizam o ensinamento do direcionamento projetual. Procurou-se a existência de uma linha que direcionava o ensino do método de forma gradativa e crescente, o que permitiria que os alunos criem um vínculo e se identifique com a utilização deles de forma concreta em seus projetos, reduzindo os erros e retrabalho. Entende-se que esta linha deve começar na disciplina de metodologia projetual tendo seus conceitos desmembrados e aprofundados nas disciplinas de projeto e quando

possível serem integrados nas disciplinas base como modelagem, fotografia, ergonomia entre outras.

#### 4. Resultados e Discussões

Todos os dados foram coletados e organizados, tornando sua leitura mais fácil e objetiva segundo o foco da pesquisa. Assim foi possível extrair o máximo de informações tanto nas entrevistas com os profissionais da área como na grade curricular dos cursos.

A primeira questão do questionário mostrou que nove dos 10 entrevistados utilizam procedimentos específicos no desenvolvimento de produtos, existindo vários meios para esse desenvolvimento. O único a responder que não utilizava, propunha um método mais intuitivo na busca da forma, para posteriormente adaptá-la as necessidades técnicas e do usuário. Os outros nove entrevistados descreveram um processo que envolvia o Briefing, o Brainstorm, o Rough (Raffe) o estudo de forma, as cores, a busca de referências, a análise de similares e o desenvolvimento, bem próximo do que é apresentado na universidade.

A terceira questão que tratava das referências utilizadas para este desenvolvimento, todos responderam que se baseavam mais na experiência e no cruzamento de várias técnicas. Algumas empresas destacaram o método não autoral do projeto, ou seja, a utilização de vários profissionais que trabalham em equipe para o desenvolvimento, não tendo, portanto, um autor único, o que evidencia o distanciamento da real aplicação do método ensinado na universidade, ou a necessidade da mudança dos métodos ensinados.

Cinco dos entrevistados indicaram a dificuldade de se encontrar novos profissionais que compreendam e utilizem a metodologia, não a que eles aplicam em suas empresas, mas sim qualquer método aprendido e utilizado na universidade. Foi relatada a necessidade de se apresentar novamente estes métodos para possibilitar adapta-los para o método que cada empresa utiliza, uma vez que estas negavam o desenvolvimento de qualquer produto de design sem um método direcionado. Este item demonstrou uma lacuna existente na formação dos novos profissionais da área, porém não é possível identificar neste momento onde ela está.

De acordo com o que é apresentado na Grade curricular o curso da UNV 1, a uma carga horaria total é de 2.160 horas presenciais com o uso de 648 dedicadas ao ensino do método projetual e suas aplicações. Porém se verifica uma instabilidade em relação ao crescimento as disciplinas, sendo identificado o uso de método no primeiro semestre, e a ausência do mesmo no segundo semestre, reaparecendo com destaque no 4º semestre e a partir daí com queda acentuada. Estes desníveis podem ocasionar uma confusão no uso ou não de método em um desenvolvimento projetual, uma vez que no último semestre esse direcionamento tem carga horaria muito reduzida.

A UNV 2 apresenta carga horaria de 2.400 horas presenciais, com o uso de 510 dedicadas ao ensino projetual. Porém se verifica um crescimento gradual do uso do método projetual, o que pode indicar um uso mais interligado do método nestas disciplinas podendo auxiliar o aluno na compreensão de sua aplicação.

Nas duas instituições de ensino podem haver outras disciplinas que abordem o ensino e aplicação do método projetual, porém esta abordagem não é apresentada na ementa da disciplina, possibilitando que o docente determine se esse direcionamento vai ou não existir, abrindo também um vácuo para a compreensão do aluno sobre esta.

Tabela 1: Quantidade de horas totais e horas dedicadas a disciplinas que envolvem metodologia.

UNIV.	Currículo total	Disciplinas com Metodologia
1	2.160	648
2	2.400	510

#### 5. Notas Conclusivas

Desde o início o design busca a melhoria nos métodos de design, porém questiona-se o cuidado ao repassá-los para alunos da graduação, uma vez que, de acordo com os entrevistados, estes o utilizam de maneira equivocada, quando utilizam. É necessário enfatizar o uso de um método, seja ele qual for, de maneira que estes estudantes compreendam a sua necessidade e como a falta do uso correto pode afetar o decorrer do projeto e seus resultados finais.

Existe a necessidade, pouco tratada recentemente, de se compreender mais de um método, estudá-los e direcionar para cada projeto solicitado o que auxilia o desenvolvimento com requisitos mais específicos, tanto para gerar resultados mais eficientes quanto para atender melhor as expectativas do mercado, como visto nos dados levantados. Existem inúmeros métodos e a cada dia novos pesquisadores buscam o aperfeiçoamento dos já existentes para projetos específicos visando destrinchar as dificuldades para possibilitar um resultado mais expressivo, rápido, original e com poucas falhas.

A ansiedade no ato de projetar pelo profissional ingressante no mercado acaba extinguindo as fases de análise e preparação do projeto, seguindo esse direto para a fase de desenvolvimento de forma sem nem saber se existe ao parecid, a que público vai ser destinado, ou mesmo as aplicações técnico produtivas, gerando problemas de usabilidade nos perfis ergonômicos que facilitam a determinação de dimensões, peso, pegas entre os fatores da ergonomia informacional.

A necessidade de soluções rápidas ou expressas não pode sobrepor esse processo de desenvolvimento e maturação do projeto, onde se corrigem os erros antes que gerem prejuízos durante o consumo. A integridade do usuário deve ser a preocupação máxima do profissional da área do design, e para isso o ensino e o uso do método de desenvolvimento correto são extremamente necessários, devendo sempre haver melhorias no ensino dos mesmos, principalmente diante da aceleração do mundo contemporâneo.

## 6. Referencias

- BOMFIM, G. A., ROSSI, L. M., NAGEL, K.-D. **Fundamentos de uma metodologia para desenvolvimento de produtos**. Rio de Janeiro: COPPE/UFRJ, 1977.
- BONI V., QUARESMA S. **Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais**. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política a UFSC. Vol. 2 n°1 (3), 2005.
- BOURDIEU, P. **A miséria do mundo**. Tradução de Mateus S. Soares. 3a edição Retropolis: Vozes, 1999.
- HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. 5a edição Petropolis: Vozes, 1997.
- LAKATOS, E. M. & MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa**. 3a edição. São Paulo: Editora Alas, 1996.
- LINDEN, J. C. S. V. D. et .al, **A evolução dos métodos projetuais**. Anais do 9P&D Design. AEND – Brasil, 2010.
- MINAYO, M. C. S. O. **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 6a edição. Petrópolis: Editoras Vozes, 1996.
- WOLLNER A.; STOLARSKI A. **Alexandre Wollner: e a Formação do Design Moderno no Brasil**. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2005.