

Aproximando Mercado, Academia e Estudantes: Uma Experiência Pedagógica em Design de Produto

Approaching Market, Academy and Students: A Pedagogical Experience in Design.

Silveira Neto, Walter Dutra da; Mestre; Universidade do Estado de Santa Catarina
walter@udesc.br

Pezzini, Marina Ramos; Mestranda; Universidade Federal de Santa Catarina
marinapzn@gmail.com

Nunes, Michelle Berticelli; Graduada; Universidade Federal de Santa Catarina
michelle_berticelli@yahoo.com.br

Resumo

Este artigo relata uma experiência pedagógica da Universidade Estadual de Santa Catarina – UDESC que evidenciou a importância de aproximarem-se estudantes de design e mercado. O pano de fundo foi a multidisciplinaridade, a união de teoria e prática em uma mesma experiência acadêmica e a complexidade do processo de design. Neste sentido, os estudantes desenvolveram uma linha de cerâmica de mesa para alguns estabelecimentos gastronômicos de Florianópolis.

Palavras-chave: Design, Mercado, Ensino.

Abstract

This article narrates a pedagogical experience by the University of the State of Santa Catarina – UDESC which enhanced the importance of approaching design students and the market. The background was the multidisciplinary, the union between theory and practice in the same academic experience and the complexity of the process of design. Therefore, the students developed a ceramic line for some gastronomical establishments of Florianópolis.

Keywords: Design, Market, Teaching.

1. Introdução

O design é uma profissão multidisciplinar, pois sua prática é determinada por diversos fatores como econômico, social, cultural, ambiental, simbólico, estético e funcional. Conforme conceito disponível no site do International Council of Societies of Industrial Design – ICSDI (2008), é uma atividade criativa com a finalidade de estabelecer as qualidades multifacetadas dos objetos, processos, serviços e sistemas. Para Moraes (1999), essas várias facetas enriquecem e valorizam a atividade, embora aumentem o problema do ensino de design.

Diante disso, levantam-se questões sobre como as universidades tem adequado suas metodologias de ensino ao caráter multidisciplinar do design e se preveem práticas acadêmicas realistas, uma vez que autores como Löbach (2001) destacam que a indústria exige dos estudantes de design um alto treinamento em projeto.

O presente artigo trata sobre uma experiência pedagógica da Universidade Estadual de Santa Catarina – UDESC que evidenciou a importância de aproximarem-se estudantes de design e mercado. O pano de fundo dessa experiência foi a multidisciplinaridade, a união de teoria e prática em uma mesma experiência acadêmica e a familiarização com a complexidade do processo de design.

2. Objeto de Estudo

Em mais um projeto pela aproximação entre o estudante de design e o mercado, a UDESC apoiou a experiência pedagógica aqui relatada, em uma disciplina de prática projetual em projeto de produto, no ano de 2006.

O principal objetivo foi instruir os estudantes sobre como definir necessidades de clientes, requisitos de projeto e prioridades do processo projetual, além de incentivar a prospecção de clientes, o envolvimento e a responsabilização pela própria formação profissional. Também foi um grande objetivo conscientizar os estudantes sobre a realidade da prática de design e sensibilizá-los para uma produção acadêmica relevante, em detrimento de práticas cujos resultados sequer possuem qualidade para publicação.

Neste sentido, os estudantes desenvolveram uma linha de cerâmica de mesa para conceituados estabelecimentos gastronômicos de Florianópolis, segmento de grande valor para o turismo regional. A UDESC mediou a relação com três parcerias: o Empreendimento Sapiens Parque, a Olaria Pedra Fogo e os empresários.

3. Parcerias

O Sapiens Parque (Figura 01) é um parque de inovação voltado para os setores de turismo, serviços e tecnologia que fornece infra-estrutura a empreendimentos e iniciativas estratégicas. Sua contribuição para o projeto foi custear a execução dos modelos volumétricos, bem como disponibilizar um espaço para a realização da Mostra de Design Cerâmico UDESC 2006.



Figura 01: localização do Sapiens Parque.

A Olaria Pedra Fogo executou os modelos volumétricos das linhas de cerâmica em escala de 1x1, com fidelidade satisfatória, ainda que limitada pelo processo artesanal. A Figura 02 apresenta um exemplo do artesanato da olaria.



Figura 02: cerâmica artesanal da Olaria Pedra Fogo.

Quanto aos empresários, os alunos foram estimulados a contactar empresários do ramo gastronômico, contanto que seu estabelecimento tivesse tradição ou relevância no mercado local. Para isto, realizaram entrevistas e explicaram a experiência pedagógica, similarmemente aos passos para a prospecção de clientes descritos no livro “Viver de Design” (STRUNCK, 2004).

4. Métodos Utilizados

A metodologia da disciplina foi baseada no processo metodológico difundido por Amaral (2006). Entretanto, foi dividida pelos autores deste artigo em três etapas. Na Etapa 1 ou Base Teórica, referente às primeiras aulas, houve uma explanação sobre a cerâmica: história, produção artesanal e industrial, características e limitações do material, métodos produtivos e possibilidades criativas. Ainda que as linhas pudessem ser projetadas para a produção industrial e em materiais refinados, como a porcelana, a modelagem foi realizada com as limitações do processo artesanal de moldagem e do material, a cerâmica vermelha. Assim, detalhes como a espessura das paredes das peças e algumas concavidades deveriam ser previstas. A etapa encerrou com uma visita à indústria Oxford, em São Bento do Sul, quando os estudantes conheceram o chão de fábrica, os métodos produtivos e o papel do segmento cerâmico na economia brasileira.

Na Etapa 2 ou Pesquisa, desenvolveu-se o briefing que, segundo Strunck (2004), é um direcionamento preciso para o trabalho a ser realizado e determina os resultados dos projetos na razão direta da qualidade das informações que dispõe sobre o problema, o diferencial, o público-alvo e a concorrência. O briefing foi realizado através de visitas exploratórias, entrevistas estruturadas ou semi-estruturadas, pesquisa bibliográfica e na internet. Nas visitas exploratórias, os estudantes visitaram os estabelecimentos para uma observação assistemática, realizada sem planejamento ou controle, sobre fenômenos imprevistos (MORAES e MONT'ALVÃO, 1998). Os fenômenos observados foram funcionamento, serviços e comportamento da clientela e dos funcionários. Estes dados geraram Painéis Semânticos, como ilustra a Figura 03.



Figura 03: exemplo de Painel Semântico referente a um dos estabelecimentos.

Em seguida, optou-se entre entrevistas semi-estruturadas ou não estruturadas. As semi-estruturadas são aplicadas a partir de um pequeno número de perguntas abertas (MORAES e MONT'ALVÃO, 1998) e nas não-estruturadas o entrevistador pode conduzir cada situação como considerar adequado, utilizando perguntas abertas, numa conversa informal (MARCONI, 1996). Com as pesquisas bibliográficas e na internet, conheceram-se as soluções já existentes no mercado, com o intuito de fundamentar suas soluções funcionais, formais e produtivas.

Para Löbach (2001), os produtos possuem funções práticas, estéticas e simbólicas. Na Etapa 3 ou Desenvolvimento, os estudantes atentaram para que a função prática da cerâmica de mesa é sustentar o alimento; a estética é valorizar os alimentos e a mesa posta e a simbólica pode representar aspectos culturais, bem como fortalecer a imagem da marca. Para a modelagem virtual das alternativas selecionadas, foram usadas as ferramentas Solid Works e 3D Studio Max. Paralelamente, desenvolveram-se os desenhos técnicos, com o detalhamento do projeto.

5. Resultados

Resultado 1 – Dossiê: o documento impresso que registra as etapas do projeto e contém o detalhamento técnico foi elaborado ao longo do processo e entregue como um dos requisitos de avaliação da disciplina, junto dos modelos volumétricos e uma simulação gráfica da linha.

Resultado 2 – Linhas de Cerâmica de Mesa: foram desenvolvidas dez linhas, para os dez estabelecimentos gastronômicos. A Figura 04 apresenta fotografias de alguns dos modelos volumétricos expostos na Mostra.



Figura 04: exemplos de modelos expostos na Mostra.

Resultado 3 – I Mostra de Design Cerâmico UDESC: foi organizada pelos autores deste artigo e realizada no dia 05 de abril de 2006, junto à inauguração da sede do Sapiens Parque. No evento, foram apresentadas as dez linhas de cerâmicas de mesa, expostas em mesas individuais

com decoração formulada pelos estudantes e uma identificação com dados do projeto. Estavam presentes no evento os parceiros dos projetos, representantes da mídia regional, políticos do quadro estadual e empresários de diversos setores.

6. Conclusão

Este artigo, além de relatar e registrar uma experiência pedagógica empregada no curso de Design da UDESC, buscou chamar a atenção para a importância deste tipo de iniciativa.

É visível a crescente preocupação por parte das Instituições de Ensino em, além da fundamentação técnico-científica, oportunizar e incentivar uma maior aproximação entre o estudante e o mercado de trabalho. Isso pode se dar a partir de um paralelo coerente e flexível entre as disciplinas oferecidas pelo currículo do curso e a dinâmica do mercado.

A proposta pedagógica das linhas de cerâmica buscou esclarecer sobre os desejos e necessidades dos clientes e sobre o processo projetual, incentivar a prospecção de clientes, o envolvimento e a responsabilização pela própria formação profissional e conferir realismo à experiência pedagógica, sensibilizando estudantes e educadores para uma produção acadêmica relevante, em detrimento de práticas que caem no esquecimento, uma vez que seus resultados sequer possuem qualidade para publicação.

Referências

AMARAL, Daniel. **Gestão de Desenvolvimento de Produto: uma referência para a melhoria do processo**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2006.

BAXTER, M. **Projeto de Produto. Guia básico para o design de novos produtos**. São Paulo: Edgar Blücher, 2000.

ICSID. Conceito de design. In: ICSDI, 2008. Disponível em: <<http://www.icsid.org>>. Acessado em: 01/04/2008.

LÖBACH, B. Design Industrial. **Bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Edgard Blücher Ltda., 2001.

MARCONI, M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 1996.

MORAES, A.; MONT'ALVÃO, C. **Ergonomia: conceitos e aplicações**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

MORAES, D. **Limites do Design...** São Paulo: Studio Nobel, 1999.

STRUNK, G. **Viver de Design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2004.