

estudiante logra tomar una postura por el mero hecho de poder ubicar una mirada externa personal desde su formación en la disciplina académica, aplicándola a su realidad y en su entorno. Hoy el diseñador deberá estar predispuesto (y consciente) a participar de la construcción de su entorno material colectivamente y en correspondencia con las pautas que le impone su cultura pero en total coherencia con los procesos que se fueron desarrollando hasta este momento, y superarlos. El contexto con el que hoy convive tiene pautas diferentes que el deberá interpretar hoy nuevas propuestas pasan por diseños ecológicos, integrados con el entorno y el medio ambiente, dando un paso adelante en la búsqueda de una vida sustentable, girando en dirección a lo digital y autosuficiente, integrando soluciones tecnológicas con redes telemáticas y con multi especialidades. Así es su momento histórico; de la rapidez y claridad con que lo perciba y se adapte dependerá el éxito de su producción.

Conclusión

La Universidad está planteada como el estadio superior de la enseñanza sistematizada y es la encargada de formar a los futuros profesionales, teniendo en cuenta que éstos no deberán solamente ser especialistas en sus correspondientes áreas de conocimiento, sino también individuos con una formación integral y conscientes de su responsabilidad social.

Así lo dijo uno de nuestros referentes de cátedra, la enseñanza como práctica contextualizada nos invita a reflexionar con amplitud de pensamiento sobre, ¿cuál es el recorrido en el que debemos acompañar a nuestros estudiantes? El primer año de nuestra carrera nos enfrenta a diversos desafíos. Asumimos jóvenes en un momento de cambio importante, en sus vidas personales y como futuros profesionales. Los recibimos con expectativas múltiples y difusas, conociendo parcialmente sus potencialidades y sus debilidades, esperando que el entorno les aporte respuestas que no siempre están disponibles. En este universo, el proceso de enseñanza-

aprendizaje, se nos presenta como una aventura singular. Descubrimos que nuestra tarea trasciende ampliamente los conocimientos estrictamente académicos. Herramientas, metodologías, hábitos, etc., son algunos de los efectos colaterales que nuestra labor implica. Historia del diseño industrial nos sumerge en un universo en donde todos estos avatares se develan tanto para ellos como para nosotros. El camino recorrido es arduo pero fantástico. Nos permite redescubrir que el aprendizaje es permanente y mutuo.

Abstract: The Industrial Design is a discipline that places us in the functional base of our daily life. We can't tell the History today if it is not by the hand of innumerable objects-appliances that accompanied us in the big moments. To watch, to analyze and recognize objects in an exactly context, are fundamental competences to develop for our students, future professional. So, to understand and integrate the History is necessary that these readings were imagined as a part of an indivisible unit (interdisciplinary), in the formation of the Industrial Designer.

Key words: Industrial Design - History - Objects-appliances - Object-subject - Interdiscipline

Resumo: O design industrial é uma disciplina que nos faz ficar na base funcional de nossa vida cotidiana. Hoje não podemos contar a História senão da mão de inúmeros objetos-artefactos que acompanharam grandes momentos. Observar, analisar e reconhecer objetos em um contexto preciso são funções fundamentais a serem desenvolvidas por nossos estudantes-futuros profissionais. Portanto, para a compreensão e integração da História, é indispensável que estas leituras sejam concebidas como parte de uma unidade indivisível (interdisciplinar), na formação do designer industrial.

Palavras-Chave: Designer industrial - História - Objetos-artefactos - Objeto-sujeito - Interdisciplinar

(*) **Carlos Fernando Valdez, Amparo Mabel Burón, Fabiana Augusto y Alejandra Ochoa.** Docentes de la Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

Co7o. Metodología emprendedora para um designer globalizado: Empreendesign

Marcos Breder Pinheiro (*)

Fecha de recepción: abril 2010
Fecha de aceptación: septiembre 2010
Versión final: diciembre 2010

Resumen: La enseñanza del diseño en Brasil está relacionada a las metodologías que influenciaron la formación profesional de toda una generación de diseñadores y se basa en gran medida en la intersección de los intereses entre escuela y empresa, obteniendo como resultado un diseño centrado «en la producción de objetos reproducidos industrialmente». La nueva propuesta metodológica tiene como su núcleo la valorización de las habilidades individuales del profesional, aprovechando las oportunidades de la globalización. El «empreendedorismo» tiene como cimiento, la innovación y el diseño, que en conjunto, invitan al alumno a observar, con libertad, independencia y audacia, los posibles caminos en su carrera profesional en la era de la globalización.

Introdução

O ensino de design no Brasil tem sido atrelado continuamente à metodologia difundida pelas escolas alemãs, muito especialmente a de ULM, que influenciou a formação profissional de toda uma geração de designers brasileiro¹, desde a inauguração da ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial, no ano de 1963². O florescimento de uma nova metodologia de design deve começar pelo questionamento dos postulados estabelecidos nos idos de 1950 e 1960 na Europa, época que consolidou o modelo nacional-racionalismo como principal enunciado. A esse respeito, afirma Leite³ que “a educação em design no Brasil não pode, de modo algum, continuar a trilhar os caminhos atuais, quando são multiplicados a uma quantidade absurda de profissionais, todos eles direcionados ao mesmo enquadramento no mercado”, fato este evidenciado pelo legado do pensamento tradicional daquela escola.

Utiliza-se de uma metodologia baseada fortemente na interseção dos interesses entre escola e empresa, obtendo como resultado um design focado “na produção de objetos reproduzíveis industrialmente” e, assim como ensina Branzi⁴:

Essa definição extremamente linear constitui um erro histórico no debate sobre design; ver essa atividade de projeção como um processo que transforma os objetos existentes em qualquer coisa que possa ser reproduzida em dez mil, um milhão de cópias, subentende a confusão entre o fim e o meio do design. O design está no centro de um grande problema geral, em que a indústria é um instrumento, um segmento à disposição, mas não é o único parâmetro de referência.

Justificativa

O sistema em vigor prioriza a criação de mão-de-obra para o setor fabril, e não confere ao profissional um olhar eminentemente crítico sobre as nuances de um mundo em constante e rápida transformação. Esse pensamento, apoiado sobre os pilares da metodologia alemã, foi “uma espécie de modelo involutivo, preestabelecido e inatingível, para ser proposto a uma nova geração de designers, que dentro de um contexto errôneo não se formou”, afirma Branzi⁵. “O seu principal defeito consistiu propriamente em colocar como centro da questão a construção de um sistema design, e não a formação de designers livres”, antevendo uma emancipação do pensamento metodológico clássico.

A metodologia de design tem se desdobrado em diversas interpretações, mas reiteradamente partindo da identificação de um problema que justifique a atividade projetual. Tem-se, a partir desse ponto, o início da “atividade pensante” do profissional, direcionada à resolução da questão. Mas onde está a visão crítica (e independente) do designer? Devemos educar os futuros profissionais

para ser obedientes? Não estaríamos assim formando, no meio acadêmico, autômatos do design?

Se outrora o processo de design estava atrelado à industrialização e ao melhor atendimento das necessidades do usuário, hoje o design representa um processo mais amplo do que “resolver problemas”. Constitui-se no meio de produzir a inovação. E isso deve ser aprendido desde a graduação. É preciso, nas palavras de Leite⁶, entender que “o discurso dos anos iniciais do design no Brasil, atrelado ao receituário suíço alemão e a sua precária ideologia, ficou para trás”. Somando-se a isso, a competitividade globalizada, multicanal, dinâmica, evidencia a necessidade de novos modelos.

Bases da Nova Metodologia

A nova proposta metodológica tem como cerne a valorização das habilidades individuais do profissional, contribuindo para que este se posicione no mercado de trabalho de forma mais consciente, aproveitando as inúmeras oportunidades que surgem a todo momento. Tem como alicerce o empreendedorismo, a inovação e o design, que em conjunto, convidam o indivíduo a observar, com liberdade, independência e ousadia, os possíveis caminhos a seguir em sua carreira.

Tem, do empreendedorismo, o impulso pela descoberta, pelo caráter gerador de negócios inerente à sua formação. Nas palavras de Drucker⁷, “o empreendedor vê a mudança como norma e a explora como sendo uma oportunidade”, habilidade imprescindível no profissional do novo século. Somando-se à inovação como característica fundamental do design, põem-se às mãos do próprio homem a responsabilidade sobre o seu ofício.

Foram realizadas observações e ensaios durante 5 anos, período de prática docente do autor em ambiente universitário ligado ao design de produtos. Atuação esta, antecedida por um estudo de mestrado ligado à indústria nacional e intercalada com uma intensa análise do design no Brasil e no mundo, amparado por uma pesquisa de pós-graduação em gestão de negócios. As observações efetuadas também como empresário, somado ao exercício docente, evidenciaram um desgaste da aplicação do método projetual clássico como uma verdade inquestionável, o que impossibilita ao jovem designer atuar com valentia frente o dinâmico mundo globalizado.

Nova proposta: Empreendesign

Empreendesign é, antes de tudo, uma nova visão sobre o extenso universo do design de produtos em todo o mundo, posicionando o indivíduo como centro das decisões, amparado por sucessivas etapas de desenvolvimento projetual. A observação, o pensar e a realização caracterizam a estrutura da nova proposta metodológica, cabendo ao designer manejar os elementos que levarão

ao resultado final. Compreende os seguintes vocábulos: empreendedorismo, inovação e design.

Durante o segundo semestre de 2009 o exercício metodológico foi consolidado com a apresentação dos trabalhos realizados pelos alunos em exposição pública denominada: 1ª Mostra de Talentos Empreendesign.

Na verificação de sua aplicação no discente em design, os resultados foram auspiciosos, especialmente com a divulgação dos trabalhos dos alunos pela Internet. O site do projeto⁸ serviu como base para a divulgação dos trabalhos, sendo que rapidamente foram divulgados em sites especializados.

Ainda que a exposição dos trabalhos, somado aos contatos realizados pela Internet tenham sido importantes para a experiência empreendedora dos alunos, mas o mais importante se encontra submerso: a absorção, pelo futuro profissional, de um processo metodológico especialmente concebido em favor de um posicionamento à tom com as rápidas transformações do planeta. Delineiam-se, ao favorecer um novo olhar sobre o tema, as projeções do design brasileiro para os próximos anos.

Método

A metodologia emprega em aula foi especialmente concebida para direcionar o profissional designer para o descobrimento de meios que resultem na geração de valor através da inovação, possibilitando com isso novas oportunidades. Divido em três etapas principais, (A) observar, (B) pensar, (C) realizar, conta com fases adjacentes que favorecem ao cumprimento de cada etapa. A seguir, o Diagrama Empreendesign direcionado ao contexto acadêmico, contendo as etapas e as subdivisões de suas respectivas fases.

Fase “Observar” (A)

Esta etapa cumpre a função importante de imergir o aluno no contexto atual do mundo, do que compõem as travas que limitam o design. É preciso compreender, rapidamente, quais são as perspectivas para um design(er) sem fronteiras. “A orientação deve ser dada ao aluno-designer no sentido de que ele descubra as suas idéias a partir da prática da observação e da percepção das oportunidades⁹”.

A.1 Indivíduo;

A.2 Visão panorâmica;

A.3 Motivo de investigação.

Fase “Pensar” (B)

Etapas que tem como cerne a busca do aluno por uma reflexão do vasto panorama que se apresenta. Um “mundo do design” incrivelmente amplo, de grandes oportunidades e um “motivo de investigação” que o direciona para o descobrimento de algo novo, ligado intrinsecamente à sua própria vida.

Um aluno motivado e ciente de sua participação ativa no desenvolvimento do conceito direciona-o para seus melhores esforços, uma vez que “o ambiente próprio de cada aluno é a sua interface com a escola¹⁰”. Inicia-se a fase de busca pelo aluno das possibilidades de mercado, vinculados aos objetivos da disciplina. Nessa etapa é importante sedimentar o que poderá ser buscado, uma

vez que o interesse será fator de sucesso na aplicação da metodologia.

B.1 Abordagem Fabril;

B.2 Definindo Público Alvo;

B.3 Síntese Conceitual.

Fase “Realizar” (C)

Em geral, o projeto termina com um protótipo, que se torna o fim em si sem que o aluno possa vislumbrar que o produto que acabou de criar possui outros desdobramentos e dimensões que se apagam na passagem do modo de projetar como receita¹¹.

Isso evidencia a importância da finalização do projeto para fortalecer no aluno o interesse por todas as etapas.

C.1 Alternativas de Produto;

C.2 Protótipo.

Considerações Finais / conclusão

A aplicação da metodologia Empreendesign tem se mostrado eficiente na edificação de produtos com grande carga conceitual, com designs bastante significativos. O aprofundamento nas etapas delineadas pelo diagrama representa um ponto de apoio durante as aulas, contribuindo para direcionar o discente durante as fases de projeção. Os resultados obtidos por parte dos alunos representa uma nova forma de incursão no mercado de trabalho, não mais ligado a barreiras geográficas, mas, devido a disseminação do design por *blogs* e sites especializados, pode promover o futuro profissional pelo mundo.

A metodologia mostrou-se uma excelente ferramenta para o dinamismo do futuro profissional, colocando nas mãos do aluno a observação pelas oportunidades de mercado, contribuindo deste modo para a formação de um designer empreendedor.

Notas

1. Niemeyer, Lucy. *Design no Brasil: origens e instalação*. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
2. De Moraes, Dijon. *Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem*. 1. ed. Sao Paulo: Editora Edgard Blücher, 2006. v. 1. 304 p.
3. Tudo pelo social. João de Souza Leite. *Design Método*, Rio de Janeiro: Ed. Puc Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.
4. Apud De Moraes, Dijon. *Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem*. 1. ed. Sao Paulo: Editora Edgard Blücher, 2006. v. 1. 304 p.
5. Apud De Moraes, Dijon. *Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem*. 1. ed. Sao Paulo: Editora Edgard Blücher, 2006. v. 1. 304 p.
6. Tudo pelo social. João de Souza Leite. *Design Método*, Rio de Janeiro: Ed. Puc Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.
7. Drucker, Peter. “Inovação e Espírito Empreendedor” - *Entrepreneurship* - Práticas e Princípios, Pioneira, 1986
8. www.empreendesign.com.br, acesso entre dezembro de 2009 a 30/05/10

9. Formigueiros virtuais. Neville Jordan Larica. Design Método, Rio de Janeiro: Ed. Puc Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.
10. Ídem.
11. Por uma metodologia de idéias. Luiz Antonio L. Coelho. Design Método, Rio de Janeiro: Ed. Puc Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.

Nota Comité Editorial: Este artículo ha sido modificado (se han eliminado imágenes) para su publicación en esta edición Actas de Diseño, debido al espacio y formato de la misma.

Referências Bibliográficas

- Niemeyer, Lucy. Design no Brasil: origens e instalação. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- De Moraes, Dijon. Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem. 1. ed. Sao Paulo: Editora Edgard Blücher, 2006. v. 1. 304 p.
- Tudo pelo social. João de Souza Leite. Design Método, Rio de Janeiro: Ed. Puc Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.
- De Moraes, Dijon. Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem. 1. ed. Sao Paulo: Editora Edgard Blücher, 2006. v. 1. 304 p.
- Design: tempo e lugar. Cristine Nogueira. Design Método, Rio de Janeiro: Ed. Puc Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.
- Munari, B., 1997. "Design & Comunicação Visual: Contribuição para uma metodologia didática", São Paulo: Martin Fontes, 1997.
- Eleven lessons: managing design in eleven global companies Desk research report, 10 October 2007.
- Tudo pelo social. João de Souza Leite. Design Método, Rio de Janeiro: Ed. Puc Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.
- Drucker, Peter. "Inovação e Espírito Empreendedor" - Entrepreneurship - Práticas e Princípios, Pioneira, 1986.
- Formigueiros virtuais. Neville Jordan Larica. Design Método, Rio de Janeiro: Ed. Puc Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.
- Formigueiros virtuais. Neville Jordan Larica. Design Método, Rio de Janeiro: Ed. Puc Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.
- Por uma metodologia de idéias. Luiz Antonio L. Coelho. Design Método, Rio de Janeiro: Ed. Puc Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.

Abstract: Design teaching in Brazil is related to the methodologies that influenced in the professional formation of a whole generation of designers and is based specially on the interest interjection between the school and the enterprise, getting as a result a design centered "in the production of object reproduced industrially". The new methodological purpose has as a focal point the valorization of the individual abilities of the professional making use of the globalization opportunities. "Enterprising" has as a base the innovation and the design that together, invite the pupil to observe, freely, with independence and audacity, the probable roads in its professional career in globalization age.

Key words: Teaching - Methodology - Enterprising - Professional abilities - School and Enterprise - Globalization - Innovation.

Resumo: O ensino de design no Brasil está atrelado à metodologias que influenciaram a formação profissional de toda uma geração de designers e que baseada fortemente na interseção dos interesses entre escola e empresa, obtendo como resultado um design focado "na produção de objetos reproduzíveis industrialmente". A nova proposta metodológica tem como cerne a valorização das habilidades individuais do profissional, aproveitando as oportunidades da globalização. Tem como alicerce o empreendedorismo, a inovação e o design, que em conjunto, convidam o discente a observar, com liberdade, independência e ousadia, os possíveis caminhos a seguir em sua carreira profissional na era da globalização.

Palavras-chave: Ensino - Metodologia - Habilidades do Profissional - Empreendedorismo - Escola e Empresa - Inovação - Globalização.

(* **Marcos Breder Pinheiro.** Graduado em Desenho Industrial com Habilitação em Projeto de Produto pela UEMG, Especialista em Gestão de Negócios pela Fundação Dom Cabral, Mestre em Ciência de Materiais pela REDEMAT. Consultor independente, ministra cursos de design e empreendedorismo. Docente. Universidade FUMEC. Brasil.

C035. Secuencia de acciones cognitivas involucradas en el diseño gráfico creativo de una cubierta para un libro

Fecha de recepción: abril 2010
Fecha de aceptación: septiembre 2010
Versión final: diciembre 2010

Adriana Judith Cardoso Villegas y Mara Edna Serrano Acuña (*)

Resumen: El presente estudio es un reporte de investigación empírica con resultados parciales sobre las actividades de los estudiantes de Diseño Gráfico en la asignatura de Diseño Editorial, en el cual se determina una secuencia de habilidades de pensamiento involucradas en el proceso de diseño gráfico de una cubierta para una obra literaria, a partir de lo cual se define un modelo para ser implementado como recurso didáctico en el que se define el orden de la serie de acciones cognitivas que debe ejecutar el estudiante para elaborar una propuesta creativa en el diseño de dicho objeto gráfico.

Palabras Clave: Diseño Gráfico - Cognitivo - Diseño Editorial - Obra literaria - Lingüística

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 74]