

DESIGNA

2014

DESEJO \ DESIRE

PROCEEDINGS

UBI

Francisco Paiva
Catarina Moura (Org.)

DESIGNA

Conferência Internacional de Investigação em Design
International Conference On Design Research

Título / Title

DESIGNA 2014

Desejo / Desire

Organização / Executive Committee

Francisco Paiva

Catarina Moura

Design Gráfico / Graphic Design

Sara Constante

Edição / Edited by

Universidade da Beira Interior

Faculdade de Artes e Letras

Departamento de Comunicação e Artes

Rua Marquês d'Ávila e Bolama 6200-001 Covilhã,

Portugal

Impressão / Print on Demand

Serviços Gráficos da UBI

Tiragem

Print on demand

ISBN

978-989-654-181-1 (papel)

978-989-654-183-5 (pdf)

978-989-654-182-8 (epub)

Apoios / Institutional Support

LabCom, Online Communication Lab

Fundação para a Ciência e a Tecnologia

www.ubi.pt

www.designa.ubi.pt

Covilhã, 2014

© Reservados todos os direitos.

O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. A organização não se responsabiliza nem se pronuncia face à exactidão da informação constante deste livro. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens são da exclusiva responsabilidade dos autores.

A DISCIPLINA DE ANTEPROJETO E O SEU CONTRIBUTO NA LIGAÇÃO DA ACADEMIA AO MERCADO DE TRABALHO

ID 216

Nuno Duarte Martins, Daniel Brandão

Instituto Politécnico do Cávado e Ave, ID+, Universidade do Porto. Portugal

Leonardo Pereira

Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, ID+. Portugal

ABSTRACT

In this paper we will present the results of the pedagogic experience developed in the course of Anteprojecto of the degree in Graphic Design of the School of Technology (EST) at the Polytechnic Institute of Cávado e Ave (IPCA).

The main objective of the course is to foster the acquisition of skills in the management and execution of projects in Communication Design and establish a first connection to the labor market. This contact with the market is made directly by the student, who must identify and analyze a problem and propose a study of solution to a certain entity. This experience has fostered, among students, an entrepreneurial culture, promoting positive results.

In the present article we will begin to present a framework of the institution and the degree; describe the methodology adopted in the course; and present a number of examples of student work undertaken in this course according to this model.

PALAVRAS-CHAVE

Educação, Design de Comunicação, Anteprojecto, Empreendedorismo

1. INTRODUÇÃO

A unidade curricular de Anteprojeto é lecionada no terceiro e último ano do curso de licenciatura em Design Gráfico da Escola Superior de Tecnologia (EST) do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA). O Anteprojeto é uma das disciplinas nucleares do curso e tem como principal missão preparar os alunos para a inserção no mercado de trabalho. Esta unidade curricular funciona como um espaço de reflexão e de discussão de ideias criativas, que sejam potencialmente geradoras de projetos relevantes na área do Design de Comunicação. Neste artigo são apresentados os resultados da experiência pedagógica desta disciplina, desde a sua criação, no ano letivo de 2008/2009.

2. ENQUADRAMENTO DA INSTITUIÇÃO E DO CURSO

O IPCA é uma instituição de ensino superior público criada em 19 de dezembro de 1994 e tem sede na cidade de Barcelos. Atualmente, é a mais jovem instituição de ensino superior público do país e é constituído por duas escolas: a Escola Superior de Gestão e a Escola Superior de Tecnologia, sendo nesta última onde é ministrado o curso de licenciatura em Design Gráfico. Em apenas duas décadas, o IPCA teve um significativo crescimento na oferta formativa e no número de estudantes, tendo presentemente, 16 licenciaturas e 12 mestrados, em regime diurno e pós-laboral, e mais de 3500 alunos (IPCA, 2014a).

O curso de licenciatura em Design Gráfico tem como objetivo formar profissionais altamente qualificados na área do Design de Comunicação, com uma postura interventiva ao nível das novas tecnologias da comunicação. O curso funciona em regime diurno e pós-laboral e procura promover o contacto dos estudantes com as empresas, em resposta às necessidades emergentes, junto do setor das indústrias criativas e tecnológicas, do comércio e da comunicação (IPCA, 2014b).

Esta oferta formativa conta com o apoio do Comité Consultivo de Design Gráfico da Escola Superior de Tecnologia, que tem como missão principal o aconselhamento direto dos diversos órgãos de decisão da Escola em matérias fulcrais da sua atividade, nomeadamente no ensino, na investigação e na prestação de serviços à comunidade, dando particular ênfase à persecução de linhas de colaboração

continuadas e profícuas entre a Escola e o tecido empresarial e industrial (IPCA, 2014b). Deste Comité, resultaram, nos últimos anos, um conjunto de trabalhos de parceria com empresas nacionais, nomeadamente, a Agência de Publicidade Caetsu, a CBS Creative Building Solutions, o Jornal de Notícias e a editora Paleta de Letras.

No sucesso desta cooperação entre o IPCA e as empresas tem sido fundamental o contacto entre a atividade académica e o mercado, promovido na unidade curricular de Anteprojecto.

3. OBJETIVOS

O principal objectivo da disciplina de Anteprojecto é o de estimular a aquisição de competências na gestão e execução de projetos de Design de Comunicação e estabelecer uma primeira ligação ao mercado de trabalho. Pretende-se contrariar a visão tradicional e unívoca de que é o cliente que tem de contactar o designer, destacando-se o valor acrescentado que acarreta a inversão desta relação. A intenção é estimular no discente um grau de proatividade, que contribua para o desenvolvimento de soluções de design com relevância social, cultural ou económica.

4. METODOLOGIAS

Em termos metodológicos, o contacto com o mercado é realizado diretamente pelo aluno, que tem de identificar e avaliar um problema e propor a uma entidade (direta ou indiretamente relacionada com esse problema) uma proposta de estudo de solução. Este projeto que o aluno se propõe desenvolver é o único realizado durante todo o semestre da disciplina. No entanto, o exercício é estruturado e organizado em três fases: Apresentação da proposta de trabalho (definição da área específica a investigar e apresentação da proposta de projeto a desenvolver); Desenvolvimento do Projeto (realização do projeto prático e teórico); e a Comunicação e Disseminação do Projeto (conclusão do projeto e preparação da exposição, apresentação e divulgação pública).

As aulas de Anteprojecto funcionam em formato de atelier, onde é estimulada a experimentação e a interação entre colegas e docente, sendo complementadas com o trabalho de campo do aluno, através de um contacto direto e regular com o cliente e com todas as identidades consideradas relevantes.

No início e nas fases chave do projeto são realizadas pelo docente exposições teóricas, de contextualização ou complemento ao trabalho de pesquisa realizado pelos alunos. É ainda fornecido aos alunos um manual sobre processo de desenvolvimento de um projeto de design de comunicação. O mesmo, serve como meio orientador do aluno no desenvolvimento do seu trabalho, devendo igualmente ser adaptado ao seu caso específico, sob a orientação do docente. Os temas abordados no manual são frequentemente discutidos durante as aulas e focam-se nas seguintes questões:

- a)** identificação e avaliação do problema;
- b)** primeira reunião com o cliente;
- c)** planeamento (briefing);
- d)** proposta de orçamento e planeamento;
- e)** desenvolvimento do anteprojecto;
- f)** desenvolvimento do projeto definitivo;
- g)** produção do projeto;
- h)** lançamento do projeto;
- i)** monitorização e optimização pós-lançamento.

Importa também salientar a organização de um conjunto de conferências com profissionais de design que contribuem decisivamente para a motivação e melhor conhecimento dos alunos sobre os desafios do mercado de trabalho.

5. COMPETÊNCIAS

No que respeita à área de Projeto em Design, o Anteprojecto é o culminar do percurso académico do aluno, daí que se assuma como pressuposto a aquisição de competências específicas ligadas às diversas áreas do Design de Comunicação. Desta forma, pretende-se que o aluno adquira, de um modo gradual, as seguintes competências: fique apto para responder aos desafios e exigências do mercado

profissional; realize projetos passíveis de aplicação e reconhecimento nos mais variados contextos sociais, culturais, profissionais, académicos e de mercado; conheça e aplique os fundamentos formais e teóricos da linguagem do Design de Comunicação; desenvolva uma capacidade de argumentação e fundamentação conceptual em todas as fases de um projeto, bem como de coordenação dentro de uma equipa de trabalho; aprofunde o conhecimento sobre as metodologias de projeto adquiridas nos anos transactos; e adquira autonomia no trabalho individual e em equipa no desenvolvimento de projetos de comunicação.

6. PRINCIPAIS RESULTADOS

A cultura empreendedora que se procura estimular ao longo dos anos na escola, tem levado a que alunos consigam, por exemplo, que as suas propostas académicas sejam aplicadas em contexto de mercado; e à concretização de oportunidades de emprego resultantes dos contactos desenvolvidos pelos alunos, sobretudo, durante o trabalho de Anteprojecto.

Neste capítulo apresentamos um conjunto de exemplos representativos do trabalho desenvolvido em Anteprojecto:

A) CRIAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE EMPREGO

A unidade curricular de Anteprojecto oferece aos alunos a possibilidade de desenvolverem um projeto de Design de Comunicação com entidades com que se identificam e que possam ser potencialmente empregadoras. Ao longo destes anos, vários alunos têm conseguido concretizar essas oportunidades de emprego ou desenvolver trabalhos regulares. Desses vários casos, destacamos os casos dos alunos Pedro Caldas e Tiago Gonçalves.

No ano de 2009, o aluno Pedro Caldas, contactou o Grupo Sonae com o objectivo de criar para a Sport Zone uma nova marca de skates. O estudo incluía o desenvolvimento do conceito, a identidade visual, as ilustrações das pranchas e o design promocional. Apesar de, na altura do contacto, este tipo de projeto não estar no plano estratégico da Sport Zone, a empresa aceitou acompanhar e apoiar todo o processo de trabalho do aluno. Com este apoio da Sonae, o discente conseguiu

ter um conhecimento mais próximo e objetivo das especificidades do mercado nesta área dos desportos radicais; e uma perspectiva mais comercial do design de comunicação, que ajudaram na potenciação do seu trabalho académico. Desta forma, conseguiu-se uma relevante convergência entre a vertente académica e a vertente de mercado, que ajudaram o aluno adquirir competências de design a nível profissional e de investigação.

A metodologia de trabalho e os resultados obtidos pelo aluno agradaram à Sonae, que meses depois apresentou ao aluno uma proposta de emprego. A proposta foi aceite e, desde essa altura, Pedro Caldas tem vindo a desenvolver projetos de design de comunicação, sobretudo para a Sport Zone e a Deeply. Neste percurso profissional, importa salientar igualmente a compra pela Deeply da marca Smurkles, proposta por Pedro Caldas, e que foi criada durante o período em que foi estudante no IPCA.

Outro caso de sucesso foi o de Tiago Gonçalves que, no ano de 2012, propôs ao Jornal de Notícias (JN) uma proposta de estudo de um suplemento editorial sobre videojogos.

Os videojogos são uma área forte do IPCA, que nesta área oferece cursos de licenciatura e de mestrado, destacando-se também o Centro de Investigação e Desenvolvimento Digital Games Lab, um edifício com uma área total superior a dois mil metros quadrados, dedicados à investigação em videojogos.

O crescimento exponencial desta indústria de entretenimento, a significativa aposta do IPCA nesta área e a pertinência e qualidade da proposta apresentada pelo aluno, levaram à aceitação do JN em apoiar o seu trabalho.

Os bons resultados deste projeto, resultaram na obtenção de um estágio profissional para o aluno neste jornal e o estabelecimento de uma cooperação regular entre o IPCA e o JN.

B) PROJETOS ACADÉMICOS APLICADOS EM CONTEXTO DE MERCADO

O principal objectivo da disciplina de Anteprojecto não é o da aplicação do trabalho académico em contexto de mercado, mas sim a preparação dos alunos em termos de metodologia, gestão e investigação em design para esse mesmo mercado. No entanto, durante estes anos, algumas das propostas académicas têm sido aplicadas ou adaptadas ao mercado (com a necessária garantia da preservação dos superiores interesses da instituição e do aluno). Um dos casos que mais impacto tiveram, sobretudo em termos locais, foi o projecto “Rock Rola em Barcelos”.

Este projecto nasceu em 2006 em formato de blogue, com o objectivo de difundir a música underground de Barcelos. Mais especificamente, o blogue pretendia reunir todas as informações sobre concertos, festivais e bandas barcelences ou bandas com atuações agendadas na cidade. Em 2011, no âmbito da disciplina de Anteprojecto, o aluno Bruno Albuquerque, propôs a criação de um “Rock Rola em Barcelos” no formato de jornal (impresso em papel). A proposta tinha como objectivo ampliar a divulgação deste fenómeno cultural local e projetar uma imagem que refletisse a sua verdadeira valorosidade.

O trabalho de campo realizado pelo aluno foi fundamental para conhecer melhor esta realidade. Para além disso, houve, desde o início, a preocupação em desenvolver uma proposta sustentável, que tivesse em conta as limitações orçamentais e garantisse uma estrutura editorial e gráfica duradouras. A solidez da proposta e a maquete apresentada pelo aluno foram determinantes para o sucesso do projecto. O jornal foi editado e distribuído com o “Jornal de Barcelos”, durante vários números, tendo sempre como designer responsável o Bruno Albuquerque.

Outros projectos, de diferentes áreas do design de comunicação, foram igualmente aplicados em contexto de mercado, onde se destacam: a identidade visual da Pacto (equipamentos personalizados de ciclismo), por Tiago Gonçalves, em 2010; identidade visual da Just All Design, por Cátia Vidinhas, em 2010; a ilustração e paginação do livro “A Felismina Cartolina e o João Papelão”, da editora Paleta de Letras, por Sandra Fernandes, em 2011; a ilustração e paginação do livro “Uma Letra, Mil Palavras”, da editora Gato na Lua, por Libânia Freitas, em 2012; e a identidade visual da Spiral Surfboards, por Gaspar Bourbon, em 2013.

7. CONCLUSÃO

O balanço final da unidade curricular de Anteprojecto é bastante positivo. Nestes seis anos lectivos de implementação desta disciplina, a aposta num trabalho próximo com as empresas, tem resultado numa inserção sólida dos alunos no mercado.

Para além das experiências pessoais que cada aluno tem com o seu projecto, durante as aulas é fomentado o trabalho em equipa, tendo os alunos a oportunidade de contactar e discutir as experiências dos colegas. Este processo coletivo, dota os alunos de um conhecimento plural do mercado e possibilita a discussão de diferentes problemas e situações reais do mundo laboral.

A crise económica dos últimos anos, tem sido um desafio acrescido para os alunos. No entanto, este formato aberto da disciplina, tem permitido ao longo dos anos uma discussão renovada sobre a identificação dos mercados emergentes, competitivos e potencialmente exploráveis pelos jovens designers.

Perante a presente experiência conclui-se ser fundamental continuar a investir numa aproximação ao mundo laboral, devidamente estruturado, planeado e regulado academicamente, que sejam potenciadoras de respostas eficazes na formação de designers para o atual universo aberto, descentralizado e inconstante do mercado da comunicação.

BIBLIOGRAFIA

ICPA. IPCA 2014, <http://vimeo.com/89318068>, 2014a.

ICPA. Oferta formativa: Design Gráfico, Barcelos, IPCA, 2014b.