

ESTRATÉGIA DE ATIVIDADE PARA A MOTIVAÇÃO DO DISCENTE NO CURSO DE DESIGN GRÁFICO

Gisele Pinna Braga

Doutoranda em Arquitetura e Urbanismo - FAU-USP.
Mestre em Comunicações - USP.
Especialista em Multimídia em Educação e Negócios.
Arquiteta e Professora de Computação Gráfica dos cursos de graduação e pós-graduação do UnicenP, Universidade Tuiuti do Paraná, Uniandrade e Faculdade de Belas Artes de São Paulo.
Universidade Tuiuti do Paraná
gipinna@uol.com.br

Renato Ferrarini

Especialista em Computação Gráfica Aplicada ao Design.
Especialista em Marketing e Propaganda Relacionada à Administração de Empresas.
Designer e Professor de Computação e Representação nos cursos de graduação em Design Gráfico, Design de Produto e Design de Moda da Universidade Tuiuti do Paraná.
Universidade Tuiuti do Paraná
ferraferrari@ig.com.br

Resumo

A turma do 3º ano de Design Gráfico da *Universidade Tuiuti do Paraná* demandou uma metodologia de trabalho que motivasse o discente à participação, maximizando o processo de aprendizado através da aplicação de atividades que simularam atividades profissionais reais. Com a intenção de proporcionar o aprendizado através da experiência vivenciada, tanto as etapas de produção como as de gerenciamento desse processo de produção foram experimentadas pelos alunos ao longo do desenvolvimento das propostas, envolvendo toda a turma numa só dinâmica pedagógica, onde os conceitos teóricos eram abordados em momentos oportunos para fundamentar as atividades práticas.

Abstract

The Graphic Design students of Universidade Tuiuti do Paraná demanded a more motivating teaching methodology. The learning process should be more efficient and the students should participate more in proposed activities. In order to maximize learning, some activities that simulated the real professional life were created. The learning process was idealized to bring real experience. Students were guided to produce and manage the creation process, in order to make the academic exercise similar to real life. All the students were involved in a pedagogical dynamic, in which theoretical concepts were systematically studied in specific time to support practical activities.

Introdução

O curso de Design Gráfico da Universidade Tuiuti do Paraná tem como missão: consolidar um pensamento avançado em saberes teóricos, técnicos, práticos e éticos que conduzam a um conhecimento diferenciado para a produção pessoal, empresarial e social.

A disciplina de Representação Gráfica para o terceiro ano do curso encontrou desafios específicos: 1) A turma, primeira do curso, não tem na Universidade um referencial de egresso no qual possa se espelhar. Assim, as expectativas dos alunos são difusas e muitos alunos estão angustiados e ansiosos para ingressarem no mercado. 2) Os alunos, na sua maioria, apresentam grande expectativa em adquirir conhecimentos técnicos, tendo resistência às aulas teóricas e conceituais. 3) No que diz respeito à produção gráfica, os alunos apresentam-se inseguros para a atuação no mercado profissional.

No primeiro bimestre do curso, a disciplina buscou aprofundamento teórico por meio de discussões e dinâmicas baseadas em textos lidos previamente. No entanto os alunos mostraram muita resistência com essa metodologia pois não aceitavam a leitura como meio para o aprendizado e mostravam-se ansiosos para visualizar a aplicação prática daquelas discussões. Dessa forma ficou evidente a necessidade de uma abordagem mais prática para atingir os objetivos de aprendizado.

Percebendo que o sentimento de ansiedade tomara conta dos alunos e buscando mudar a metodologia adotada para trocar infor-

mações entre professor e aluno, consideramos então as prerrogativas de que dispúnhamos, naquele momento, para redirecionar o andamento da disciplina sem afetar os aprendizados teóricos e práticos necessários ao desenvolvimento do acadêmico, em especial para a disciplina de representação gráfica do curso, e da resposta à expectativa dos alunos a respeito dos conteúdos dessa disciplina.

Objetivos

Tendo em vista a insatisfação da situação de conflito entre o aluno - que tinha uma grande expectativa de suprir sua falta de conhecimentos técnicos - e os objetivos específicos da disciplina - que pretendia aprofundar os conhecimentos teóricos que envolvem a produção gráfica multimídia, buscamos um caminho alternativo.

Cabe salientar que o trabalho profissional do designer, no que diz respeito à produção gráfica multimídia, prescinde de um profissional com qualificação técnica e teórica. Assim, aprofundar os conhecimentos teóricos para um público pouco interessado nessas questões foi o principal desafio a ser enfrentado. Para conciliar as questões do conflito, perceberemos a necessidade de:

- aumentar o grau de motivação do aluno em aula
- aumentar o compromisso do aluno e seu envolvimento com as atividades propostas;
- atender às expectativas do aluno quanto à elaboração de trabalhos práticos
- desenvolver o aprendizado necessário para que fosse apto a propor idéias de criação na área de design;



- aprofundar conceitos teóricos necessários ao seu aperfeiçoamento e colaboração como profissional que deve ser;
- Visando atender esses objetivos, desenvolvemos a dinâmica de atividade que passamos a comentar a seguir, relatando os acontecimentos oportunos para a questão de aprendizado deste trabalho.

Desenvolvimento

Primeiramente, foi necessário respeitar a ementa da disciplina: “Representação da imagem por meios virtuais. Imagem digital, imagens animadas. Internet e multimídia”. O assunto “imagens animadas” era o conteúdo que deveria ser abordado naquele momento.

Foi então pensada uma estratégia para envolver o aluno no processo de trabalho de forma a se sentirem motivados para corresponderem ao trabalho proposto. Assim, optou-se por simular ao máximo, em sala de aula, os mecanismos de relação interpessoal que envolvem a produção do designer, aproximando o aluno das situações encontradas na atividade profissional do mercado e, paralelamente, construindo os conhecimentos teóricos pertinentes ao conteúdo da disciplina.

A proposta foi de cada aluno da sala ser ao mesmo tempo, cliente de um colega, e designer de outro. Cada um fez um trabalho encomendado por um colega e encomendou um trabalho a outro, se comprometendo duplamente e vivenciando a situação de produção pelo olhar do cliente e pelo olhar do designer. Uma cadeia de clientes-designers foi criada e a turma ficou de uma vez só envolvida.

Neste aspecto foi possível notar que aos poucos, a postura do aluno com relação ao trabalho e o compromisso de elaboração mudaram. O nível de respeito e responsabilidade subiram, pois os alunos sentiram-se como se estivessem envolvidos em uma situação próxima da realidade do dia-a-dia de um designer. Além do mais, a cada aula exigia-se uma atividade e seu devido registro que prescindia da participação do aluno cliente e do aluno designer. Quando um aluno faltava à aula, seu cliente e seu designer ficavam impedidos de cumpri-las.

Essa estratégia funcionou como um mecanismo auto-regulador do processo de desenvolvimento do trabalho e os próprios alunos tratavam de cobrar dos outros colegas, a participação nas atividades de sala de aula. Perceberam, portanto, que tinham um compromisso real com dois colegas da turma e que era preciso tratar a questão com seriedade.

O tema escolhido tendia a facilitar a relação interpessoal entre os alunos e propiciou discussões teórico-conceituais suficientes sobre o objeto do trabalho. O tema foi: a criação de um cartão de visita pessoal animado não interativo. A discussão inicial do que é um cartão pessoal animado, objeto não existente no dia-a-dia dos alunos, propiciou a abertura para as discussões conceituais dentro do contexto do trabalho.

Uma breve texto foi distribuído para estimular a discussão sobre o que é um cartão de visita pessoal animado. Segue:

“O Cartão de Visita é a sua apresentação como ser humano e profissional. Tradicionalmente é produzido em papel de medidas padrão, distribuído pessoalmente, contendo as informações que possibilitem um futuro contato. Pela restrição tecnológica, o cartão de visita ainda não absorveu, em seu caráter gráfico, os recursos oferecidos pela mídia eletrônica.

Entretanto, os avanços das novas tecnologias e do desenvolvimento de novos materiais nos permitem acreditar que num futuro próximo, a possibilidade de apresentar um material multimídia num suporte fino, com dimensões similares a um cartão de visita padrão, seja uma realidade.

Assim, esse trabalho consiste no desenvolvimento de um cartão de visita pessoal animado para um determinado cliente e no registro da comunicação gráfica e textual envolvida, num processo que simule uma atividade profissional real.”

Assim, a estratégia para a apreensão dos conceitos teóricos foi a de, na medida em que o trabalho era produzido, os professores estimulavam os alunos com as questões teóricas pertinentes para que, num processo orientado, os mesmos tomassem consciência da relevância daqueles conceitos e de sua aplicação prática.

Muitas vezes o aluno - em sua figura de designer - precisava compatibilizar os problemas levantados pelo briefing, proposto pelo cliente, com sua atividade criadora buscando uma coerência entre a personalidade do criador e a satisfação do cliente nos aspectos que ambos julgavam necessários. Como o cliente também era designer, muitas vezes seu ímpeto criador restringia o potencial criativo do designer. Em alguns casos observamos alunos irritados com a impossibilidade de liberdade criativa pois o colega cliente restringia sua criação. Tal situação trouxe à discussão da questão da atividade do designer enquanto profissional que deve saber lidar e gerenciar as diferenças com seus clientes.

Neste momento de articulação de uma situação dupla de caráter apenas acadêmico, o aluno designer tinha que criar e representar sua idéia em computador sem, no entanto, esquecer que necessitava de um planejamento criterioso no que tange a lógica do raciocínio de composição estruturas de fundo e elementos que iriam compor a cena principal da criação obedecendo o desejo do seu colega cliente.

A partir do processo de interação com seu cliente, o aluno começou a desenvolver estratégias de como articular formas, movimentos, gosto pessoal, ser profissional, trabalhar com o subjetivo ou até induzir o cliente a ver algo que não estava simplesmente representado como conteúdo da imagem dentro de uma pequena cena, observar os critérios de conteúdos citados pelos professores contemplando com méritos os objetivos da disciplina e de seu colega que, nesta questão, seria apenas seu cliente exigente que usava de critérios técnicos e teóricos para a avaliação da sua criação com um todo.

Os professores determinaram que deveriam ser observados os seguintes itens para a composição:

- Estudo das formas (segundo os princípios da teoria da Gestalt) dos objetos e sua influência na visualização geral das cenas, considerando: formas e cores - representação somente com cores (e quais seriam) e se as mesmas estariam apenas sugerindo situações no pré julgamento do resultado visível na interface escolhida pelo aluno em representar seu objeto.
- Respeitar o desejo do cliente - pois ele forneceria as diretrizes do que deveria ser apresentado em seu cartão virtual animado e em que situações deveria aparecer quem ele era e como deveria ser as imagens, formas, cores, movimentos entre outros aspectos particulares de cada aluno.
- Observar dimensões de um cartão real, seus limites e quanto pode ser transmitido, para então e somente a partir daí prosseguir definindo novos usos, forma, movimentos, cores e estabelecer um novo paradigma de criação e visualização dos resultados. O



parâmetro de dimensões não era fixo. Porém, a alteração possível deveria ser devidamente fundamentada e a função do cartão de visitas não poderia ser descaracterizada.

• Ater-se às regras de manter um canal de comunicação aberto com o cliente, tendo um e-mail ia e vinha, do designer a seu aliente a toda aula, como uma ata de reunião, que funcionava como um documento comprobatório de regularidade nas atividades de sala de aula no cumprimento da disciplina.

Com o andamento do trabalho ficaram mais claras algumas relações entre os próprios alunos e a subjetividade dos conteúdos começaram a ganhar clareza em resultados de representações cada vez melhor elaboradas, tendo como rotina descrever elementos e considerar a lógica dos acontecimentos de movimentos e cores na composição de um objeto, integrando às necessidades de cliente e aluno.

Os professores estimularam os alunos com as questões teóricas pertinentes para que, num processo orientado, os mesmos tomassem consciência da relevância daqueles conceitos e de sua aplicação prática, conseguindo com isso o alcance necessário ao aprendizado.

Para tanto se estabeleceu uma rotina de registro formal da comunicação cliente/designer. Criada para que o compromisso entre alunos fosse formalizado e para que o aluno, acostumado com o vocabulário impróprio, exercitasse sua postura frente ao cliente. Um e-mail foi criado para o registro de todo o processo. A cada reunião o designer mandava, por e-mail, o registro do que havia progredido. O cliente, por sua vez, dava ou não o aceite e a comunicação oficial funcionou dessa forma até a finalização do trabalho.

Foi abordada com a classe, a questão da postura do aluno como um todo, o que incluía sua linguagem escrita, ao registrar seu documento, que deveria simular ao máximo seu diálogo com o cliente. Caso o designer não produzisse o material dentro do prazo, o cliente o cobraria formalmente, enviando-lhe um e-mail. Esse e-mail foi entregue aos professores ao final do processo. Desta forma se deu início as atividades, determinadas pelo que ocorre profissionalmente com um designer, ou seja:

BRIEFING : Definição da situação pelo cliente: Cada aluno, em reunião com seu cliente, definiu o briefing, segundo orientações dos professores.

PESQUISA : Após definido o briefing e registrado este em e-mail/ata, ise deu início o processo de pesquisa. Os professores alimentaram os alunos com informações técnicas e teóricas no que diz respeito as form as de representar imagem animadas, com a finalidade que os mesmos pudessem ter elementos para a criação;

PRODUÇÃO : Nessa fase os professores orientaram o processo instigando-os a refletir sobre as questões conceituais de animação, geração das imagens, movimentos, lógica de simulação dos acontecimentos e a seqüência de montagem possibilitando quebra de paradigmas;

APRESENTAÇÃO - Apresentação oral que simula a reunião sua com seu cliente para a apresentação do cartão. Para que a simulação fosse próxima do que ocorre na atividade profissional do designer, uma orientação inicial foi dada para conscientizar o aluno da importância de se pensar a apresentação do material desde a unidade como um todo até a maneira de se vestir, falar, dando seqüência ló-

gica as colocações predefinidas pelos designer frente aos seus clientes no ato da entrega do trabalho concluído, como uma unidade e da importância em se preocupar com postura, vocabulário, conhecimento do conteúdo, desenvoltura, segurança e estratégia.

Resultados

Foi constatado nas conversas em sala de aula que a postura do alunos perante o trabalho foi mais séria, pois as informações e relações de cliente e designer foram estabelecidas pelas regras simulando o trabalho profissional. Quando a resolução dos elementos não agradavam ao cliente, o designer responsável por sua elaboração se esforçava para devolver à altura a resposta de design ao seu cliente.

Explicitadas as diferenças entre o repertório de cada aluno e o do cliente, os resultados individuais originaram de várias linhas de raciocínio diferentes. Cada aluno pode, portanto, explorar diversos caminhos metodológicos e posteriormente demonstrar o seu nível de satisfação e conhecimento aplicado para resolver problemas que bem poderiam ser reais.

Demonstrando segurança, desenvoltura e superando as deficiências teóricas todos de uma maneira pessoal denotaram um aprofundamento em questões teóricas e ao mesmo tempo a exploração do resultado pratico com soluções e alternativas ao seu cliente satisfazendo seu objetivo básico de envolver a turma e melhorar sua performance como alunos. Colocamos para a apreciação alguns dos trabalhos feitos pelos alunos no seguinte endereço: <http://www.giselepinna.hpg.com.br/cientificos/sigradi2002/designgrafico.htm>

Conclusões

A partir dessa experiência didática, foi possível observar:

1. Os alunos ficaram muito mais envolvidos com a disciplina;
2. Os alunos estavam mais motivados para a concretização do trabalho;
3. compromisso triplo - com dois colegas e com os professores - aumentou a frequência e participação dos alunos em sala de aula;
4. compromisso com os colegas propiciou uma postura mais sério por parte dos alunos;
5. A estratégia de simular a atividade profissional real motivou os alunos a participarem mais pois viram esta como uma boa oportunidade para aprender o que chamam de "atividade profissional real";
6. A necessidade de criar a partir das necessidades e solicitações de uma pessoa real impôs restrições no processo criativo, espelhando a atividade profissional do designer;
7. As questões éticas apresentaram-se de forma subliminar.
8. A cobrança do trabalho pelo professor ficou minimizada pois os próprios colegas tratavam de cobrar a presença e participação de seus clientes e designers na aula.
9. A abordagem dos conceitos teóricos em momentos estratégicos do desenvolvimento do trabalho prendeu mais a atenção e o interesse do aluno para a absorção dos mesmos.
10. Essa atividade trouxe grandes contribuições para o encontro de caminhos e estratégias que motivem os alunos de Design Gráfico, ansiosos por atuarem profissionalmente mas inseguros quanto ao seu potencial de aplicação prática dos conhecimentos teóricos.



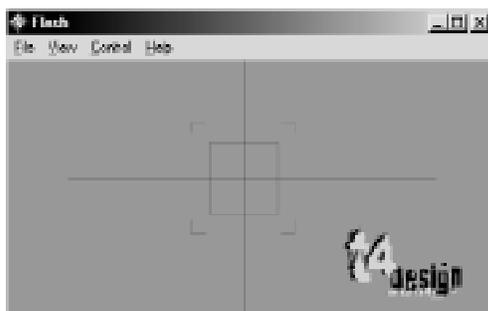


Fig 1 – Trabalho do aluno Sandro Fenilli

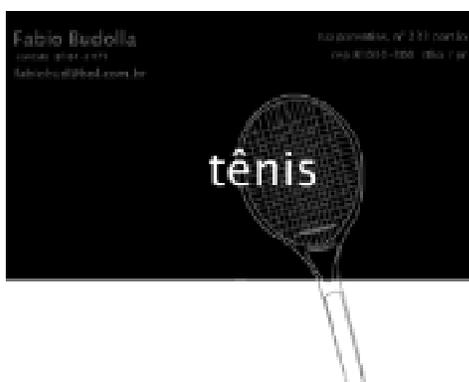


Fig 2 – Trabalho do aluno Juliano Oliva



Fig 3 – Trabalho da aluna Simone Silva



Fig 4 – Trabalho do aluno Rodrigo Zonato

Referências Bibliográficas

- PLAZA, J.; TAVARES, M. Processos Criativos com os Meios Eletrônicos: Poéticas Digitais, São Paulo: Ed. Hucitec, 1998.
- LÉVY, P. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- LÉVY, P. O que é virtual. Trad. de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1997