



METODOLOGIAS ATIVAS APLICADA AO CURSO DE DESIGN NA FACULDADE SATC

Diego Piovesan Medeiros¹

Solange Silverio Bianchini²

Davi Frederico do Amaral Denardi³

RESUMO: O objetivo geral desta pesquisa busca relacionar as principais abordagens e métodos utilizados no curso de Design da Faculdade Satc ao longo dos últimos cinco anos. Com isso, os contextos abordados relacionam as metodologias projetuais em design com as práticas ativas no ensino. O artigo traça um paralelo com o perfil profissional do egresso e com o quanto práticas ativas são benéficas para transformação e preparação desse profissional para o mercado. Por meio de uma abordagem bibliográfica e descritiva este artigo apresenta os modelos ativos aplicados no curso de Design Satc, assim como práticas em diferentes disciplinas e semestres.

1 INTRODUÇÃO

Design é uma atividade projetual que busca dar sentido por meio da criatividade aplicada, construindo identidades e experiências aos produtos e serviços. O eixo de atuação projetual do Design é vasto pois envolve contextos perceptivos, culturais, mercadológicos, estéticos, econômicos, ergonômicos, ecológicos e tantos outros, todos pautados em um principal ponto: o ser humano.

Para executar e entregar projetos que possam gerar valor, o designer segue etapas que constituem um procedimento, definidas como metodologias de design.

Metodologia de projeto (ou de Design) é a ciência ou estudo do método e de suas aplicações. Para tal, o designer desenvolve seus projetos por meio de um conjunto de etapas distintas, formando assim, seu método de projeto.

O método de design não é um engessamento no processo, mas um norte que possa lhe dar agilidade e segurança na hora de repetir ações em novos e novos projetos dentro da área, de forma linear, não-linear, retroalimentada, circular, ou como melhor for para o profissional ou empresa dentro dos contextos de negócio e produção.

¹ Professor UniSATC. E-mail: diego.medeiros@satc.edu.br

² Coordenadora curso de Design, UniSATC. E-mail: Solange.bianchini@satc.edu.br

³ Professor UniSATC. E-mail: davi.denardi@satc.edu.br



O ensino de Design tem em sua estrutura principal, a aprendizagem pela resolução de problemas de forma sistemática e criativa. O uso de métodos e ferramentas é recorrente nos projetos desenvolvidos em sala de aula, em especial no recorte desta pesquisa, na Faculdade Satc de Criciúma, Santa Catarina.

Com isso, este artigo tem como objetivo geral, relacionar as principais abordagens e métodos utilizados no curso de Design da Faculdade Satc. Para tal, esta pesquisa tem como objetivo específico, identificar o papel destas metodologias no desenvolvimento profissional, relacionar os contextos de aprendizagem e apresentar métodos e ferramentas utilizadas no curso de Design da Faculdade Satc, assim como exemplos de professores da instituição.

Esta pesquisa tem um cunho descritivo dentro de seu caráter qualitativo de investigação, em um estudo de caso, apresenta dados obtidos no recorte do curso de Design da Faculdade Satc entre 2014 e 2019, época onde os modelos ativos começaram a se tornar mais autorais pelos professores da instituição em estudo.

Faz-se necessário essa abordagem, dentro do contexto educacional e profissional, a fim de apresentar a legitimidade e autenticidade do curso de Design Satc em suas abordagens ativas na instituição.

2 DESIGN E EDUCAÇÃO

2.1 ABORDAGENS, MÉTODOS, TÉCNICAS E FERRAMENTAS

As práticas e métodos projetuais aplicadas na profissão são vértice dentro dos modelos de ensino em Design.

Moraes (2010) aponta que a metodologia até então aplicada para o desenvolvimento de produtos na maioria dos cursos de design, e posteriormente praticado também durante o percurso profissional, traz na sua essência as referências do cenário presente no modelo moderno, em que normalmente os elementos eram de fácil decodificação, por não serem híbridos, e quase sempre no processo de globalização, mas que hoje estão cada vez mais se reinventando.

Nos diversos cursos de graduação do país, o ensino do método é vivenciado com base em diversos autores, sendo eles Bomfim (1995), Bonsiepe (1984), Munari (1998), Baxter (2003), Löbach (2000) e outros que produzem, validam e apresentam seus métodos por meio de uma bibliografia ampla e concisa.



Os elementos de possível interligação, apontados pela metodologia projetual convencional e utilizados durante o ato de projeção na era moderna, são conectados de forma previsível e linear, quase sequencial, tendo sempre como referência os fatores objetivos inerentes ao projeto, dentre os quais se destacam: a delimitação precisa do mercado e do consumidor, o *briefing*, o custo e o preço do produto, as possíveis matérias-primas a serem utilizadas (sempre visando ao custo), as referências de ergonomia, a viabilidade da produção fabril e uma estética tendendo para o equilíbrio e neutralidade (MORAES, 2010). Essa fórmula atendeu - e ainda atende - às necessidades básicas do consumidor, e vai ao encontro das limitações técnico-produtivas existentes durante todo o período do desenvolvimento industrial da era moderna.

Os métodos de design constituem uma série de preocupações e procedimentos sistemáticos que conduzem o processo de trabalho do profissional, permitindo que este resolva integralmente os problemas (necessidades do projeto), etapa por etapa.

É sua forma de pensar sistêmica, baseada em técnicas e ferramentas, que irão lhe dar organização, segurança e eficiência no desenvolvimento de seus projetos. Esse é o modo de pensar do designer que já existe há muitas décadas e que hoje muito se difunde como *Design Thinking* ou *Design Doing*, ramificando pelas mais diversas áreas.

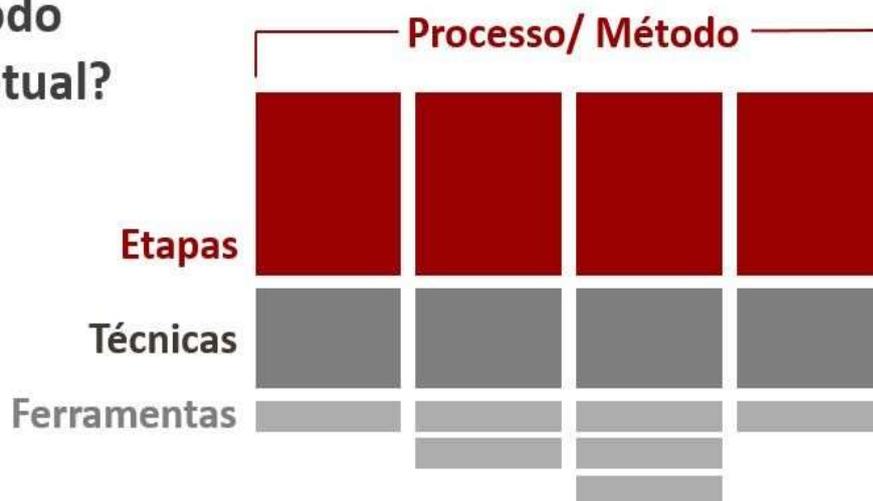
O método, muitas vezes irá se formar da necessidade de cada projeto ou tipo de serviço. É importante contemplar que o método não é tudo, e precisa ser flexível, muitas vezes não linear e passível de reanálises de suas etapas (MARTINS; van der LINDEN, 2012).

O método de design forma este conjunto de procedimentos, como apresentado na figura 1, visando atingir um objetivo de projeto.

Figura 1: Características do método projetual

O que constitui o

**Método
projetual?**



Fonte: Dos autores (2020).

As etapas, ou modelo de processo que constituem o método, são um esquema de seqüência das operações ou encadeamento de fases e etapas de um projeto, como por exemplo a coleta de dados, a etapa de criação ou de validação.

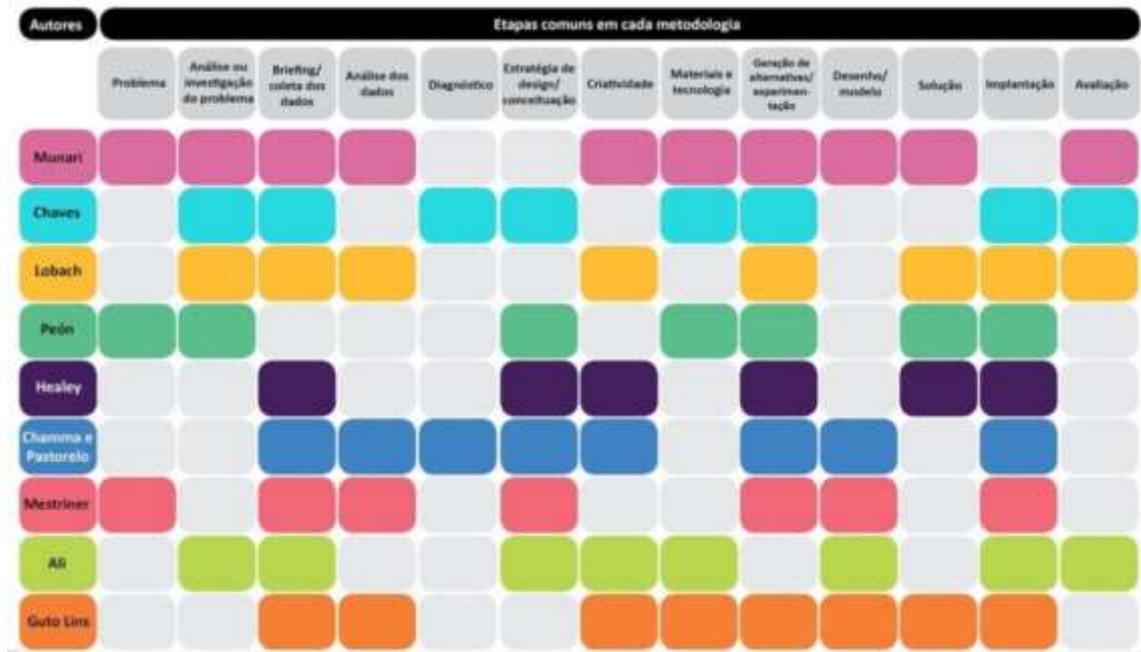
As técnicas de projeto são meios auxiliares para solução de problemas que não se apresentam necessariamente de forma instrumental, pois muitas vezes, são abordagens, como o caso da técnica de *brainstorm*, ou das técnicas de pesquisa de campo ou etnográficas.

Já as ferramentas, formam o cinto de utilidades do designer, sendo instrumentos físicos ou conceituais que se apresentam como Canvas, quadros, matrizes, controlando *inputs* para obter os objetivos de cada etapa.

Para Munari (2008) e Lobach (2001), o design é uma atividade que tem como objetivo solucionar problemas por meio do uso de métodos organizados com objetivos de alcançar melhores resultados, com o menor esforço. Para isso a prática do design precisa ser organizada e racionalizada a partir de um método de projeto estruturado e definido. Contudo, esta estrutura não necessariamente deve ser inflexível. Como síntese, pode-se observar a imagem (fig. 2) a seguir que apresenta os principais autores e suas etapas projetuais (MEDEIROS; TEIXEIRA; GONÇALVES, 2017).

Existem inúmeros tipos de métodos de projeto e autores especializados, nas mais diferentes áreas dentro do design. A imagem apresenta um compilado dos principais métodos de design e seus autores dentro de seus campos de atuação (produto, sinalização, gráfico, editorial, identidade visual, moda).

Figura 2: Compilado de métodos projetuais em Design



Fonte: Medeiros et al (2017).

No eixo vertical da imagem estão os autores, e no eixo horizontal as etapas com as quais cada método se constitui. Pode-se perceber que alguns destes métodos são muito detalhados, como o de Munari, já outros como de Healey e Peón, são enxutos, mas não perdendo as principais etapas necessárias para um projeto.

Também pode-se perceber que muitas destas etapas podem se formar em uma ou duas, sintetizando as partes e até o tempo que os profissionais se dedicarão em cada contexto. Outra informação importante é no quanto cada autor possui contextos de convergência com os demais, mesmo em áreas de atuação diferentes no Design, como Lobach (produto industrial) e Chamma e Pastorelo (identidade visual).

Para Medeiros et al (2017), os métodos de Ali e Guto Lins possuem particularidades que foram incluídas nas etapas comuns aos demais autores. Assim como etapas de diagnóstico e de desenho/modelo, foram conectadas com o Briefing e Geração de alternativas, respectivamente.

Observando as similaridades é possível perceber que as repetições implicam em seis grandes etapas. Essas que podem ser base para o contexto de cada necessidade projetiva de design (fig. 3).

Figura 3 - Etapas comuns em Design



Fonte: Medeiros et al (2017).

Observando a raiz do método, é possível perceber que estes sempre iniciarão com uma necessidade de projeto, seja ela explicitada pelo cliente, como identificada como algo latente na sociedade. Isso nutrirá o que o profissional conhece como Briefing, envolvendo a fase de investigação e coleta de dados.

Logo em seguida, se faz necessário definir os conceitos norteadores do projeto, ou estratégias de design, adentrando a personalidade, posicionamento e conceito da marca que receberá o projeto criado.

A fase de criatividade possivelmente será a etapa com maior número de ferramentas, englobando aspectos cocriativos, manuais e digitais para sua concepção e dando corpo para quarta etapa, que pode se fundir a ela: a geração de alternativas. Múltiplas possibilidades em prol da inovação e da diferenciação aliadas aos seus usuários.

Verificando e validando as possibilidades criadas, entra na fase de implantação do projeto, com possíveis ajustes finais e adequações para por último, definir, entregar e avaliar seu resultado final. O Feedback nutrirá a base de tudo que venha a ser criado posteriormente, a partir desse mesmo método, assim como novos que possam surgir.

É importante salientar que o método será constituído de dentro para fora e precisa fazer sentido com sua necessidade enquanto profissional de design. Em muitos casos, sua repetição irá possibilitar mudanças, pois o método sempre estará em constante adequação. Existirão casos com pouquíssimo tempo de execução, onde algumas etapas precisarão ser eliminadas, ou outras inseridas.

2.2 O DESIGNER E SUAS COMPETÊNCIAS APLICADAS

Segundo Alvares (2004), o apoio à pesquisa em design por instituições governamentais, como CAPES e CNPq, e a criação de um currículo mínimo para os



cursos superiores em design em 1987 criaram uma linearidade no contexto educacional.

Este currículo mínimo citado pela autora (2004) foi atualizado e publicado em uma resolução pela Câmara de Educação Superior em 2004, onde as diretrizes curriculares dos cursos superiores em design no país são aplicadas de forma generalizada. Segundo a resolução, as instituições de ensino têm a possibilidade de adotar no curso uma modalidade específica da profissão, adequando a grade curricular às necessidades do mercado da sua região.

De acordo com o documento, todo curso superior em design deve contemplar em seus projetos conteúdos e organização curricular atividades que estejam diretamente ligadas aos pontos apresentados no quadro a seguir:

Quadro1: Diretrizes do ensino superior em design no Brasil

Conteúdos básicos	Estudo da história e das teorias do design em seus contextos sociológicos, antropológicos, psicológicos e artísticos, abrangendo métodos e técnicas de projetos, meios de representação, comunicação e informação, estudos das relações usuário/objeto/meio ambiente, estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado;
Conteúdos específicos	Estudos que envolvam produções artísticas, produção industrial, comunicação visual, interface, modas, vestuários, interiores, paisagismos, design e outras produções artísticas que revelem adequada utilização de espaços e correspondam a níveis de satisfação pessoal;
Conteúdos teórico-práticos	Domínios que integram a abordagem teórica e a prática profissional, além de peculiares desempenhos no estágio curricular supervisionado, inclusive com a execução de atividades complementares específicas, compatíveis com o perfil desejado do formando.

Fonte: CNE/CES (2004)

Embora as diretrizes publicadas pelo CNE/CES (2004) relacionem as propostas de conteúdo das graduações de design com o mercado, para Landim (2010), a demanda de profissionais formados pelos cursos é muito maior do que sua necessidade no mercado. Conforme um relatório elaborado pelo SEBRAE em 2014,



o cenário educacional do design no Brasil encontra-se distribuído conforme o quadro a seguir:

Quadro2: Relatório 2014 setor do Design

Cursos de Tecnólogos	229
Cursos de Bacharelado	223
Cursos de Pós <i>Lato Sensu</i>	93
Cursos de Pós <i>Stricto Sensu</i>	15
Eventos Acadêmicos	27
Bolsas de Estudo	76
Instituições que promovem Pesquisa em Design	23
Incubadoras de Design	11
Centros de Design	11
Associação de Classe	19
Prêmios e Concursos	43
Portais, sites e Blogs	90
Revistas	63
Boletins	12
Programas de Incentivo ao Design	13
Editorias	15
Exposições, Mostras e Feiras	52
Fontes de financiamento e fomento	19
Núcleos de Design	20

Fonte: SEBRAE (2014)

A pesquisa realizada pelo SEBRAE já possui seis anos e entende-se que estes números já devam ter modificado, mas não implicam com os entendimentos aqui analisados. Percebendo os dados do quadro, é possível observar uma discrepância entre o número de cursos voltados ao design e os órgãos disseminadores da profissão, como centros, incubadoras e núcleos de design.

Para Bonsiepe (2012), a implantação de mais centros experimentais de design seria a ponte entre o ensino das universidades e o campo profissional, unindo os conteúdos disciplinares com a prática de projeto. Pode-se também ressaltar os dados da organização profissional dos designers no país, pois apesar de não ser uma profissão regulamentada, os profissionais estão muito bem organizados em mais de 19 associações de classe.

As competências de mercado, unidas com as habilidades do egresso, levam a um desenvolvimento acadêmico que necessita passar por três eixos distintos. O Projetual, o Estratégico e o Científico.

Figura 4: Três eixos do Design



Fonte: Dos autores (2020)

O Design **Projetual** geralmente é o mais trabalhado dentro de uma universidade, correspondendo praticamente a 90% de toda grade de disciplinas. O eixo projetual move a economia com seus Escritórios, Estúdios, Indústrias e Empresas especializadas em produtos e serviços específicos, seja mobiliário, cerâmico, moda, sites, embalagens, identidades visuais, entre outros.

Em um estudo realizado pelo CBD (Centro Brasil Design) juntamente com a ApexBrasil e o Ministério do Desenvolvimento, publicado em 2014 a atuação dos escritórios de design foi segmentada em seis áreas, estas que também são trabalhadas nas formações em todo país. A pesquisa identificou 683 escritórios formais de Design no país e os segmentou em:

- Design Gráfico e Comunicação correspondente a 38% do mercado;
- Design de Moda correspondente a 2% do mercado, já que muitos destes profissionais estão em indústrias do setor;
- Design de Produto correspondente a 16% do mercado;



- Design de Interiores correspondente a 7% do mercado, também pelo fato do contexto estar diretamente ligado a escritórios de arquitetura;
- Design Digital e Multimídia correspondente a 22% do mercado, incluindo o Design de jogos que cresce a cada ano;
- Design de Serviços correspondente a 14% do mercado.

Aqui, pode-se tratar de um profissional que pesquisa, planeja, cria, testa e lança produtos e serviços de forma sistêmica, que irão gerar valor para marcas e pessoas. Um profissional que lida com as questões práticas de um produto, que revela conceitos por meio de funções estéticas e que gera significados por meio de funções simbólicas.

Já o eixo **Científico** tem relação direta com a experimentação e com o método científico. É o que promove mudanças significativas na área e retroalimenta a profissão por meio da pesquisa científica e da produção de conteúdo. Além de ser o campo de formação do professor que por sua vez, formará o profissional.

O entendimento sobre a importância deste eixo, desde a graduação, está totalmente dependente das instituições e de seus professores. Em uma Universidade que não se aborda o pensamento científico, se negligencia os resultados que podem fortalecer o olhar experimental e de produção de novos conhecimentos na área.

Muitos destes, só terão entendimento da importância da ciência na profissão, quando entrarem em programas de mestrado e doutorado. Programas estes que vem crescendo em todo país, sendo 25 Programas de Pós-graduação em Universidades pelo país, com 17 Mestrados acadêmicos, 8 Mestrados profissionais e 12 Doutorados. A maior concentração destes programas está no eixo Sul e Sudeste.

Um dos modelos que faz com que a pesquisa científica cresça, mesmo que sem incentivo, é a organização de Grupos de Pesquisa nas instituições de ensino. Os Diretórios de Grupos de Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico– CNPq demonstram a existência de mais de 50 instituições de ensino superior com grupos de pesquisa relacionados à área de Design, no Brasil. Grupos de professores, pesquisadores, junto com seus acadêmicos, mestrados e doutorandos, que se organizam em torno de uma ou mais linhas de pesquisa de uma área do conhecimento, desenvolvendo pesquisas que irão contribuir para inúmeras áreas do conhecimento em design.

Quando o acadêmico é introduzido ao olhar de pesquisador desde cedo na sua formação, será um profissional muito mais atento a questões de futuro, a geração de



novos conhecimentos e necessidades do mercado que está inserido. O Designer cientista gera oxigênio para que a formação e a profissão de seus pares esteja em constante atualização.

Aqui, percebe-se um profissional mais teórico e analítico. Um profissional que tem como foco o pensar e agir científico na sua área de atuação, se especializando e aprofundando em temas não tratados com frequência, buscando a originalidade e a transformação pela pesquisa. Um profissional inconformado com o presente, sempre atuante para o futuro de sua profissão.

O eixo de **Estratégia** tem relação direta com a gestão e o mercado que este estará envolvido. É onde a essência empreendedora e de controle operacional se traduz em polos intangíveis, mas cruciais para o segmento produtivo e econômico.

Geralmente, o acadêmico de Design irá aprender sobre essa importância, em disciplinas no término de sua graduação ou só apenas em uma especialização e MBA. Muitos irão se deparar com a importância do Design Estratégico no próprio mercado, unindo competências com outras áreas, como Vendas, Gestão e Administração.

Já na graduação, é importante que o acadêmico seja apresentado para as organizações de classe e associações em Design. Estas que fomentam as boas práticas profissionais, assim como estruturam estrategicamente o desempenho de nossa profissão, como Abedesign, ADG, ADP, CBDI, IxDA, SBDI e ICO-D.

A importância do entendimento estratégico da área, faz com que este profissional em formação saiba que sua área não está ligada apenas a criar produtos, mas também, a geri-los e perceber o quanto isso impacta na economia.

Disciplinas como Gestão do Design, Design e Serviços e Empreendedorismo vem tratando sobre esses temas desde a graduação, mas em muitos casos, é na prática do dia a dia que o profissional precisa lidar com essas habilidades.

O designer estratégico é um profissional empreendedor não apenas no mercado, mas dentro da própria empresa que trabalha, observando e sugerindo melhorias em processos, otimizando negócios e construindo experiências. Um designer entendedor do seu impacto na economia, na sociedade e na geração de valor. Um profissional que não simplesmente desenvolve uma Identidade Visual, mas que a cria por meio de um propósito e um conceito que a sustentarão nas ações de mercado.



3 ABORDAGENS E PRÁTICAS ATIVAS NO CURSO DE DESIGN SATC

O curso de Design Satc, desde sua criação em 2008, possui parcerias com empresas dos mais diferentes setores da indústria e de serviços. Esta conexão faz com que projetos dentro de sala de aula sejam experimentos de ações no mercado, o que contribui para o ensino mais ativo e aplicado.

Ao longo dos anos, o Núcleo Docente Estruturante foi percebendo que era necessário alinhar os três eixos profissionais do design e com isso, fez evoluções na estrutura da grade curricular, adaptando tanto ao contexto de mercado, quanto a necessidades que a profissão apresentava.

O curso que sempre possuiu um forte envolvimento com a indústria, em seu modelo de Grade 2 (2015) e Grade 3 (2018) iniciaram um fortalecimento com o processo científico, publicando mais ativamente em congressos nacionais e internacionais, em revistas científicas de Qualis A e B.

Os elos com o mercado foram reforçados, fortalecendo o papel do Laboratório de Orientação em Design com projetos estratégicos para instituição, como trabalhos para o Carro Elétrico junto a Engenharia Elétrica e Gamificação, junto a Engenharia da Computação.

A estrutura metodológica do curso de Design visa, conforme o Artigo 3 das Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em design (BRASIL, 2004c, p.2) “como perfil desejado do formando a capacitação para a apropriação do pensamento reflexivo e da sensibilidade artística, para que o designer seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas culturais e tecnológicas, observados o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades bem como as características dos usuários e de seu contexto socioeconômico e cultural”.

O curso de graduação em Design da Faculdade Satc se organiza em dois momentos de formação: em um primeiro momento um núcleo fundamental que aborda conhecimentos transversais da área do design, tais como Fundamentos da Linguagem Visual, Estética, Ergonomia e Semiótica.

Após a conclusão das disciplinas do núcleo fundamental o curso se organiza em cinco núcleos de formação específica que atendem às necessidades da realidade local, a saber: Design Editorial, voltado ao estudo dos produtos gráfico-visuais relacionados à comunicação; Design de Superfície, que têm ênfase nas indústrias



têxtil e cerâmica, ambas muito expressivas no mercado regional; Design de Produto, destinada ao projeto de artefatos físicos; Design Digital, destinado ao projeto e estudo dos elementos relacionados à interação humano máquina/computador e com forte representatividade na indústria local; e Branding, voltado à gestão do design e gestão de marca, atendendo à demanda de agências de comunicação e publicidade presentes no sul de Santa Catarina.

A Faculdade Satc iniciou seus estudos e aplicações de Metodologias ativas em 2015. As abordagens instituídas na Satc estavam relacionadas com todo envolvimento prático que o curso de Design já aplicava desde sua formação. Por todos estarem dentro da mesma sintonia, o curso pode se tornar mais autoral e não simplesmente replicar métodos já utilizados, mas criar seus próprios métodos e ferramentas, auxiliando não apenas o curso de Design, mas os demais, como Publicidade e Propaganda, Jornalismo e as Engenharias.

Essa construção faz com que os professores se tornem autores de seus próprios conteúdos, alinhando o pensamento projetivo, científico e estratégico com seus acadêmicos de forma prática e ativa.

Neste capítulo, será apresentado as abordagens autorais desenvolvidas pelos professores do curso e suas aplicações ativas dentro do contexto de ensino.

3.1 MÉTODO PROJETUAL LOD

A metodologia LOD, foi desenvolvida em 2014 pelo laboratório de orientação em design da SATC o LOD, possuindo as finalidades acadêmicas e de educação do mercado. Os professores responsáveis por sua criação foram Jan Braun, Davi Frederico do Amaral Denardi, Elton Gonçalves, Diego Piovesan Medeiros e Rafael Hoffmann.

Consiste em seis etapas, que segundo Braun *et al* (2015, p.6), “apesar da metodologia ser apresentada de forma linear, sua aplicação pode não seguir esta orientação. Uma vez que soluções parciais das etapas abordadas podem requerer a complementação de etapas anteriores. ”

Figura 5: Metodologia LOD - Design SATC.



Fonte: BRAUN et al, (2015).

A cognição é o primeiro contato com o cliente, realizando um *pré-briefing*, buscando informações relacionadas ao mesmo na *web*, redes sociais, sites de reclamação do consumidor.

Na etapa de coleta são utilizadas as informações coletadas no *pré-briefing* e somadas a uma busca mais detalhada em relação a empresa, seu mercado e seu público. Em seguida, são analisadas as informações coletadas até o momento observando vantagens e desvantagens dos serviços/produtos da empresa em relação ao mercado/concorrente.

Com a análise das informações, e a formação de técnicas criativas são desenvolvidos conceitos que nortearão o projeto. Na etapa de design, junta-se o material que que foi reunido até o momento e gera-se propostas que utilizarão dos conceitos definidos anteriormente, e precisaram se diferenciar do restante do mercado, porém ser reconhecidas pelo público alvo. (BRAUN et al, 2015).

Com todas as etapas anteriores finalizadas, são realizadas as aplicações necessárias e acordadas com o cliente. Dependendo do projeto pode envolver o desenvolvimento do manual de uso, aplicações em peças gráficas etc.

Por último, pode ser acordado como uma pós solução um *feedback*, onde será feito um acompanhamento, ou pesquisa com relatório, sobre a aceitação do projeto entre outros dados do comportamento que o mesmo está tendo no mercado.

O método LOD é amplamente utilizado nas disciplinas do curso de Design Satc, sendo apresentado nas disciplinas iniciais como Metodologia de Projeto e Práticas de Design e depois utilizado nas disciplinas projetivas do curso, como Identidade Visual, Design Digital e Design Cerâmico.

O método também é utilizado em projetos no próprio laboratório de Design, tendo execuções bem-sucedidas como a sinalização ambiental da instituição Satc, realizada de 2015 a 2017.

3.2 MÉTODO DO DIAMANTE TRIPLA

O Método baseia-se na abordagem do *Design Thinking* e no método chamado Diamante Duplo. Adaptado para o sistema de aula, foi desenvolvido o sistema de três diamantes envolvendo as etapas de imersão, ideação e prototipagem. (Fig. 1)

O método foi desenvolvido pelos professores Diego Piovesan Medeiros, Daniel Fritzen, Jan Braun e Cleber Isidoro na capacitação de Metodologias Ativas da instituição e é aplicado nas disciplinas de criatividade e inovação, práticas de design e design da informação.

Figura 6: Diamante Triplo



Fonte: Dos autores (2020)

Na abordagem dos três diamantes, é possível perceber etapas de divergência e de convergência. Cada etapa de convergência leva a uma validação com o grande



grupo e dentro do esquema do projeto, passa por quatro pontos essenciais: a problematização, a identificação dos temas relevantes, a validação das propostas e a solução final. Para que isso aconteça, cada grupo passa pela divergência e convergência nas fases de imersão, ideação e prototipação. Cada etapa será detalhada e exemplificada a seguir:

Definição do problema – A aula inicia com a discussão pelo professor junto aos acadêmicos. Onde é exposto a contextualização de um problema através de um texto prévio, e/ou vídeo ou conhecimento empírico, se inicia o projeto.

IMERSÃO – Etapa de pesquisa, leitura e discussão do grupo. Cada grupo diverge em contextos e fatores que permeia o problema e divergem para um problema central que o grupo escolhe seguir para definição de propostas.

Relevância – Em sala os grupos apresentam os temas definidos ao professor e aos demais acadêmicos. Através das argumentações referentes às temáticas apresentadas o professor orienta o debate e define-se os temas relevantes a serem trabalhados na próxima etapa.

IDEAÇÃO – Essa etapa envolve o desenvolvimento de ideias e sugestões criativas. Pode-se nessa etapa utilizar técnicas criativas de geração de ideias. Após terem várias ideias, se inicia a etapa convergente para validação.

Validação das ideias – Voltando para toda turma, cada grupo apresenta para o professor e demais colegas, validando as ideias e entrando na fase final.

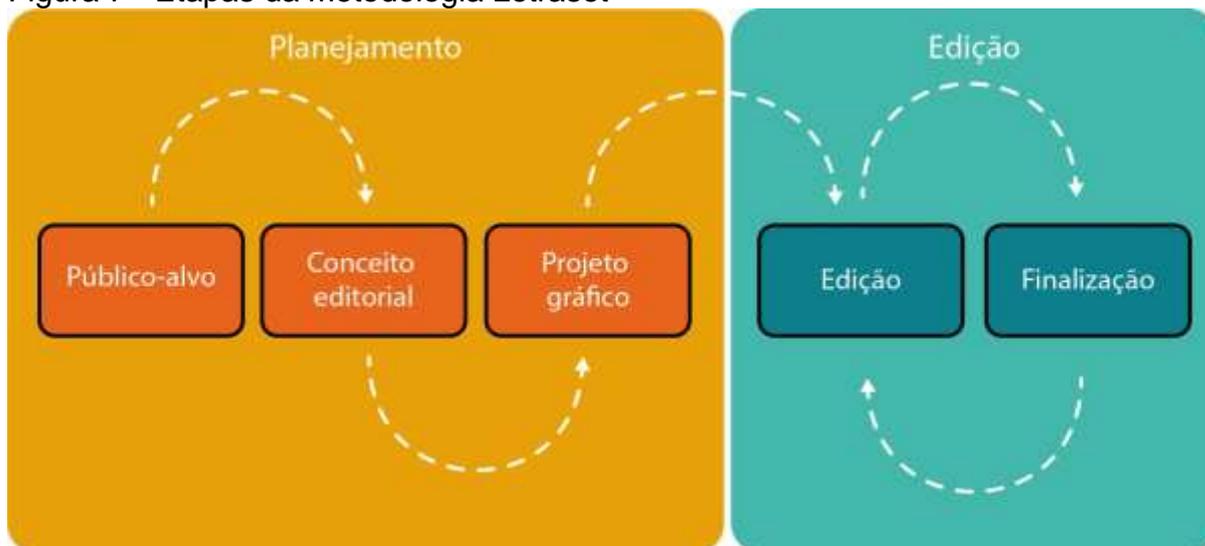
PROTOTIPAÇÃO – Nessa fase é pensado como irá prototipar a ideia e executá-la. Usando recursos da sala de aula, como recortes de revista, cartolina, postits, ou recursos gráficos digitais, é gerado um protótipo.

Solução – A parte final contempla a apresentação das soluções e o resgate pelo professor com o conteúdo que foi contemplado na proposta.

3.3 MÉTODO LETRASET

A metodologia Letraset (figura 2), também desenvolvida dentro do curso de Design da Faculdade Satc, tem como base os conceitos teóricos discutidos por Ali (2015), e se relaciona mais fortemente com produtos de natureza editorial, tais como jornais, revistas, e outros produtos relacionados à veiculação de informações com ênfase no texto escrito.

Figura 7 - Etapas da metodologia Letraset



Fonte: Dos autores (2020)

Os produtos editoriais são fundamentalmente periódicos, o que significa que eles precisam ser diferentes de uma edição para outra, ao mesmo tempo que mantém uma certa consistência visual.

Na metodologia Letraset são previstas duas etapas principais, uma etapa de planejamento, onde são estabelecidas as características estratégicas da publicação, e uma etapa de edição, onde os elementos planejados na etapa anterior são concretizados periodicamente na forma de “edições”. Assim, a etapa de planejamento é mais fortemente linear, e acontece poucas vezes ao longo da vida de uma publicação, e a etapa de edição é cíclica e por isso mesmo periódica. A metodologia é aplicada à seis anos na edição da revista homônima dentro do curso de graduação em Design.

A etapa de planejamento é composta de três sub-etapas, a saber, público-alvo, conceito editorial e projeto gráfico, é o momento onde os acadêmicos exercitam as competências relacionadas à gestão do design, tais como os conhecimentos de “gestão do design”, a habilidade de “gerenciar o processo de design considerando visão estratégica, pessoas, etapas de projeto e seus aportes” e a atitude “prospectivo, com visão sistêmica e multidisciplinar, quanto à gestão do design e à inovação” descritas na portaria 442 de 2018 (BRASIL, 2008).

3.4 FERRAMENTA DAS TRÊS LENTES

Dentro do processo criativo, técnicas como o Brainstorm não se sustentavam sozinhas, e com isso, surgiu a ferramenta de associação criativa: Três Lentes Associativas. Ela se baseia na conexão e geração de associações, podendo tornar o processo mais produtivo, possibilitando novas formas de observar, planejar e entregar uma ideia para um projeto.

Desenvolvida pelo professor do curso de Design, Diego Piovesan Medeiros, essa ferramenta que iniciou seus testes de aplicação na disciplina de Semiótica Aplicada em uma abordagem com alunos, foi se aprimorando e hoje é aplicada na disciplina de Criatividade e Inovação dos cursos da Faculdade Satc.

Fase 01 – Informações norteadoras - Aqui se preenche os campos (círculos maiores) com informações necessárias sobre o projeto (briefing), inspirações (conceitos) e o público que receberá a mensagem. Você pode preencher em tópicos, palavras-chave ou como preferir. Quanto mais informações nessa etapa, mais possibilidades de conexões você terá na fase 2.

Fase 02 – Associações criativas - Relacione os três campos entre si, por exemplo: os dados obtidos em inspiração com os dados obtidos em público, para conectar possibilidades nunca antes pensada. Faça relações entre os tópicos, gerando insights que poderão se transformar na ideia final.

Figura 8: Ferramenta das três lentes associativas



Fonte: dos autores (2020)

Preencha os campos de conexão com seus insights. Nesse momento você pode ter inúmeras ideias. Quanto mais conexões, mais possibilidades. Esse é o momento de brainstorm que não se julga, apenas se escreve e amplia possibilidades criativas que nos conduzirão para fase 3.

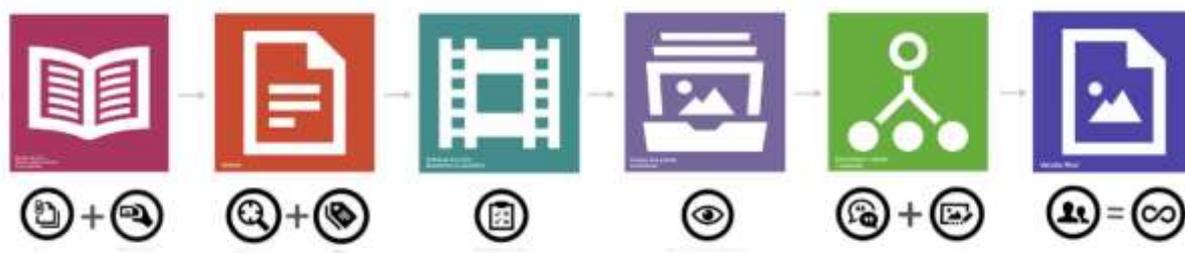
Fase 03 – Ideia final - A partir das relações, construa a ideia final para necessidade do projeto. Ela pode surgir de uma única associação, como na composição de vários *insights*. Você pode utilizar várias pequenas ideias geradas nas intersecções para construir um planejamento mais encorpado, dependendo da necessidade de seu projeto.

3.4 MÉTODO DE TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICO

O método de tradução intersemiótico foi criado pelo professor Diego Piovesan Medeiros em uma disciplina de Doutorado, onde pode aplicar pela primeira vez com seus acadêmicos de Design da Faculdade Satc em 2014. Este método já possui aplicação científica com publicações em congresso e hoje é amplamente utilizado nas disciplinas de Semiótica da instituição.

Para chegar a um processo de tradução intersemiótica, indiferente se a necessidade está em produzir novas capas para uma coleção de livros, um comercial de TV a partir de um roteiro, ou a criação de uma personagem por meio de um briefing, se faz necessário a passagem por seis etapas distintas, sendo elas: necessidade do projeto, conceitos-chave, mídia, painéis visuais, geração de alternativas e solução e validação (fig. 9).

Figura 9. Método de tradução intersemiótica



Fonte: Medeiros et al (2017).



A **necessidade do projeto** como primeira etapa se faz necessária para conhecer e analisar o texto a ser traduzido, buscar mais informações sobre o que se deve executar e se nutrir do *briefing*. Este por sua vez, é uma ferramenta que se une com a pesquisa para fortalecer os dados para o início do projeto. O briefing auxilia no processo de tradução indicial, pois possui as diretrizes do projeto. Em um caso de um projeto gráfico de um livro, a leitura do mesmo ou do capítulo selecionado pelo próprio autor se faz importante. Pesquisas complementares são fundamentais nessa etapa.

Conceitos-chave: é necessário gerar uma síntese da leitura e do texto e das informações do briefing. Inúmeras ferramentas e técnicas podem auxiliar nesse processo. Sugere-se nessa abordagem utilizar a ferramenta de mapa mental (*mind maps*) para selecionar as principais palavras-chave da história, ou do roteiro a ser traduzido. Outra ferramenta que auxilia nesse processo é o *Many Eyes* da IBM, desenvolvido pela pesquisadora brasileira Fernanda Viegas (www.manyeyes.com). Nele é possível sintetizar dados de texto ou de números possibilitando uma melhor compreensão dos mesmos. Aqui, dependendo do tipo de tradução, são coletados de cinco a dez conceitos e palavras-chave que nortearão todo restante do projeto. São essas palavras que darão corpo a tradução icônica, gerando qualidades do signo para passagem de uma linguagem a outra. Como já discutido no capítulo anterior, as palavras podem gerar metáforas que facilitem no processo de tradução.

A definição da **mídia** a ser trabalhada precisa ser clara e detalhada. Caso seja necessário desenvolver uma capa de revista com base em uma matéria, ou um comercial de 30" com base em um roteiro, precisa-se conhecer os limitadores e as possibilidades que essa mídia lhe oferece. Tamanhos, definição, dinâmica, cores, material, estrutura, som, interatividade, tudo isso pode agir a favor ou contra o trabalho. A mídia implicará diretamente nas etapas criativas. É nela que a contiguidade topológica se aplica, pois como já visto nas seções anteriores, a passagem pelos diferentes meios afeta a estrutura do signo. Sabe-se também, que dependendo da mídia, a semelhança por justaposição pode se estabelecer por proximidade, como no caso de um ator, que possui semelhança com o descritivo do texto.

A quarta etapa é a criação de **painéis semânticos** para organizar as informações referenciais de cada signo. Em um processo de tradução de um poema para um projeto de design de superfície, por exemplo, os painéis são importantes para ditar traços marcantes, cores e conceitos visuais. Os painéis são os primeiros elementos de representação icônica nesse processo. São os elementos que



aproximam a semelhança por qualidade, tornando os dois lados da mensagem conectados. Podem ser construídos com imagens de revista, na internet, desenhos, materiais do cotidiano, e tudo que possibilite uma representação visual dos conceitos-chave definidos na etapa dois.

A quinta etapa está na **geração de alternativas**. Com base nos dados coletados, é definida uma tríade composta do conceitual, visual e material. O conceitual é onde será defendido o projeto, suas diretrizes e pré-definições. No visual, os *roughs*, desenhos, escolha de tipografia, ilustração e todo tipo de grafismo do objeto traduzido. Por fim, o material, fazendo relação com o objeto tangível, como no caso da capa de um livro, que recebe um verniz localizado ou um alto relevo especialmente por conta do tipo de história ou contexto. Técnicas como *brainstorm* podem auxiliar na construção de conceitos visuais. A semelhança por justaposição é perceptível nessa etapa que aproxima não apenas o visual em seu processo de tradução, mas também as relações de formato e material em peças gráficas.

A sexta e última etapa é a **solução e validação**, onde a geração de alternativas aponta para um único caminho e a escolha do resultado final passa por uma validação definitiva de seu público para sim ser produzida. A importância do *feedback* se dá para corroborar se os mesmos terão todos os entendimentos necessários da peça criada, além de trazer mais referências para futuras criações na mesma área. Isso faz referência com a semelhança por mediação, onde sem o intérprete, o objeto não é nada.

3.6 CARDS DE INOVAÇÃO

Esse *pack* de cartas criado pelo professor Diego Piovesan Medeiros auxilia na elaboração de ideias criativas a serem aplicadas nas mais diversas situações de geração de ideia ou validação de um protótipo. Essa ferramenta pode servir para uma etapa de ideação, quanto de prototipação na abordagem de *design thinking*. Atualmente na graduação em Design, esta ferramenta é utilizada na disciplina de Criatividade e Inovação e de Design de Serviços (fig 10).

Figura 10: Aplicação da ferramenta.



Fonte: dos autores (2020).

Esta ferramenta consiste em um conjunto com cartas que auxiliarão na prototipação da ideia já pré-estabelecida. O acadêmico escolhe a carta azul correspondente ao grau de inovação (disruptiva ou incremental). Após a seleção, define a carta com o tipo de inovação (marketing, produto, processo ou de negócios).

Depois disso, o acadêmico define oito cartas de possibilidade. O número de cartas pode variar de acordo com a ideia.

Na discussão da ideia sempre surgirá novas possibilidades e para isso, o acadêmico poderá usar a carta coringa e escrever nela.

Esta prototipação auxilia para definição de quem será os *opinion makers* (formadores de opinião) da ideia. Ou seja, quem estará junto para mudar a cultura que a ideia inovadora pretenderá fazer.

A distribuição disso se dá de forma livre no modelo, podendo constituir com hierarquias, linhas, círculos, etc. É interessante que seja feito em uma mesa, ou colado em uma cartolina, escrevendo ou usando post-its para referenciar cada possibilidade.

3.7 CARDS DE USABILIDADE E EXPERIÊNCIA DE USO

A ferramenta consiste em um conjunto de cartas que apresentam as potencialidades e fragilidades de diversos tipos de ferramentas de avaliação de usabilidade e experiência de uso. Em um primeiro momento as cartas e ferramentas de avaliação são apresentadas e discutidas com os acadêmicos. Posteriormente é

realizado um torneio no formato “super trunfo⁴” utilizando as mesmas cartas com o objetivo de auxiliar na memorização e discussão das ferramentas de avaliação.

Figura 11: Jogo criado pelos acadêmicos



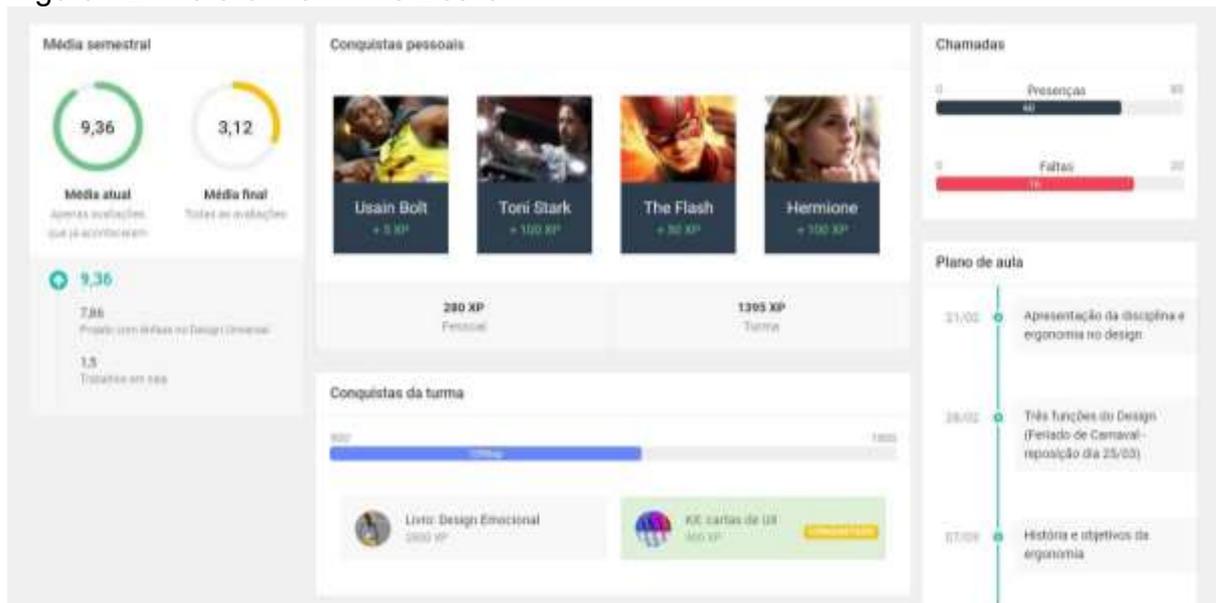
Fonte: dos autores (2020)

3.9 PLATAFORMA WHITE BOARD

A plataforma White Board é um projeto da disciplina de design de interação e se constitui como um painel de controle gamificado que leva em consideração os aspectos atitudinais dos acadêmicos, sendo que o objetivo é comunicar mais claramente elementos relacionados às atitudes dos acadêmicos. Ao longo do semestre os acadêmicos recebem cartas que representam atitudes relevantes tanto na carreira profissional, como criatividade, e rigor técnico; e na vida pessoal, como assiduidade, disciplina, resiliência, liderança, entre outros. Cada carta tem um valor em pontos de experiência (XP) que somados podem levar a prêmios.

⁴ Super Trunfo é um jogo de cartas colecionáveis distribuído no Brasil pela Grow, que consiste em tomar todas as cartas em jogo dos outros participantes por meio de escolhas de características de cada carta (ex: velocidade, altura, longevidade). Fonte: Wikipedia. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Super_Trunfo> acesso em 11/11/2019.

Figura 12: Plataforma White Board



Fonte: dos autores (2020).

Por ser um protótipo a plataforma é utilizada em seis disciplinas dos cursos de Design, Jornalismo, e Publicidade e Propaganda, sendo revisada semestralmente pelos acadêmicos da disciplina de Design de Interação, onde são propostas e avaliadas novas funcionalidades.

3.10 APLICAÇÕES ATIVAS NAS DISCIPLINAS

Esta seção apresentará atividades práticas baseadas em problemas que reforçam habilidades atitudinais dos acadêmicos, tanto no pensamento crítico, trabalho em equipe, quanto na resolução de problemas.

O primeiro exemplo é da disciplina de **Design Editorial**, onde o professor aplica uma atividade de Diagramação manual. A partir de um número mínimo de elementos da página definidos pelo professor, os acadêmicos são convidados a diagramar duas páginas internas de revista utilizando recortes de jornal retirados de outras publicações. O objetivo do trabalho é experimentar contrastes tipográficos, pesos visuais e o uso dos elementos da página impressa (Fig 13).

Figura 13: Diagramação manual.



Fonte: dos autores (2020).

A próxima prática ativa refere-se a disciplina de **Design da Informação**, onde os acadêmicos precisavam criar três placas de sinalização para um restaurante típico, contemplando: contraste, dimensão, legibilidade e significado. Essa atividade faz com que eles pesquisem referências e desenvolvam sinalizações dentro de aspectos culturais (Fig. 14).

Figura 14: Sinalização de restaurantes típicos.



Fonte: dos autores (2020).

Na disciplina de **Fundamentos da Linguagem Visual**, durante o andamento do semestre foram realizadas uma série de atividades práticas tendo por objetivo fixar o conteúdo e propiciar uma atitude crítico-reflexiva perante os temas abordados. Dentre os trabalhos propostos destaco a produção de cartazes, a partir dos elementos básicos da linguagem visual, que serão expostos no começo de 2019 para dar as

boas-vindas aos novos alunos. Merece destaque ainda a *ABP Livros com fundamentos*, onde os discentes recriaram livros infantis (vide *Marcelo, Marmelo, Martelo* de Ruth Rocha; *Lúcia, Já Vou Indo*, de Maria Heloísa Penteado; *Chapeuzinho Amarelo*, de Chico Buarque; *A Vida Íntima de Laura*, de Clarice Lispector) através de linhas, pontos, texturas e volumes. Ambos os projetos foram bem recebidos pela turma e tiveram resultados bastante criativos. Nos dois desafios, os alunos conseguiram cumprir a meta proposta e relataram satisfação com as metodologias ativas.

Ainda na disciplina de **Fundamentos da Linguagem Visual**, o desafio proposto ao corpo discente envolveu a construção de um jogo de 36 cartas através dos elementos da linguagem visual. Além do baralho, o projeto solicitou instruções e embalagem. Com isso, foi validado conceitos sobre a evolução do brinquedo que acompanha os grandes períodos da civilização ocidental.

Figura 15: Cartas desenvolvidas pelos alunos.



Fonte: dos autores (2020).

Na disciplina de **Ergonomia**, o professor aplica uma atividade de Antropometria. Os acadêmicos são desafiados a desenvolver produtos de uso pessoal tendo como base as medições antropométricas da turma. Por exemplo, a turma deve desenvolver uma camiseta tendo como base as medidas do tronco da própria turma. Um dos requisitos do projeto é que o produto seja “usável” por qualquer um da turma. Assim, o objetivo do projeto é pesquisar e aplicar estratégias de medição e aplicação das medidas antropométricas.

Ainda na disciplina de **Ergonomia**, os acadêmicos são encorajados a vivenciar situações de baixa mobilidade e deficiência, trabalhando a empatia. Os acadêmicos são convidados a realizar tarefas do cotidiano, como usar um caixa eletrônico, um banheiro ou a biblioteca usando aparelhos que simulam deficiências físicas. O objetivo

é criar empatia e levantar pontos críticos relacionados ao uso de ambientes e sistemas. Geralmente são propostas três categorias de deficiência: deficiência visual (cegueira por meio de tapa-olhos), deficiência motora (cadeirantes) e senilidade (por meio de pesos e luvas). Ao fim da aula os acadêmicos são convidados a expor as suas observações em um seminário de cerca de 30 minutos (Fig 16).

Figura 16: Projeto de Empatia



Fonte: dos autores (2020).

Na disciplina de **Design Digital**, os acadêmicos prototipam com papel. A partir da identificação de necessidades dos usuários, os acadêmicos são convidados a desenvolver protótipos de aplicativos em papel a fim de avaliar o fluxo de interação. O objetivo da atividade é traduzir necessidades em requisitos de projeto, além de iniciar a discussão sobre usabilidade (Fig. 17).

Figura 17: Prototipagem com papel



Fonte: dos autores (2020).

Na disciplina de **Criatividade e Inovação**, os acadêmicos receberam o desafio de criar uma cadeira para um público infantil de 4 a 7 anos, que fosse lúdica e aplicasse as técnicas de criatividade desenvolvidas ao longo do semestre. A primeira aula foi de coleta de dados e similares gerando painéis de informação de produtos concorrentes e inspirações conceituais. Depois na aula seguinte os grupos aplicaram técnicas criativas como 635, SAMPER, Três Lentes e Mapa mental para definir melhor seus conceitos e riffs. A terceira aula envolveu prototipação rápida em baixa escala, onde os mesmos testaram as formas em papelão. Na quarta aula, começaram a prototipar em escala real, recortando as chapas de papelão e montando as mesmas nas estruturas de suas cadeiras. A última aula foi o momento das defesas e apresentações, onde recebemos duas crianças (parentes de alunas da turma) que testaram cada produto e transformaram a aula em uma experiência muito divertida.

Figura 18: Mobiliário lúdico infantil



Fonte: dos autores (2020).

Na disciplina de **Design da Informação** os acadêmicos precisaram desenvolver infográficos seguindo uma metodologia projetual. Eles tiveram três semanas para buscar informações históricas e entrevistas e desenvolver o conteúdo e aplicar as técnicas de infografia para o desenvolvimento de um infográfico impresso para revista. Após apresentação, foram validadas com o professor repassando um feedback de melhoria de cada infográfico de forma coletiva. Isso auxiliou a revisitar os conceitos e fortalecer cuidados que o designer da informação precisa ter.

Figura 19: Apresentação dos infográficos



Fonte: dos autores (2020).

Ainda na disciplina de **Design da Informação** os acadêmicos receberam a missão de planejar e prototipar uma sinalização na biblioteca da instituição Satc. Na primeira aula, eles foram até a biblioteca identificar todos os problemas de navegação e também identificar os pontos de maior fluxo de pessoas. Na segunda aula identificaram os elementos necessários e começaram a fase dos raffs. Na última e terceira semana dedicada ao projeto, validaram melhorias com o professor e montaram as apresentações. Cada professor das disciplinas fez cobranças dentro da sua especialidade. Os alunos apresentaram os projetos e ao término, também entregaram um manual técnico de uso da sinalização.

Na disciplina de **Materiais e Processos I**, a proposta principal foi fazer com que os acadêmicos pudessem perceber a estética gráfica vinda da impressão artesanal como alternativa criativa e também estimular a pesquisa sobre a cultura popular brasileira. O projeto fortaleceu o trabalho com ferramentas analógicas e trouxe ao acadêmico possibilidades de experimentação.

Figura 20: Monstruário



Fonte: dos autores (2020).

Na disciplina de **Modelagem 3D**, com os recursos e ferramentas de Modelamento 3D (Software SolidWorks), Representação Gráfica Manual 2D e 3D os acadêmicos precisaram desenvolver luminárias. Um dos critérios de avaliação era a produção de um making of de todo o processo de fabricação da luminária, desde a ideação, até ao acabamento. O fato de envolver “eletricidade” no primeiro momento preocupou eles, uma vez que tiveram que investigar as lâmpadas e interruptores que usariam. Foi perceptível a discussão das duplas no sentido de como usar os recursos do software CAD, principalmente, por conta do processo de fabricação posterior. A prototipagem física das luminárias revelou alguns erros de projeto (erros dimensionais, de posicionamento, etc), o que propiciou a correção dos desenhos, neste caso, uma maior interação com o software, e assim, o melhor desenvolvimento de suas habilidades e competências na disciplina. No geral as aulas transcorreram muito bem, com os alunos participando ativamente até o final da aula.

Figura 21: Luminárias



Fonte: dos autores

4 DISCUSSÃO

Conforme já discutido, a formação na graduação dentro do campo específico do design leva em consideração três categorias de conteúdos, os conteúdos básicos, conteúdos específicos e conteúdos teórico-práticos (CNE/CES, 2004), além disso, esses conhecimentos podem ser abordados como design projetual, design científico e design estratégico, conforme discutido na seção 2.2.



Assim, a seguir, serão discutidas as metodologias ativas presentes no curso de graduação em Design da Faculdade Satc relacionando-as com as categorias de conteúdo descritas pelo Conselho Nacional de Educação (CNE/CS, 2004) e com eixos de atuação propostos neste estudo (Quadro 3).

Quadro 3: Classificação das metodologias ativas em relação ao conteúdo e ao eixo de atuação

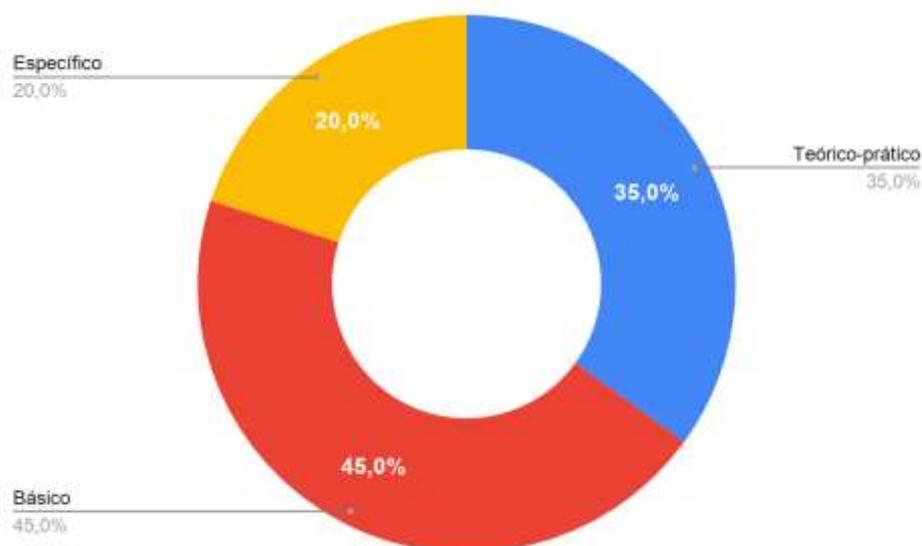
Prática	Tipo de conteúdo	Eixo
Metodologia projetual LOD	Teórico-prático	Estratégico
Método Diamante Triplo	Teórico-prático	Estratégico
Método Letraset	Teórico-prático	Estratégico
Ferramenta Três Lentes	Teórico-prático	Estratégico
Método de Tradução Intersemiótico	Básico	Projetual
Cards de inovação	Básico	Projetual
Cards de usabilidade e experiência de uso	Básico	Projetual
Plataforma White Board	Teórico-prático	Projetual
Prática de diagramação manual	Básico	Projetual
Projeto de sinalização	Específico	Projetual
Cartazes com ênfase nos fundamentos da linguagem visual	Básico	Projetual
Cartas das diferentes linguagens visuais	Básico	Projetual
Prática de antropometria	Teórico-prático	Projetual
Prática de acessibilidade	Básico	Projetual
Prototipagem em papel	Básico	Projetual
Mobiliário lúdico infantil	Específico	Projetual
Infografia	Específico	Projetual
Sinalização da biblioteca	Específico	Projetual
Cordel "monstruário"	Básico	Projetual
Desenvolvimento de luminárias	Teórico-prático	Projetual

Como pode ser observado no gráfico 1, as metodologias ativas no curso de graduação em Design da Faculdade Satc estão relativamente bem distribuídos em relação às categorias de conteúdo. A maior parte das metodologias ativas descritas neste estudo está nos conteúdos básicos, como semiótica, ergonomia e fundamentos da linguagem visual, representando 45% das metodologias ativas, em seguida temos

os conteúdos teórico-práticos que representam 35% e os conteúdos específicos representando 20% das metodologias ativas.

Provavelmente as proporções se explicam justamente pela necessidade de aplicação das metodologias ativas. Os conteúdos básicos são aqueles com maior ênfase teórica, e por isso mesmo requerem uma abordagem diferente da aula expositiva, e isso implica em uma metodologia ativa. Já os conteúdos teórico-práticos, como o próprio nome sugere, dizem respeito à aplicação imediata de conteúdos, assim, em muitos casos as atividades das disciplinas são em si metodologias ativas. Finalmente, os conteúdos específicos também são de aplicação imediata, sobretudo na área do Design, onde o conhecimento se aplica quase que necessariamente na atividade profissional.

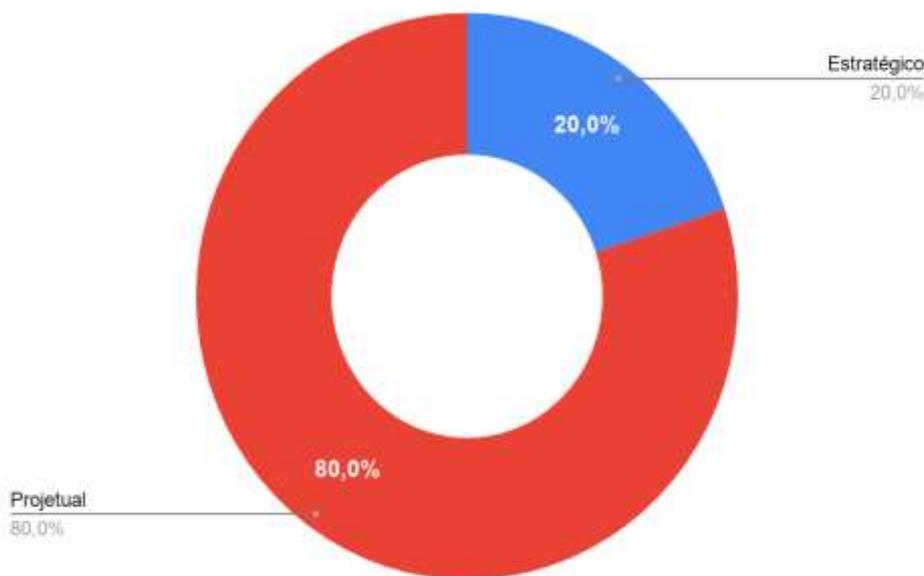
Figura 22: Proporção das metodologias ativas em relação aos tipos de conteúdo



Fonte: dos autores (2020).

Já em relação aos eixos de atuação (Fig 23), a maior ênfase está nos eixos projetual e estratégico. O eixo projetual é a base fundamental do Design, conforme já discutido na seção 2.2, assim é quase natural que a maior parte das metodologias ativas se aplique em situações de projeto. Além disso, um curso superior requer do egresso um conhecimento mais aguçado e prospectivo, um olhar mais amplo que a prática de projeto exclusivamente, assim, também é natural que cerca de $\frac{1}{4}$ das metodologias ativas esteja no eixo estratégico.

Figura 23: Eixo atuação



Fonte: dos autores (2020).

Contudo, é preocupante que o eixo científico não esteja contemplado nas metodologias ativas dentro do curso de graduação, visto que a pesquisa é um dos pilares dos cursos superiores no Brasil. Não se espera que esse eixo tenha um grande volume de metodologias ativas visto que a prática científica não é um campo amplamente explorado no mercado de Design, mas como prática de ensino as metodologias ativas podem tornar esse eixo de atuação do designer mais atrativo. Assim, espera-se que além dos eixos projetual e estratégico, também o eixo científico possa ser contemplado com metodologias ativas de ensino.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Design é uma disciplina projetual e criativa por natureza, e por isso em seu ensino requer uma abordagem igualmente criativa, que pode ser nomeada como “metodologias ativas”. No presente estudo foram relacionadas preocupações ligadas à formação do designer no ensino superior e nesse sentido foram identificados ao menos duas preocupações distintas, o tipo de conteúdo a ser abordado, dada por diretrizes nacionais, e eixo de atuação, propostos neste artigo.

Tendo como objetivo relacionar essas preocupações de formação com a área de atuação do designer em relação às metodologias ativas propostas na instituição, foram identificadas tendências de aplicação das metodologias ativas, sendo uma



proporção relativamente homogênea em relação aos conteúdos, e uma forte tendência ao eixo projetual e estratégico.

Outra descoberta do estudo foi a falta de metodologias ativas relacionadas ao eixo científico do design, o que sugere um estudo relacionado ao uso de metodologias ativas relacionadas à iniciação científica, bem como a criação de metodologias ativas que possam facilitar e incentivar a prática científica nos cursos de graduação em Design.

REFERÊNCIAS

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**: Um guia para jornalistas, diretores de redação, diretores de arte, editores e estudantes. Companhia Editora Nacional, 2015.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo, SP: Edgard Blücher, 2003.

BOMFIM, Gustavo Amarante. **Metodologia para Desenvolvimento de Projetos**. João Pessoa: Editora Universitária/ UFPB, 1995.

BONSIEPE et al. **Metodologia Experimental**: Desenho Industrial, publicação resultante dos principais registros do II Curso de Atualização em Projeto de Produto/ Desenho Industrial (UFPB - Campina Grande - 1984)

Braun, J. R. R., Denardi, D. F. A., Golçalvez, E. L., **Education and Design**: Integrator Project in Editorial Design. The 3rd international conference for design education researchers. LearnxDesign, 2015.

BRASIL, Ministério da Educação. **Portaria Nº 442, de 30 de maio de 2018**: componente específico da área de Design do Enade 2018. Brasília (DF); 2018.

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

MEDEIROS, D.; TEIXEIRA, F.; GONÇALVES, M. **Metodologia de Tradução Intersemiótica aplicada ao design gráfico**. Revista Vincci - Periódico Científico da Faculdade SATC, v. 1, n. 1, p. 23-38, 4 ago. 2016.

MORACE, Francesco. **Consumo autoral**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2009.



MORAES, Dijon de. **Metaprojeto**: o design do design. São Paulo: Blucher, 2010.

MUNARI, Bruno. **A arte como ofício**. 4.ed. Lisboa: Presença, 1993.

_____. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes: 2008.