

CAMINHOS INTERDISCIPLINARES NO ENSINO DO DESIGN E DA COMUNICAÇÃO: O PROJETO EIA ALEGRE

Ingrid Scherdien Melo¹
Valmir Mateus dos Santos Portal²
Eduardo Zilles Borba³

Resumo

Sabe-se que as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de graduação em Design e Comunicação definem, entre outras competências, a formação de um profissional que tenha a capacidade de interagir com especialistas de várias formações, atuando em equipes interdisciplinares, fertilizando e deixando fertilizar-se por outras áreas de conhecimento (COUTO et al, 2014). Considerando a importância da proposição de metodologias ativas que colocam os alunos como protagonistas de suas atividades, e entendendo que interdisciplinaridade é muito mais do que uma aula em conjunto com mais de um professor, os cursos de Design e Comunicação da Faccat tiveram a realização de um projeto interdisciplinar com a temática da comunidade EIA Alegre, uma região tradicional e de origem alemã do interior de Taquara. No primeiro semestre de 2018, participaram os alunos das disciplinas de Fotografia e Introdução à Fotografia, que desenvolveram um ensaio fotográfico documental sobre a comunidade EIA Alegre. O objetivo era uma imersão cultural dos alunos e o registro dos costumes e valores da população local. Em paralelo, as disciplinas de Design Gráfico, Produção Gráfica e Criação e Produção Gráfica para o Design desenvolveram as Identidades Visuais da exposição, constituídas da marca do projeto e da campanha de divulgação. Além disso, foi proposto um jornal informativo para divulgar não só as exposições fotográficas, mas as informações relevantes sobre a comunidade, tanto com o objetivo de auto reconhecimento dos moradores, como de divulgação da região taquarense para o restante do estado. Ainda, as disciplinas de Marketing e Planejamento e Assessoria em Comunicação desenvolveram um planejamento de comunicação para a comunidade (em especial com estratégias para divulgação da Festa do Coral do EIA Alegre) e uma série de planos de marketing para oportunidades de negócios a serem realizados na comunidade. Além do desenvolvimento dos projetos, as turmas se integraram na avaliação e escolha das melhores propostas de outras turmas, mediante votação e análises. Este projeto foi realizado com a interdisciplinaridade de 7 disciplinas, sob a tutoria de 3 professores: Mateus Portal, Ingrid Scherdien e Eduardo Zilles Borba. Os procedimentos metodológicos contaram com saídas de campo, entrevistas, observações não-participantes, exercícios práticos dos conceitos teóricos aprendidos em aula, apresentações de resultados criativos e votação das melhores construções. Além dos resultados pontuais obtidos, pretende-se divulgar as ações realizadas de modo a transformar a proposta em um projeto de extensão permanente.

Palavras-chave: EIA Alegre. Design. Comunicação. Interdisciplinaridade. Protagonismo do Aluno.

¹ Mestra em Design Estratégico pela Unisinos. Professora das Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT) e da Universidade FEEVALE.

² Mestrando em Desenvolvimento Regional pelas Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT). Professor das Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT).

³ Doutor em Ciências da Informação e Comunicação pela Universidade Fernando Pessoa (Portugal). Professor das Faculdades Integradas de Taquara (Faccat) e pesquisador no Centro Interdisciplinar em Tecnologias Interativas da Universidade de São Paulo (CITI-USP).

1. Interdisciplinaridade e Protagonismo do Aluno

Um erro bastante comum na abordagem da interdisciplinaridade, é acreditar que uma aula em conjunto com mais de um professor, de disciplinas distintas, é o suficiente para a construção de conhecimentos mais profundos em integração com as diferentes áreas de conhecimento. Logicamente que não se descarta a importância dessas proposições que dinamizam a rotina da sala-de-aula. No entanto, de acordo com Fontoura (2011), o conhecimento não se dá pela mera transmissão dos saberes já adquiridos, pois isso pode resultar, facilmente, apenas na reprodução dos conceitos aprendidos. O autor pontua que o ensino deve aperfeiçoar seus recursos pedagógicos para possibilitar aprendizagens nas quais o aluno faça a apropriação do conhecimento e a sua construção ou reconstrução: "a interdisciplinaridade está relacionada ao conceito de autonomia intelectual e moral" (FONTOURA, 2011). No mesmo contexto, Fazenda (2012) pontua que o foco da interdisciplinaridade não decorre do encontro entre disciplinas, mas sim do encontro entre indivíduos. Por isso, práticas que executam o encontro de disciplinas, com certa cooperação, mas sem coordenação das relações, são apenas práticas pluridisciplinares, que ocorrem meio que ao acaso e normalmente de forma individualizada. Assim, de acordo com Dias e Gontijo (2006), não basta colocar o rótulo de interdisciplinaridade em ações desarticuladas pressupondo-se que alunos e professores passarão a trabalhar em equipe. Ainda, outro problema recorrente é levantado por Dias e Gontijo (2006), chamado de falsa ou pseudo interdisciplinaridade, situação na qual ocorre uma competição entre as disciplinas envolvidas no trabalho interdisciplinar proposto, permitindo com que haja um destaque para uma ou outra disciplina com maior prestígio social.

Assim, vê-se que, mesmo com a disseminação do termo interdisciplinaridade e com as inúmeras discussões promovidas sobre o conceito, ele não é de todo entendido ou abraçado pelas instituições de ensino. Tornou-se banal nas arguições, mas ainda apresentando resistência no panorama de ensino, devido às estruturas curriculares divididas em disciplinas independentes e centradas em conteúdos e avaliações individuais. Mesmo no campo do Design e da Comunicação – profissões intrinsecamente interdisciplinares – e de suas Diretrizes Curriculares Nacionais

propondo a formação de profissionais que articulem com especialistas de várias formações (COUTO et al, 2014), encontra-se conservadorismos didáticos.

O protagonismo do aluno em uma situação interdisciplinar só ocorre quando ele constrói e reconstrói seu conhecimento ao agir, ao executar as atividades, ao questionar o processo e a propor caminhos distintos, ao avaliar e escolher, ao apresentar e defender suas ideias. Considerando esse posicionamento, os cursos de Design e Comunicação das Faculdades Integradas de Taquara - Faccat, por meio do estímulo da coordenação dos cursos, tiveram a realização de um projeto considerando uma única temática com múltiplas atividades que permearam 7 disciplinas, sob a tutoria de 3 professores: Valmir Mateus dos Santos Portal, Ingrid Scherdien Melo e Eduardo Zilles Borba. A cooperação e as ações coordenadas entre as disciplinas ocorreram de modo tão integrado que não poderia haver a conclusão do projeto sem a total relação entre as partes. Já a construção do conhecimento por parte dos alunos ocorreu mediante a utilização de procedimentos metodológicos que contaram com saídas de campo, entrevistas, observações não-participantes, exercícios práticos dos conceitos teóricos aprendidos em aula, apresentações de resultados criativos e votação das melhores construções.

2. O Projeto EIA Alegre

A proposta interdisciplinar citada foi desenvolvida com a temática da comunidade EIA Alegre, localizada em Ilha Nova / Morro Alto, uma região tradicional e de origem alemã do interior de Taquara, no Rio Grande do Sul. Foi escolhida como objeto de estudo por representar uma das etnias de origem do Vale do Paranhana e por preservar tradições peculiares há muito abandonadas pelos moradores dos grandes centros urbanos, levando os alunos ao contato com diferentes comportamentos sociais. Para obter informações sobre essa região, seus moradores e seus costumes, foi necessário realizar diversas visitas com os alunos até o local e um encontro com 2 representantes da comunidade, já que não há publicações impressas ou digitais sobre a região e seus moradores.

Sobre as informações coletadas nessas visitas e encontro, pode-se pontuar que há cerca de 150 pessoas morando atualmente na comunidade, número que tem

diminuído a cada ano. A grande maioria dos habitantes são aposentados e os mais jovens não se interessam pelas tradições do colono alemão. A economia local é pequena e gira em torno do carvão e da agricultura orgânica, mas também existe um elevado crescimento do turismo de aventura na região, especialmente o cicloturismo (*mountain bike*). O nome EIA Alegre não possui um significado específico, pelo menos, seus moradores não se recordam de sua origem. Um dos grupos existentes nessa comunidade é a Sociedade de Canto EIA Alegre, fundada em 22 de maio de 1922, que reúne os moradores para preservar os costumes rurais e a tradição alemã entre as famílias. Dentre essas atividades tradicionais, as que mais realizam são canto coral, dança, carteados, bocha, tiros de riúna e produção culinária alemã e colona (cucas, queijos, salames, pães etc.). Em média, 70% dos moradores da região inteira, considerando a Ilha Nova, além de moradores de diversas cidades vizinhas, vão à Festa do Coral – o principal evento da Sociedade de Canto EIA Alegre – que é realizado em maio de cada ano. Essa festa acontece na sede da Sociedade, um espaço de 504m² com estrutura para banda, dança, jantares e convívio para diversão e entretenimento.

No primeiro semestre de 2018, participaram do Projeto EIA Alegre os alunos das disciplinas de Fotografia e Introdução à Fotografia, que desenvolveram um ensaio fotográfico documental sobre a comunidade, orientados pelo professor Valmir Mateus dos Santos Portal. O objetivo era uma imersão cultural dos alunos e o registro dos costumes e valores da população *local* (*descritos no capítulo 3 deste artigo*). Em paralelo a isso, as disciplinas de Marketing e Planejamento e Assessoria em Comunicação desenvolveram um planejamento de comunicação para a comunidade (em especial com estratégias para divulgação da Festa do Coral da Sociedade EIA Alegre) e uma série de planos de marketing para oportunidades de negócios a serem realizados na comunidade (*descritos no capítulo 4 deste artigo*). Ainda, as disciplinas de Design Gráfico, Produção Gráfica e Criação e Produção Gráfica para o Design desenvolveram as Identidades Visuais da exposição fotográfica, constituídas da marca do projeto e da campanha de divulgação, tanto de um conceito institucional e turístico da região, quanto da festa do coral da Sociedade de Canto EIA Alegre, se apropriando dos planejamentos e fotografias propostos e

produzidos nas outras disciplinas. Além disso, foi proposto um jornal informativo para divulgar não só as mostras fotográficas, mas as informações relevantes sobre a comunidade, tanto com o objetivo de auto reconhecimento dos moradores, como de divulgação da região taquarense para o restante do estado (*descritos no capítulo 5 deste artigo*). Por fim, além do desenvolvimento dos projetos, as turmas se integraram na avaliação e escolha das melhores propostas de outras turmas, mediante votação e análises.

3. Imagem e Fotografia

De acordo com Argan (2010), a humanidade sempre procurou se expressar e representar o que vivenciou através de registros, e uma das formas utilizadas para sua expressão foi a arte. Esta, utiliza-se das mais diversas vertentes: pintura, escultura, arquitetura, fotografia, montagens. Conforme Hacking (2012), o aprimoramento das técnicas de reprodução de imagens chegou até a fotografia no século XVIII. Com esse advento, conseguiu-se captar imagens através de elemento mecânico, utilizando os princípios da física da câmara escura e das descobertas dos químicos reagentes à ação da luz. De lá até hoje, vê-se imagens por toda parte. Sobre isso, Barthes (1984) destaca que as imagens passam por uma espécie de filtro pessoal cultural, podendo causar alegrias ou aversões ao serem visualizadas. Estas sensações variam muito de indivíduo para indivíduo, conforme seus costumes e gostos pessoais. Para Holmer (2005), Joly (2003) e Dondis (1997), o mundo contemporâneo é extremamente influenciado pelas imagens, que têm sua própria bagagem de significados, comunicando as mais variadas mensagens.

Levando em consideração esses conceitos, coloca-se em evidência um estilo de fotografia, a fotografia documental, que para Lowe (2017), é a representação do mundo real com a intenção de mostrar o tema de uma forma literal e objetiva, registrando os aspectos sociais da condição humana nos mais diversos contextos. Rouillé (2009) pontua que a fotografia documental não é um documento, todavia, na sua natureza, cada imagem fotográfica contém um valor documental, que deve ser apreciado por sua variabilidade no âmbito de um regime de verdade. O autor

destaca ainda, que a fotografia documental propõe uma nova maneira de perceber as artes e as manifestações sociais e culturais.

Com base nesses conceitos, os alunos das disciplinas de Fotografia e Introdução à Fotografia apreenderam a teoria e executaram um ensaio fotográfico documental prático. Durante as atividades, os alunos desenvolveram o processo de aprendizagem por competências e habilidades (JUNG e DÖRR, 2017), relacionando os conhecimentos aprendidos dentro de sala de aula e as ações externas, com o intuito de gerar resultados. Dentre os objetivos da produção desse ensaio estava: a familiarização dos alunos com os equipamentos fotográficos; o estímulo ao espírito crítico para a leitura de fotografias; e o conhecimento sobre os elementos da linguagem fotográfica. Ainda dentro da proposta, foi prevista uma imersão cultural dos alunos no ambiente da sociedade, propondo, assim, uma aproximação da comunidade com os alunos da instituição. A primeira etapa do projeto EIA Alegre (Figura 1) consistiu em conhecer o cliente e o estabelecimento das datas das saídas de campo, que ocorreram 4 vezes. Nelas, os alunos puderam registrar as atividades culturais da comunidade, bem como a festa anual do coral, além de retratar a vida cotidiana das pessoas que fazem parte da região. Como resultado final, foi realizada uma exposição com a seleção de 65 imagens. Para o segundo semestre de 2018, estão previstas outras exposições na comunidade.

Figura 1 - Etapa Fotografias



Fonte: montagem dos autores e produção dos alunos

4. Marketing e Planejamento

A atividade de planejamento em comunicação consiste, segundo Vasconcelos (2005), em analisar e diagnosticar corretamente um problema específico de comunicação, a fim de encontrar soluções estratégicas que irão potencializar seu relacionamento e imagem no mercado. Isto tudo através de uma variedade de ferramentas que integram o composto de comunicação, o mix – canais, plataformas e dispositivos utilizados pela marca para emitir algum tipo de mensagem para o seu público-alvo como, por exemplo: propaganda, relações públicas, merchandising, marketing direto, mídias sociais, e-mail marketing, assessoria de imprensa, catálogos, entre outros.

Isto posto, foi proposto aos alunos das disciplinas de Marketing e Planejamento e Assessoria em Comunicação, ministradas pelo professor Eduardo Zilles Borba, que praticassem, de modo empírico, um planejamento de comunicação que considerasse a comunidade e a Sociedade de Canto EIA Alegre, com 3 grupos de 6 pessoas atuando nas instâncias de comunicação interna, externa e institucional. O conjunto de atividades propostas envolveu o conhecimento teórico acerca da disciplina, a capacidade de análise crítica de ações estratégicas e, também, saídas de campo para se aproximar da realidade do EIA Alegre. Tudo isto, a fim de consolidar a construção do conhecimento dos estudantes de forma teórica e prática para que pudessem compreender as ações para um cliente real.

A primeira atividade foi um encontro com dois representantes do EIA Alegre que estiveram na Faccat para conversar com os alunos. Na oportunidade, foi conduzida uma técnica de *briefing* em comunicação, na qual os alunos lançaram questionamentos. Após essa reunião, os alunos transcreveram suas anotações no formato de *briefing*. Na semana seguinte, foi realizado um *brainstorming* (geração de ideias) com toda a turma, na qual o professor assumiu o papel de gestor de uma agência de comunicação para conversar com as equipes. Posteriormente, os três grupos de alunos reuniram-se em períodos classe e extraclasse para realizar a contextualização do cenário de atuação do cliente, sua situação atual, a

segmentação de público e os canais de comunicação adequados. Nesta etapa, também definiram o posicionamento de comunicação estratégico.

O grupo responsável pela comunicação interna considerou o posicionamento '*Que o futuro preserve o que o passado nos deixou*'. Isto é, valorizar a integração social de diversas gerações na festa. Por sua vez, o grupo responsável por realizar um plano de comunicação externo, considerou apenas focar-se na divulgação da festa para os outros corais da região do Vale do Paranhana. Neste caso, o posicionamento ficou definido em conceitos de *amizade, tradição e música*. Já o grupo de comunicação institucional decidiu realizar um plano com ações pontuais que incentivassem os moradores a se autovalorizarem, num ato de reconhecimento das próprias tradições.

5. Marca e Campanha

Em paralelo às ações de fotografia e planejamento desenvolvidas, as disciplinas de Design Gráfico, Produção Gráfica e Criação e Produção Gráfica para o Design, ministradas pela professora Ingrid Scherdien Melo, desenvolveram a parte gráfica visual das estratégias estabelecidas, ou seja, deu-se a 'cara' efetiva ao projeto.

A dinâmica estabelecida, após os alunos terem acesso aos conteúdos teóricos, em sala de aula, e desenvolverem suas próprias percepções em exercícios de criação de marcas, peças gráficas (cartazes, anúncios, posts de redes de sociais), e diagramação de informativos (jornais, revistas, livros), foi dividir uma das turmas em 4 grupos concorrentes, para que cada grupo criasse a sua versão de Identidade Visual; e a outra turma com trabalhos individuais de diagramação de um informativo para a comunidade EIA Alegre. Os alunos das turmas de Design Gráfico/Produção Gráfica, desenvolveram as 4 propostas de identidade (Figura 2), após analisarem as propostas dos planejamentos de comunicação e utilizarem as fotografias produzidas nas visitas à comunidade. Essas 4 propostas foram submetidas à análise e votação, mediante formulário eletrônico⁴, por todos os alunos das outras 5 turmas integradas ao projeto. A proposta escolhida foi adotada para a exposição fotográfica e utilizada no projeto do informativo. Quanto a este último, os alunos da turma de Criação e

⁴ encurtador.com.br/fwyzM

Produção Gráfica para o Design, utilizaram a marca escolhida e desenvolveram, individualmente ou em duplas, cerca de 10 diferentes publicações, em formato de jornal, com 4 páginas, abordando aspectos culturais, gastronômicos e informativos sobre as tradições alemãs e divulgando as fotografias da exposição. As opções também passaram pelo crivo de análise dos alunos das demais turmas e a opção escolhida está em estudo para implementação real periódica.

Figura 2 – Identidades Visuais e Peças Criadas



Fonte: montagem dos autores e produção dos alunos

6. Avaliações Integradas e Considerações Finais

Da mesma forma como as Identidades Visuais e os Informativos foram validados pelos demais alunos, as fotografias produzidas também passaram pela análise dos alunos que planejaram as comunicações e que desenvolveram as peças gráficas. Assim como os planejamentos de comunicação desenvolvidos também sofreram adaptações quando chegaram nas mãos dos executores. Também, tanto na reunião com os dois integrantes da Sociedade de Canto EIA Alegre, quanto nas saídas de campo à comunidade, participaram alunos de todas as 7 turmas envolvidas no projeto. Os alunos também estabeleceram trocas de informações frequentes, seja por meio digital ou por encontros presenciais. Os 3 professores fizeram reuniões constantes, trocando informações sobre os trabalhos que estavam sendo desenvolvidos, adaptando estratégias e acompanhando o cronograma, de modo que

qualquer atividade permanecesse com suas relações coordenadas e sem destaque ou privilégio para uma ou outra disciplina.

Assim, percebe-se que o projeto EIA Alegre foi um trabalho legitimamente interdisciplinar, desenvolvido a múltiplas mãos, que ampliou as perspectivas de apenas um encontro pontual, mas que estabeleceu emaranhadas e complexas relações de execução ativas, integrando as perspectivas de alunos do Design, da Publicidade e Propaganda e de Relações Públicas, e suas visões, ora mais teóricas, ora mais práticas. Observou-se que os alunos ficaram muito contentes e interessados em cada etapa, propondo e sugerindo a todo momento e buscando a melhor aplicação de seus aprendizados, foram os protagonistas de todo o processo. Por toda essa complexidade, deseja-se que esse projeto possa ser ampliado, impulsionado, patrocinado e mantido, até mesmo por isso se publica esse artigo. Pois o olhar que se obteve com essas ações, proporcionou o resgate da autoestima dos moradores da comunidade, mas também da própria autoestima do *ser aluno*, do *ser professor* e das missões de *ensinar e aprender*.

Referências

- ARGAN, Giulio Carlo. *Arte Moderna*. 2ª ed, São Paulo/SP, Companhia das Letras, 2010.
- BARTHES, Roland. *A Câmara Clara*. Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 1984.
- COUTO, R. M. S. et al. *Gustavo Amarante Bomfim: uma coletânea*. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014.
- DIAS, M. R. A. e GONTIJO, L. A. *A interdisciplinaridade no Ensino do Design*. Revista Design em Foco (Salvador), v. 3, p. 49-66, 2006. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/661/66111515005.pdf> Acesso em: 06/09/2018.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. 2ª ed. São Paulo\SP, Martins Fontes, 1997.
- FAZENDA, I. C. A. *Interdisciplinaridade: história, teoria e pesquisa*. 18ª ed. Campinas, SP: Papirus, 2012.
- FONTOURA, A. M. *A interdisciplinaridade e o ensino do design*. Projética Revista Científica de Design (Londrina), v. 2, n. 2, p. 86-95, 2011. Disponível em: <https://docplayer.com.br/56928894-A-interdisciplinaridade-e-o-ensino-do-design.html> Acesso em: 06/09/2018.
- HACKING, Juliet. *Tudo sobre fotografia*. Rio de Janeiro\RJ, Editora Sextante, 2012.
- HOLMER, Adriana Maria Steffen. *O Comercial "Personalidades" do Shopping Iguatemi - A Imagem Publicitária Revelando o Corpo Social*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre\RS, 2005.
- JOLY, Martine. *Introdução à Análise da Imagem*. 6ª ed. São Paulo\SP, Papirus Editora, 2003.
- JUNG, Carlos Fernando; DÖRR, Carine Raquel Backes. *Método para elaboração de programas de disciplinas a partir de competências: habilidades, atitudes e conhecimentos*. XVII Colóquio Internacional de Gestão Universitária. Mar Del Plata-Argentina. Novembro de 2017.
- LOWE, Paul. *Mestres da fotografia: técnicas criativas de 100 grandes fotógrafos*. São Paulo\SP, Editora GG, 2017.
- ROUILLÉ, André. *A fotografia: entre o documento e arte contemporânea*. São Paulo\SP, Editora SENAC, 2009.
- VASCONCELOS, Luciane. *Planejamento de Comunicação Integrada. Manual de sobrevivências para as organizações no século XXI*. São Paulo: Summus Editorial, 2005.