



**A VISÃO EMPREENDEDORA DO DESIGN GRÁFICO
– CONTRIBUTOS PARA UMA METODOLOGIA INTEGRADA NA
FORMAÇÃO SUPERIOR POLITÉCNICA PÓS-LABORAL**

THE VISION OF GRAPHIC DESIGN

**- CONTRIBUTIONS TO AN INTEGRATED METHODOLOGY IN
POST-LABOR POLYTECHNIC HIGHER EDUCATION**

Jorge Brandão Pereira¹

Paula Tavares²

Resumo

A presente comunicação desenvolve uma proposta formativa e demonstra exemplos de projetos empreendedores na área do design gráfico e de comunicação, desenvolvidos no contexto da unidade curricular de Anteprojecto de Design Gráfico do curso de licenciatura de Design Gráfico - em Regime Pós-laboral, no Instituto Politécnico do Cávado e do Ave. A unidade curricular de Anteprojecto pretende funcionar como laboratório de ideias criativas, que sejam geradoras de projetos na área do design com relevância social, cultural e/ou comercial. Este formato potencia as condições necessárias para estimular a proatividade, que resultem no desenvolvimento de soluções empreendedoras. Deste modo, a unidade curricular identificar, testa e implementa metodologias de desenvolvimento de projeto que revertam a favor dos seus proponentes – os alunos. A formação em design no IPCA tem presente a empregabilidade, do ponto de vista da solução de problemas. O design, e concretamente o design gráfico, é interpretado como um agente social de desenvolvimento regional e nacional. Pelo sucesso alcançado nos trabalhos, nas aprendizagens e, sobretudo, nas metodologias de projeto empreendedor, o modelo pedagógico é um interessante contributo para a discussão emergente dessa área de fronteira que é ensino do empreendedorismo no ensino superior. Através do design, a instituição de ensino superior público politécnico pretende aumentar as relações de parceria com o tecido industrial da região potenciando a inovação e aumentando a competitividade no mercado global. Verificamos, através desta experiência pedagógica, que o Design permite alavancar ideias e projetos empreendedores, permitindo o desenvolvimento de marcas próprias e crescer de forma sustentável.

Palavras chave: design, empreendedorismo, *intrapreneurship*, trabalhador-estudante, IPCA

Abstract

The present communication develops a formative proposal and demonstrates examples of entrepreneurial projects in the area of graphic and communication design, developed in the context of the curricular unit of Graphic Design Preliminary Design course of Graphic Design - in Regime Post-labor, at the Polytechnic Institute Cávado and Ave. The curricular unit of Anteprojecto intends to function as a laboratory of creative ideas that are generating projects in the area of design with social, cultural and / or commercial relevance. This format enhances the conditions necessary to stimulate the proactivity, which results in the development of entrepreneurial solutions. In this way, the curricular unit identifies, tests and implements project development methodologies that revert in favor of its proponents - the students. The design training in the IPCA takes into account employability from the point of view of problem

¹Escola Superior de Design, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, Portugal-jmpereira@ipca.pt

²Escola Superior de Design, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, Portugal-ptavares@ipca.pt
Pereira, J.B., Tavares, P.; A Visão Empreendedora Design Gráfico-Contributos Para Uma Metodologia Integrada na Formação Superior Politécnica Pós-Laboral. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas V.1, Nº6, p.66-74, Nov./Dez.2016. Artigo recebido em 20/11/2016. Última versão recebida em 01/12/2016. Aprovado em 10/12/2016.

solving. Design, and specifically graphic design, is interpreted as a social agent of regional and national development. Due to the success achieved in the works, in the learning process and especially in the entrepreneurial project methodologies, the pedagogical model is an interesting contribution to the emerging discussion of this frontier area that is entrepreneurship teaching in higher education. Through design, the polytechnic public higher education institution intends to increase the partnership relationships with the industrial fabric of the region by enhancing innovation and increasing competitiveness in the global market. Through this pedagogical experience, we have verified that Design allows leverage entrepreneurial ideas and projects, allowing the development of own brands and growing in a sustainable way.

Keywords: design, entrepreneurship, intrapreneurship, worker-student, IPCA

1. Introdução

Integrada no contexto da discussão do tema do empreendedorismo no ensino superior, reconhece-se a sua relevância específica no ensino superior público politécnico. Desenvolvemos no presente artigo a proposta formativa desenvolvida no contexto da unidade curricular de Anteprojecto de Design Gráfico do curso de licenciatura de Design Gráfico - em regime pós-laboral, apresentando exemplos de projetos empreendedores na área do design gráfico e de comunicação desenvolvidos no contexto da unidade curricular de Anteprojecto de Design Gráfico do curso de licenciatura de Design Gráfico - em Regime Pós-laboral, no Instituto Politécnico do Cávado e do Ave.

O percurso efetuado ao longo dos últimos seis anos letivos, num curso que é frequentado sobretudo por trabalhadores-estudantes, confirma a atualidade da visão empreendedora do design, onde o Anteprojecto surge como oportunidade no sexto semestre da licenciatura, de desenvolver a estrutura de uma proposta empreendedora (*entrepreneurship*) ou de *intrapreneurship*, nos seus locais de trabalho.

2. Enquadramento

A Escola Superior de Design (ESD) é a mais recente das três unidades orgânicas de ensino e investigação do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA). Vocacionada para o ensino superior do design e para a investigação aplicada nesta área, inicia a sua atividade científica e pedagógica no ano letivo de 2015/2016, cimentando um processo de consolidação enquanto anterior Departamento de Design da Escola Superior de Tecnologia do IPCA.

O IPCA iniciado a sua atividade no ano letivo de 1996/1997 com apenas 74 estudantes, na atualidade anos encontram-se a frequentar o IPCA mais de 3500 estudantes, distribuídos por cursos de mestrado, licenciatura, pós-graduações, cursos técnicos superiores profissionais e cursos de especialização tecnológica. Para além do crescimento exponencial do número de estudantes verificado neste período (e apesar da diminuição do número de estudantes a frequentar o ensino superior em Portugal nos últimos 5 anos), é de referir a elevada

diversificação da oferta formativa e sua adequação às necessidades do mercado, a elevada qualificação dos docentes, a grande aposta na investigação aplicada e nas relações com a sociedade e com as empresas da região. O percurso efetuado pela ESD dentro da instituição é, igualmente, de crescimento. O Departamento de Design do IPCA iniciou atividades em 2005 com a licenciatura em Design Industrial, tendo no ano seguinte iniciado a licenciatura em Design Gráfico (em regimes de horário diurno e pós-laboral).

Enquadrando o estudo de caso na licenciatura em Design Gráfico – regime pós-laboral, esta formação tem como objetivo criar profissionais altamente qualificados na área do design de comunicação, com uma postura interventiva ao nível das novas tecnologias da comunicação, promovendo o contacto do estudante com as empresas, em resposta às necessidades emergentes, junto do setor das indústrias criativas e tecnológicas, do comércio e da comunicação.

3. A unidade curricular de Anteprojeto de Design Gráfico

A unidade curricular de Anteprojeto de Design Gráfico pretende funcionar como um espaço de reflexão e discussão de ideias criativas que sejam geradoras de projetos na área do design de comunicação com relevância social, cultural e/ou comercial. Consiste no momento final do percurso da licenciatura, no sexto semestre, culminando o percurso formativo em Projeto.

Este formato procura criar as condições necessárias para estimular a proatividade, que resultem no desenvolvimento de soluções empreendedoras. Assim sendo, a unidade curricular identifica, testa e adota métodos de investigação que revertam a favor dos projetos dos alunos, onde dadas as características da unidade curricular e o aprofundar da relação entre docente e alunos é possível uma excelente dinamização das aulas, na interação entre pares e no acompanhamento muito próximo dos trabalhos desenvolvidos..

Pretende-se que os alunos construam um vocabulário gráfico rico e adquiram competências na gestão e execução de projetos de design de comunicação e grafismo, através de um trabalho permanente de investigação, exercício de análise crítica e discussão pública de projetos, em várias fases. Os projetos pretendem contribuir para o desenvolvimento global da cultura do design, propondo um legado da comunicação por design a aplicar nos objetos/parceiros de investigação propostos pelos alunos, em particular, e na instituição e região, em geral.

3.1 Metodologia

Durante o semestre de desenvolvimento da unidade curricular, é desenvolvido um único projeto, estruturado e organizado em três fases. As aulas tem fundamentalmente um carácter de atelier, de trabalho prático, onde é estimulada a experimentação e a interação entre colegas e docente. As

A Visão Empreendedora Design Gráfico-Contributos Para Uma Metodologia Integrada na Formação Superior Politécnica Pós-Laboral.

aulas deverão ser complementadas com o trabalho de campo do aluno, através de um contacto direto e regular com o parceiro de projeto e com todas as entidades consideradas relevantes.

A Fase 1 consiste na definição concreta da proposta de trabalho a desenvolver, nas várias frentes de ação. Pretende-se que o aluno contacte diretamente com o mercado de trabalho e organização parceira. Depois de identificar e avaliar um problema, deverá ser proposto o estudo de uma solução, com incidência natural para o domínio visual e do grafismo. O aluno deverá explorar processos de investigação e de experimentação, exigíveis neste contexto académico. No final deste momento, o aluno terá de desenvolver e apresentar um documento escrito com a proposta de ação de projeto.

Na Fase 2, o aluno deverá desenvolver o projeto prático e teórico de acordo com o programado e acordado na fase anterior. Este é o momento mais longo da calendarização, incitando o trabalho de campo de modo a desenvolver um contacto direto com o mercado profissional. Esta metodologia visa promover a aplicabilidade do trabalho num determinado contexto social, cultural e/ou de mercado.

A Fase 3 é considerada a fase de auto-avaliação do projeto, analisando os resultados em função do que foram as fases antecedentes. Nesta última fase, o aluno deverá concluir o dossier escrito, desenvolvido ao longo do semestre, e preparar a apresentação pública do seu trabalho.

No início e nas fases-chave do projeto prevêem-se exposições teóricas, de contextualização ou complemento ao trabalho de pesquisa realizado pelos alunos. No seu percurso formativo, o aluno deverá atingir, de um modo gradual, os objetivos propostos.

3.2 Objetivos

A unidade curricular é o culminar do percurso estruturante de Projeto, daí assumir como pressuposto o domínio de todas as competências específicas ligadas às diversas áreas do design de comunicação. Neste contexto, são balizados objetivos transversais ao Projeto, nomeadamente que o discente: (i) Fique apto para responder aos desafios e exigências do mercado profissional; (ii) Realize projetos passíveis de aplicação e reconhecimento nos mais variados contextos sociais, culturais, profissionais, académicos e de mercado; (iii) Conheça e aplique os fundamentos formais e teóricos da linguagem do Design de Comunicação; (iv) Desenvolva uma capacidade de argumentação e fundamentação concetual em todas as fases de um projeto, bem como de coordenação dentro de uma equipa de trabalho; (v) Aprofunde o conhecimento sobre as metodologias projetuais adquiridas nos anos transatos; e (vi) Adquirir autonomia no trabalho individual e em equipa no desenvolvimento de projetos de comunicação.

4. Resultados de projetos empreendedores

Dadas as características da proposta de trabalho, são muitos os exemplos que se desenvolvem com uma abordagem empreendedora. Na presente secção apresentam-se exemplos de trabalhos, numa seleção de estudos de caso diversa em termos de área de ação e organizações parceiras.

Pelo sucesso alcançado nos trabalhos, nas aprendizagens e, sobretudo, nas metodologias de projeto empreendedor, o modelo pedagógico é um interessante contributo para a discussão emergente dessa área de fronteira que é ensino do empreendedorismo no ensino superior.

4.1 Evento “Sá de Miranda por Terras de Vila Verde”

Desenvolvido em 2010 pela aluna Sílvia Abreu, a pesquisa para este projeto iniciou com uma abordagem pro-ativa à Câmara Municipal de Vila Verde. O desenvolvimento deste projeto centrou-se na divulgação de um evento a promover pela, a Feira Quinhentista com o tema “Sá de Miranda por Terras de Vila Verde”, realizado entre 17 a 23 de Maio desse ano.

A proposta da aluna foi sendo discutida com a autarquia em vários momentos, na organização a conceção da estratégia e suportes para a comunicação visual do evento. Resultou numa lista de aplicações que foi crescendo à medida que iam sendo colocadas novas ideias acerca o evento.

O desenvolvimento deste projeto permitiu à aluna adquirir conhecimento através da realização de tarefas em contexto real de mercado, com tudo o que isso implica, Este conhecimento adquirido tornou-se uma parte essencial da formação da aluna, que não terminou com a conclusão do projeto, tendo tido a oportunidade de continuar a ligação profissional com a autarquia em novos projetos de comunicação e de marketing territorial.



Figura 1 – Projeto de comunicação do evento “Sá de Miranda por Terras de Vila Verde” (2010).

4.2 Marca “THE VINCENT CROW”

Desenvolvido em 2011 pelo aluno Nuno Dias, este Anteprojecto estabeleceu as bases de comunicação visual e de marketing para uma marca de moda e design têxtil denominada “THE VINCENT CROW”. O trabalho consistiu não apenas no desenvolvimento da imagem corporativa da marca, incluindo também documentação relativa a produção têxtil e o estabelecimento de um plano de intervenção para o negócio.

Através deste projeto, o aluno criou as bases de uma marca de roupa forte e com sucesso, sustentável em termos económicos e com ambição de ser implementado no mercado. Reconhecendo o contexto cultural da cidade de Barcelos, “THE VINCENT CROW” inspirou-se essencialmente no ambiente rock, um género musical com forte desenvolvimento nas contraculturas da cidade de Barcelos.

Concluído o projeto, os resultados e feedback superaram as expectativas iniciais, respondendo ao que foi planeado e superando todas as dificuldades encontradas. Com isto foi possível a criação da marca e a sua divulgação, outorgando-lhe uma forte imagem e impacto sobre o mercado. À data a marca continua a sua atividade, tendo o aluno entretanto replicado esta estratégia em dois novos projetos de marca, que respondem a públicos-alvo diferentes.



Figura 2 – Projeto de marca “THE VINCENT CROW” (2011).

4.3 Marca “Common Cut”

Desenvolvido em 2013 pelo aluno Fernando Figueiredo, o projeto consistiu na concretização de um projeto empreendedor de marca em design de calçado. O seu desenvolvimento passou pela arquitetura da marca e comunicação da coleção FW2013/14. De referir que este projeto alcançou grande mediatismo, enquadrado numa área comercial de grande relevância para as exportações em Portugal e para a economia da região Norte.

O processo criativo passou pelo planeamento de uma campanha que teve em conta

A Visão Empreendedora Design Gráfico-Contributos Para Uma Metodologia Integrada na Formação Superior Politécnica Pós-Laboral.

principalmente os aspetos de ordem comercial, nomeadamente na identificação de uma cronologia estudada sobre a produção, comunicação e distribuição. Esta é uma cronologia estabelecida neste contexto empresarial, sendo que para o Anteprojecto foi implementado, num curto espaço temporal de um semestre, uma matriz raiz de conceito, imagem e comunicação, gerando um produto homogéneo e consistente.

O feedback sobre a estratégia visual, aliada à qualidade do produto, foi procurada em agentes, bloggers e editores de revistas, que transmitiram uma opinião bastante favorável relativamente à coleção e à imagem que a suportou. Apoiada na viralidade das redes sociais, o projeto rapidamente alcançou projeção internacional, estando hoje integrada em feiras setoriais internacionais e dentro de uma estratégia de setor.



Figura 3 – Projeto de marca “Common Cut” (2012).

4.4 Edição do livro “A birra da Carolina”

Desenvolvido em 2014 pelo aluno Diogo Sampaio, o projeto consistiu no processo de ilustração, edição e promoção de um livro infantil. A partir de um texto original cedido por uma escritora, foram aplicadas diferentes metodologias e abordagens até à obtenção do produto final. Foi definida a faixa etária à qual o livro se destina, tendo sido posteriormente realizadas diferentes tarefas, no que diz respeito a esboços até às imagens 3D, composição do layout, escolha de tipografia e logótipo.

Numa fase seguinte desenvolveram-se vários suportes promocionais, entre os quais a criação de um site e de um vídeo, tendo em vista a divulgação e promoção do projeto, aproximando-o do público e fomentando a interação, tal como se levaram a cabo contactos importantes na procura de apoio financeiro e de promoção.

Este foi um projeto bem sucedido, no qual o aluno pode implementar várias áreas de

A Visão Empreendedora Design Gráfico-Contributos Para Uma Metodologia Integrada na Formação Superior Politécnica Pós-Laboral.

especialização em design gráfico, sempre com elevada qualidade. Já numa fase posterior, o aluno e a autora receberam um convite de uma editora nacional, que editou o livro e o integrou nos circuitos comerciais do mercado livreiro.

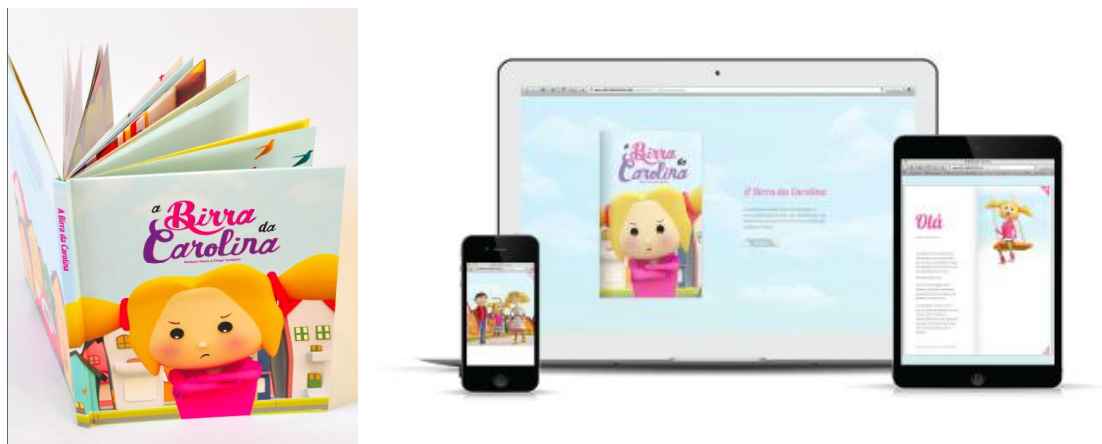


Figura 4 – Projeto de livro infantil “A birra da Carolina” (2014).

5. Conclusão

O balanço final da unidade curricular, ao longo dos anos letivos em que vem sendo implementada, é muito positivo, tendo a estratégia e metodologia aplicada resultado como respostas em projetos gráficos bastante interessantes.

Pelo sucesso alcançado nos trabalhos, nas aprendizagens e, sobretudo, nas metodologias de projecto empreendedor, o modelo pedagógico é um interessante contributo para a discussão emergente dessa área de fronteira que é ensino do empreendedorismo no ensino superior.

Os resultados globais são muito satisfatórios, superando largamente as expectativas criadas, havendo muitos casos de destaque de qualidade de respostas. O desenvolvimento de um único projeto, estruturado e organizado em diferentes fases, é altamente potenciador das capacidades dos alunos e motivante para a sua formação. Apesar de haver uma grande heterogeneidade na área de especialização do design, observa-se na maioria dos trabalhos desenvolvidos uma programação em banda larga, com múltiplas áreas do design gráfico, procurando fazer prova de competências específicas ligadas às diversas áreas que fazem parte da estrutura curricular da licenciatura.

6. Referências

Alonso, L. (2013). *Investigação para um currículo relevante – Inovação curricular:*

A Visão Empreendedora Design Gráfico-Contributos Para Uma Metodologia Integrada na Formação Superior Politécnica Pós-Laboral.

- Transformar o currículo, melhorar a escola.* In Sousa, F., Alonso, L., Roldão, M. (Orgs), *Investigação para um currículo relevante* (pp. 29-51). Coimbra: Almedina
- Carneiro, R. et al. (2000). *O Futuro da Educação em Portugal - Tendências e Oportunidades*. Lisboa: Ministério da Educação
- Coutinho, M. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra: Almedina
- Dias, A. et al. (2013). *Referencial de Educação Financeira*. Lisboa: Ministério da Educação e Ciência
- Gutstein, E. (2003) – *Teaching and learning Mathematics for social justice*. *Journal for Research in Mathematics Education*. 34 (1), pp. 37-73
- IAPMEI (2012). *Teste de Capacidade Empreendedora* [Em linha]. IAPMEI site. Acedido em julho de 2012, em <http://www.iapmei.pt/iapmei-bimteste-01.php>
- Johansen, V. e Schanke, T. (2014) – *Entrepreneurship Projects and Pupil's Academic Performance: a study of Norwegian secondary schools*. *European Education Research Journal*, 13 (2), pp. 155-166
- Pereira, M., Ferreira, J. e Figueiredo, I. (2007). *Guião «Promoção do Empreendedorismo na Escola»*. Lisboa: Editorial do Ministério da Educação
- Pina, J. e Ferreira, R. (2014). *Educação financeira e Empreendedorismo para os primeiros ciclos de aprendizagem*. Lisboa: Escolar Editora
- Ponte, J. (2008). *Investigar a nossa própria prática: uma estratégia de formação e construção do conhecimento profissional*. *PNA*, 2 (4), pp. 153 – 158
- Roldão, M. (1999). *Gestão curricular – fundamentos e práticas* (pp. 23-35). Lisboa: MEC/DEB
- Roldão, M. (2013). *Investigação para um currículo relevante – O que é um currículo relevante?*. In Sousa, F., Alonso, L., Roldão, M. (orgs), *Investigação para um currículo relevante* (pp. 15-28). Coimbra: Almedina
- Seabra, T. (2009). *Desigualdades escolares e desigualdades sociais*. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 59, pp. 75-106
- Guia Prático do Capital de Risco [Em linha]. IAPMEI site. Acedido julho 24, 2012, em <http://www.iapmei.pt/resources/download/GuiaPraticodoCapitaldeRisco2604.pdf>
- Ken Robinson: Como as escolas matam a criatividade [Em linha]. TED site. Acedido janeiro 4, 2014, em https://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity?language=pt#t-21860