

A ABORDAGEM INTERDISCIPLINAR NO ENSINO DO DESIGN: um relato docente em “introdução ao projeto visual”

AN INTERDISCIPLINARY APPROACH TO DESIGN EDUCATION: a teaching experience report in “introduction to visual design”

ALENCAR, Maria Luísa Acioli Falcão de; Doutoranda em Design; Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo

afalencar.marialuisa@usp.br

CURCIO, Gustavo Orlando Fudaba; Doutor em Design e Arquitetura; Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo

curcio@usp.br

MAZZILLI, Clíce de Toledo Sanjar; Doutora em Estruturas Ambientais Urbanas; Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo

clíce@usp.br

Resumo

O presente trabalho apresenta, por meio do relato de experiência docente, o método de ensino empregado na AUP2328 – Introdução ao Projeto Visual, disciplina obrigatória na matriz curricular do curso de Graduação em Design da FAU-USP. A AUP2328 é pautada no conceito do conhecimento construído em etapas, mediante aulas de caráter interdisciplinar, onde apresenta-se o conteúdo teórico e incentiva-se a prática de projeto em sala de aula. As atividades avaliativas são divididas em 5 exercícios, que culminam no desenvolvimento do Projeto Final: um sistema de identidade visual e seu Brand book. Fazendo uso de bibliografia acerca da docência no Ensino Superior, métodos de ensino em Design, pesquisa em Design e Comunicação Visual, buscamos discutir os objetivos, a estruturação das aulas e atividades propostas na AUP2328, refletindo sobre a vivência docente no primeiro semestre de 2023, dinâmicas ocorridas com os alunos e os resultados obtidos por eles, ao final da disciplina.

Palavras Chave: ensino de design, docência no ensino superior, identidade visual, marca.

Abstract

This paper presents, via a teaching experience report, the education method employed in AUP2328 – Introduction to Visual Design, a mandatory course in the curriculum of BA Design at FAU-USP. The learning basis in AUP2328 is comprised by the idea of knowledge built in steps, via interdisciplinary classes which encompass both theoretical content and studio-based practices. The evaluation is centered on 5 exercises which lead to the development of the course’s Final Project: a visual identity system and its Brand book. Through literary review on higher education teaching, pedagogical practices in Design, research in Design, and Visual Communications, we aim to discuss the objectives, class structure and proposed activities in AUP2328, reflecting on the didactic experience in the first semester of 2023, the dynamics that involved the students and results obtained by them, at the end of the course.

Keywords: design education; higher education teaching; visual identity, brand.

1 Introdução: a Graduação em Design na FAU-USP

No contexto da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP), a inclusão do Design como disciplina se deu em meados dos anos 1960, por meio de uma proposta pedagógica vinculada à Graduação em Arquitetura e Urbanismo. Considerando que na época existia um projeto modernista vinculado ao ensino da arquitetura, aliado à forte industrialização que marcou o período, a atuação do profissional arquiteto era vista como bastante abrangente – incluindo desde uma “arquitetura industrializada” ao design de mobiliário, de interiores e de produtos industriais. Sendo assim, a noção de projeto e do ato de projetar era considerada essencial à formação do arquiteto – e tanto o Desenho Industrial como a Comunicação Visual foram incluídos como habilitações do curso de Graduação em Arquitetura e Urbanismo após a Reforma Curricular de 1962 (Braga, 2016, p. 47).

Deste modo, a associação entre o Design e a Arquitetura e Urbanismo tornou-se uma herança histórica da instituição – e que perdura mesmo após a criação do curso de Graduação em Design, que ocorreu em 2006. De fato, em 2023 o curso de Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAU-USP passou por um processo de reformulação de seu Projeto Político-Pedagógico (PPP), visando o alinhamento da matriz curricular à nova realidade socioeconômica do corpo discente da Universidade de São Paulo. E, mesmo diante da remodelação do curso, da adaptação às políticas afirmativas de acesso e do novo perfil do corpo discente, o PPP manteve o ensino do Design Visual como conteúdo obrigatório para a formação dos arquitetos e urbanistas.

Em geral, a formação em Design na FAU-USP possui caráter generalista, seguindo uma proposta pedagógica que busca a constituição de um profissional que saiba atuar em diferentes perspectivas do Design e etapas do projeto. Visto que a Graduação em Design da FAU-USP é categoricamente interunidades, devido à inclusão de docentes da Escola Politécnica (EP-USP), Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP) e Faculdade de Economia e Administração (FEA-USP), esta organização curricular evidencia o próprio caráter interdisciplinar do Design – como área que se relaciona a múltiplas dimensões sociais, comunicacionais e culturais.

São 40 vagas anuais disponibilizadas e o curso se dá, idealmente, em 10 semestres. A grade curricular é estruturada em torno de três departamentos da FAU-USP: AUH (Departamento de História da Arquitetura e Estética do Projeto), AUP (Departamento de Projeto) e AUT (Departamento de Tecnologia da Arquitetura), sendo os 4 primeiros semestres compostos por disciplinas obrigatórias. A partir do 5º semestre, os alunos podem escolher, além de disciplinas obrigatórias, MOPs e MIPs¹, e optativas eletivas interunidades (FAU/ECA/EP/FEA).

Tabela 1 – Grade curricular do Bacharelado em Design da FAU-USP, para ingressantes a partir de 2018. Em parênteses está a sigla para o departamento da FAU ou unidade da USP responsável pela disciplina.

Ano 1:	Semestre 1	
Fundamentos		Linguagens Visuais (AUP); Fundamentos do Projeto: Experimentação e materialidade (AUP); Tipografia (AUP); História da Arte, da Arquitetura e suas técnicas (AUH); Técnicas de visualização e representação I (AUT); Materiais e processos de produção I (AUT).

¹ MOP (Módulos Optativos de Projeto) e MIPs (Módulos Interdepartamentais de Projeto) são disciplinas de caráter bimestral que compõem a grade curricular da Graduação em Design da FAU-USP. Cada aluno deve cursar, ao menos, 6 disciplinas MOP e 2 disciplinas MIP a fim de obter os créditos desejados para a sua formação.

	Semestre 2	Modelos e protótipos em Design (AUP); Estratégias Analógicas de Projeto (AUP); Laboratório da Imagem (AUP); História do Design I (AUH); Fundamentos sociais do Design (AUH); Técnicas de visualização e representação II (AUT); Materiais e processos de produção II (AUT).
Ano 2: Transição	Semestre 3	Introdução ao Projeto Visual (AUP); Introdução ao Projeto de Produto (AUP); Introdução ao Design de Serviços (AUP); Metodologia de Projeto em Design (AUP); História do Design II (AUH); Consumo da contemporaneidade (FEA).
	Semestre 4	Produção Gráfica (AUP); Linguagem computacional (EP); História do Design III (AUH); Ergonomia I (EP); Projeto Integrado (AUP).
Ano 3: Núcleo	Semestre 5	Ergonomia II (EP); Computação Interativa (EP); Gestão de Marcas (FEA); História do Design IV (AUH); Teorias do signo (ECA); Design, ambiente e sustentabilidade (AUT); MOP ou MIP – 1º bimestre (AUP/AUT/AUH/ECA/EP/FEA); MOP ou MIP – 2º bimestre (AUP/AUT/AUH/ECA/EP/FEA).
	Semestre 6	Cultura urbana na contemporaneidade (AUH); Meios e métodos de produção (EP); Optativa eletiva (FAU/ECA/EP/FEA); MOP ou MIP – 1º bimestre (AUP/AUT/AUH/ECA/EP/FEA); MOP ou MIP – 2º bimestre (AUP/AUT/AUH/ECA/EP/FEA).
Ano 4: Núcleo	Semestre 7	Design para a comunicação (ECA); Inovação e empreendedorismo (EP); Viabilidade e gestão de projetos em Design (EP); Optativa eletiva (FAU/ECA/EP/FEA); MOP ou MIP – 1º bimestre (AUP/AUT/AUH/ECA/EP/FEA); MOP ou MIP – 2º bimestre (AUP/AUT/AUH/ECA/EP/FEA).
	Semestre 8	Práticas audiovisuais (ECA); Textos comunicacionais (ECA); Legislação, normas e ética profissional; Optativa livre ou Optativa eletiva do curso; MOP ou MIP – 1º bimestre (AUP/AUT/AUH/ECA/EP/FEA); MOP ou MIP – 2º bimestre (AUP/AUT/AUH/ECA/EP/FEA).
Ano 5: Fechamento	Semestre 9	TCC 1 (FAU/ECA/EP/FEA); Optativa eletiva (FAU/ECA/EP/FEA); Optativa livre ou Optativa eletiva do curso.
	Semestre 10	TCC 2.

Diante deste cenário, situamos a AUP2328 (Introdução ao Projeto Visual) como disciplina obrigatória para os estudantes do 3º período do curso de Design – e optativa para aqueles de Arquitetura e Urbanismo. Esta faz parte da sequência de disciplinas de Programação Visual na grade curricular do Design, que inicia no 1º período com a AUP2318 - Linguagens Visuais e AUP2320 - Tipografia; AUP2326 - Laboratório da Imagem no 2º período; e é seguida pela AUP2330 – Produção Gráfica no 4º período do curso.

Podemos entender, então, que no 3º período os alunos já tiveram contato com aspectos básicos do ato de projetar, além de lidarem com imagens e demais elementos gráficos; e, assim, na AUP2328 busca-se introduzir bases teóricas e práticas para o desenvolvimento de projetos em comunicação visual, em específico a criação de identidades visuais e suas manifestações correlatas. É estimulado e viabilizado que o estudante compreenda as relações entre os elementos em uma composição visual, lidando com questões de mídia, escala e visualização.

Algo importante de se destacar é o fato de a AUP2328 ocorrer paralelamente à AUP2428 (Introdução ao Design de Serviços) e à AUP2430 (Introdução ao Projeto de Produto); de modo que as três disciplinas acontecem de maneira integrada e compartilham a mesma temática de projeto. A intenção é fazer com que o aluno trabalhe diferentes abordagens do Design em um mesmo produto, sendo estimulada uma prática de projeto mais completa e com maior nível de complexidade.

Ademais, frisamos que além da frequência dos alunos do curso de Design, há considerável presença de alunos de Arquitetura e Urbanismo² no curso. Acreditamos que a justificativa para este interesse recaí em alguns aspectos da AUP2328, como o caráter introdutório da disciplina – no sentido de que propicia a reflexão sobre os elementos gráficos em uma composição e suas relações, favorecendo o desenvolvimento de projetos coerentes em termos de comunicação visual –; a interface existente com outros segmentos do Design e; o método de ensino e modo com a qual o conteúdo é apresentado em termos teóricos e práticos.

Sobre isto, veremos mais a seguir.

2 A AUP2328

Fundamentalmente, a disciplina “Introdução ao Projeto Visual” é construída em torno do objetivo de capacitar o aluno para realizar projetos em Design visual – especificamente a criação de identidades visuais, em um processo que considera particularidades e condicionantes de cada projeto, além de questões de mídias e escalas. A partir disso, delineia-se um propósito secundário: o de contribuir para a formação de designers que, além do conhecimento técnico, possuem a habilidade de pensar criticamente sobre questões socioculturais relacionadas à sua atuação profissional, compreendendo as demandas do cliente e as necessidades dos usuários.

A bibliografia da disciplina foi construída visando oferecer aos alunos embasamento teórico para questões do Design Visual, Métodos de Projeto em Design e comunicação visual; aspectos introdutórios a projetos de Identidade Visual; além de princípios da composição gráfica e Design Editorial.

² No 1º semestre de 2023, alunos do curso de Arquitetura e Urbanismo compunham cerca de 30% dos alunos formalmente matriculados e que concluíram a disciplina.

Do mesmo modo, é indicada aos alunos uma bibliografia complementar que aborda questões como o Design Social, o Planejamento Visual e a História do Design Gráfico.

Entendendo o caráter generalista da formação em Design na FAU-USP e a própria multiplicidade do Design como disciplina, evidenciamos que a AUP2328 está localizada em um ponto notadamente transdisciplinar³ da grade curricular, ocorrendo de modo sincrônico às matérias “Introdução ao Design de Serviços” e “Introdução ao Projeto de Produto”. Como explicitado por Álvares e Amaral (2006, p. 53), a importância da interdisciplinaridade como método se dá na possibilidade de oferecer diferentes perspectivas quanto a uma situação ou problema a ser resolvido:

Para maior consciência da realidade, para que os fenômenos complexos sejam observados, vistos, entendidos e descritos torna-se cada vez mais importante a confrontação de olhares plurais na observação da situação de aprendizagem. Daí a necessidade de um trabalho de equipe que envolva professores-pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento.

Posto isso, colocamos que a dinâmica de integração da AUP2328, AUP2428 e AUP2430 ocorre de modo que estas compartilham uma mesma temática (ou problemática) para o projeto, que deve ser trabalhado por meio destas diferentes áreas do Design. Assim, partindo de uma mesma necessidade, advinda de um grupo estipulado de usuários, os alunos devem desenvolver um projeto unificado e mais complexo: a identidade visual de uma marca que oferece certo serviço e, naturalmente, possui um produto específico.

O desenvolvimento transdisciplinar de temática semelhante nas abordagens do projeto visual, de produto e de serviços, rendeu nos últimos três anos menções honrosas e premiações no Projeto Nascente, iniciativa promovida pela Universidade de São Paulo para reconhecer projetos inovadores desenvolvidos por alunos da instituição.

É importante destacar que a AUP2328 tem como pré-requisito a disciplina AUP2326 (Laboratório da Imagem), que trabalha com os alunos do segundo semestre do curso de Design, abordando conceitos básicos sobre a composição visual, sintaxe visual e semântica da geração de imagens. A estratégia pedagógica da disciplina foi descrita e publicada no *Congreso Internacional Sobre la Enseñanza y Aplicación de las Matemáticas*, realizado em maio de 2021 na Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán. Conforme consta na publicação de Curcio (2021, p. 510):

Entre los principales conceptos cubiertos se encuentran: ejercicios de diseño visual que involucran la imagen para múltiples propósitos; reproducibilidad técnica e imagen digital; la imagen como documento, poética y diseño; procesos de composición y generación de imágenes; análisis de proyectos de diseño visual vinculados a la imagen reproducible en medios analógicos y digitales.

³ Aqui nos baseamos nos conceitos de interdisciplinaridade e transdisciplinaridade na educação, de Jean Piaget, como trabalhado por Maria Regina Álvares e Leila Amaral: ambos refletem certo nível de integração entre as disciplinas, sendo a interdisciplinaridade um nível de associação que leva a enriquecimento mútuo. A transdisciplinaridade seria uma etapa mais complexa da integração, onde existiria um sistema global e sem fronteiras entre as disciplinas (Piaget, 1970 *apud* Alvares; Amaral, 2006, p. 52). Devido ao nível de associação que existe entre as disciplinas AUP2328, AUP2428 e AUP2430 da Graduação em Design da FAU-USP, julgamos que podem caracterizar um sistema transdisciplinar.

Além da integração com outras disciplinas, “Introdução ao Projeto Visual” adota uma abordagem interdisciplinar no próprio processo de ensinagem⁴, já que existe uma mescla entre teoria e prática no espaço-tempo da aula.

E, entendendo o professor como um estrategista “no sentido de estudar, selecionar, organizar e propor as melhores ferramentas facilitadoras para que os estudantes se apropriem do conhecimento” (Anastasiou; Alves, 2015, p. 76), podemos citar as principais ferramentas favorecedoras do aprendizado utilizadas na AUP2328: A apresentação expositiva e dialogada de conteúdo teórico, exercícios práticos, seminários realizados pelos alunos – a respeito dos exercícios executados –, e visita de campo.

Neste sentido, o cronograma da disciplina é organizado de modo que as aulas teóricas oferecem embasamento para o exercício específico a ser trabalhado naquele período. Geralmente, a dinâmica da aula é construída em dois momentos: a primeira parte é ocupada pela aula expositiva e, se for o caso, explicação do exercício prático. No segundo momento, é estimulado que esses alunos iniciem as atividades de desenvolvimento do exercício ainda em sala de aula, entendendo que neste espaço existe a fundamental mediação do professor e monitor/estagiário.

Outra dinâmica possível é, no primeiro momento, a apresentação de seminários por parte dos alunos, demonstrando o percurso e resultado obtidos no último exercício. À segunda parte do encontro, caberia a apresentação de conteúdo teórico, explicação e início do desenvolvimento do próximo exercício.

Há, no início do semestre letivo, um encontro reservado exclusivamente para a realização de visita de campo – onde é proporcionado aos estudantes certa vivência no ambiente e compreensão dos usuários para qual estão projetando, seus contextos e possíveis necessidades. Trata-se de uma etapa essencial ao processo de pesquisa e solução de problemas em Design (Noble; Bestley, 2013), fornecendo contexto social e cultural ao trabalho a ser realizado.

Ademais, existem aulas completamente dedicadas ao atendimento e auxílio dos alunos com relação aos exercícios, especialmente aqueles de teor mais complexo, como também ao Projeto Final.

Tabela 2 – Organização das aulas, conteúdo teórico e atividades práticas na AUP2328, 1º semestre de 2023.

Mês	Dia	Conteúdo	Fase do Projeto
Março	22/03	Apresentação do curso; Aula 1: Princípios da Identidade Visual; Explicação do exercício 1: Pesquisa de marcas.	Exploração de alternativas, sistemas visuais e pesquisa de referências
	29/03	Aula 2: Cor e Identidade Visual; Entrega do exercício 1.	
Abril	12/04	Seminário do exercício 1; Aula 3: Tipografia e Identidade Visual; Formação dos grupos para os ex. 2 a 5 + Projeto Final;	

⁴ O termo “ensinagem” é apresentado por Léa das Graças Camargos Anastasiou e Leonir Pessate em *Processos de Ensinagem na Universidade* (2015, p. 20), tratando-se de uma “ação de ensino da qual resulta a aprendizagem do estudante, superando o simples dizer do conteúdo por parte do professor”. Para as autoras, na ensinagem possibilita-se o pensar e a reelaboração das relações dos conteúdos, em ação conjunta entre o professor e os alunos.

		Explicação do exercício 2: Aplicação de recursos visuais – silhueta, escala e repetição.	
	19/04	Visita ao Hospital Universitário da USP.	
	26/04	Desenvolvimento e atendimento do exercício 2.	
Maio	03/05	Desenvolvimento, atendimento e entrega do exercício 2.	
	10/05	Seminário do exercício 2; Aula 4: Pesquisa visual, métodos e processos: painel semântico e painel de referências; Explicação do exercício 3: Painel semântico e Painel de referências.	
	17/05	Aula 5: Pontos de contato com o usuário e estratégia de marca; Desenvolvimento e entrega do exercício 3	Desenvolvimento de marca e símbolos
	24/05	Seminário do exercício 3; Aula 6: Introdução ao Design Editorial – Composição, plataformas, grid e estrutura; Explicação do exercício 4: Estudos para marcas e símbolos.	
	31/05	Desenvolvimento e atendimento para o exercício 4.	
Junho	07/06	Seminário do exercício 4; Aula 7: Introdução ao Design Editorial – Hierarquia tipográfica aplicada e narrativa visual; Explicação do exercício 5: Hierarquia tipográfica aplicada; Desenvolvimento e entrega do exercício 5.	
	14/06	Seminário do exercício 5; Explicação do Projeto Final: Marca e Brand Book; Desenvolvimento do Projeto Final.	Desenvolvimento do Brand book
	21/06	Desenvolvimento e atendimento do Projeto Final.	
	28/06	Desenvolvimento e atendimento do Projeto Final; Entrega do Projeto Final.	
Julho	05/07	Seminário do Projeto Final; Avaliações finais.	Avaliação Final
	12/07	Divulgação dos resultados finais no Moodle USP.	

Fonte: Adaptado do Plano de Aulas da AUP2328 (2023).

Colocamos, então, que o plano da disciplina prevê um total de 5 exercícios + Projeto Final. O Exercício 1 propõe uma pesquisa de marcas, de acordo com categorias pré-concebidas: Marcas com palavras, marcas com letras, marcas abstratas (ou simbólicas) e aquelas que se utilizam de mascotes ou personagens.

No segundo exercício, pede-se que os alunos criem símbolos e marcas utilizando, primordialmente, formas tipográficas. Aqui, entendemos a tipografia como imagem e incitamos a criação de marcas por meio da repetição, escala ou o uso da silhueta das formas/seções das letras.

Quanto ao exercício 3, trata-se da criação de painéis semânticos e de referências associados ao projeto de identidade visual que os alunos estão desenvolvendo. No exercício 4, há a elaboração de estudos gráficos para as marcas que seguirão ao Projeto Final. Importante ressaltar que vários dos estudos apresentados neste momento são resultados do refinamento das marcas já criadas no exercício 2.

Por fim, a quinta e última atividade prática em caráter de exercício solicita a preparação de estudos para um Brand book – no caso, da marca que será apresentada como Projeto Final –, visando a prática de noções de hierarquia, grid e diagramação na construção de um projeto editorial.

Para o Projeto Final, a entrega deve ser composta pela marca desenvolvida ao longo dos exercícios, suas variações em termos de escala, cor e aplicações, além do Brand book contendo capa, sumário, apresentação do projeto, o produto e serviço proposto, o usuário almejado, o conceito da marca e pontos de contato da identidade visual.

Com relação ao método de avaliação da disciplina, na atribuição das notas são considerados o resultado final do projeto e o desempenho do aluno ao longo do semestre. Então, existe um processo de avaliação individual, a partir do desenvolvimento e resultados obtidos nos exercícios – em que cada exercício contabiliza 1 ponto; e coletivo, por meio do produto apresentado no Projeto Final – que conta até 5 pontos na nota final.

Os critérios definidos para avaliação, individual e coletiva, referenciam aqueles utilizados pela University of the Arts London em seus cursos de Graduação⁵. Existem 8 pilares principais para a qualificação do desempenho: Pesquisa, ou levantamento sistemático de informações; Análise, a interpretação dos dados coletados; Conhecimento sobre o tema, a compreensão do usuários, suas necessidades e contextualização para o design visual; Experimentação, ou capacidade de gerar alternativas e incitar a solução de problemas; Competência técnica, no sentido de possuir habilidades para executar as ideias; Comunicação e apresentação, ao conseguir transmitir os objetivos e propósitos de um projeto a diversos públicos; e Desenvolvimento pessoal e profissional, significando a capacidade de reflexão, auto organização, engajamento e participação nas aulas.

No que podemos chamar de um resultado bastante positivo do trabalho que vem sendo realizado em “Introdução ao Projeto Visual”, destacamos que nos últimos três anos, trabalhos desenvolvidos na disciplina foram contemplados – seja com menções honrosas e/ou prêmios – no Projeto Nascente da USP⁶.

3 Relato de experiência – A AUP2328 no 1º semestre de 2023

No espaço deste trabalho, utilizamos o relato de experiência como ferramenta para realização de pesquisa em caráter qualitativo. Entendemos que, na abordagem qualitativa, a própria logística do estudo “obriga o pesquisador a um contato direto com o vivido e as representações de pessoas que ele pesquisa” (Deslauriers; Kérisit, 2008, p. 148) e, do mesmo modo, “os dados

⁵ Ver em: www.arts.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0012/12270/Undergraduate-Marking-Criteria-Matrix-PDF-124KB.pdf. Acesso em 01 de maio de 2024.

⁶ Criado em 1990 pela Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária, o Nascente USP é uma iniciativa de fomento à cultura e tem se destinado a estimular, identificar e distinguir o fazer artístico no âmbito da Universidade, por meio de um concurso aberto aos estudantes de Graduação e Pós-Graduação da USP. Abrange as seguintes categorias: Artes Cênicas; Artes Visuais; Audiovisual; Design; Música Erudita; Música Popular e Texto. Na categoria “Design”, contempla-se Identidade visual e aplicações, Mobiliário urbano, Design de exposição, Projeto editorial, Web design e Design de produto.

qualitativos consistem em descrições detalhadas de situações com o objetivo de compreender os indivíduos em seus próprios termos” (Goldenberg, 2011, n.p.).

Deste modo, ao se utilizar de vivências pessoais e da memória do próprio agente-pesquisador, em sua subjetividade, estamos tomando o relato de experiência como um método para entender uma realidade vivida. Nisto,

Não se trata de se colocar como um participante de uma pesquisa, mas de vivenciar uma situação concreta efetivamente experienciando-a. [...] Não diz respeito a encontrar generalizações ou aplicações em outros contextos, mas de [...] viver uma situação e com ela aprender. (Lanfranco; Fortunato, 2022, p. 4)

O presente estudo é derivado do relato de experiência de ambos o docente – professor Doutor no Departamento de Projeto da FAU-USP –, e a estagiária-docente PAE⁷ – doutoranda vinculada ao PPG–Design da FAU-USP –, no contexto da disciplina AUP2328 (Introdução ao Projeto Visual).

Durante o primeiro semestre de 2023, a AUP2328 foi constituída por um total de 56 alunos, devidamente matriculados; destes, 39 eram provenientes do curso de Graduação em Design, e 17 deles vinham da Arquitetura e Urbanismo.

Este fator de composição das turmas indica aos próprios docente e estagiária o teor e complexidade adotados nas aulas, metáforas e exemplos a serem incluídos nas apresentações teóricas. Entendendo que se trata de uma matéria de caráter introdutório (e obrigatório) na grade curricular do curso de Design, um dos grandes desafios e objetivos é fornecer a esses alunos as bases teóricas para o desenvolvimento de projetos de Identidade Visual, integrando e nivelando os estudantes de Arquitetura e Urbanismo aos termos técnicos, teorias e práticas do projeto em Design.

Especificamente em 2023.1, juntaram-se à turma dois alunos de intercâmbio (originários da França e da Noruega), vinculados à Arquitetura e Urbanismo. O diálogo se deu primordialmente em português, alternando para o inglês quando existia alguma dificuldade de compreensão do conteúdo teórico, durante os assessoramentos de trabalhos e nos seminários. Nesse caso, exigiu-se maior atenção do docente e da estagiária, a fim de viabilizar uma comunicação eficiente e instruir quanto aos métodos de ensino, exercícios e avaliação adotados na disciplina, assim como sobre as dinâmicas empregadas nos cursos de graduação da FAU-USP.

O tema tratado nesse semestre específico era “Pós-parto humanizado no HU⁸”; ou seja, os projetos desenvolvidos em “Introdução ao Projeto Visual”, “Introdução ao Design de Serviços” e “Introdução ao Projeto de Produto” deveriam centralizar o universo das mães puérperas no contexto do Hospital Universitário – podendo tratar de temáticas anexas, como a parentalidade, amamentação, rede de apoio familiar, saúde mental na parentalidade, entre outros.

Já nas primeiras aulas foi proposto que os alunos se dividissem em grupos de até 6 pessoas – no sentido de viabilizar a participação e progresso de todos os integrantes, no desenvolvimento

⁷ O PAE – Programa de Aperfeiçoamento de Ensino é destinado aos alunos de Pós-Graduação matriculados na Universidade de São Paulo, e tem o objetivo de aprimorar a formação do pós-graduando para a docência voltada à Graduação. Possui duas etapas principais: a Preparação Pedagógica e o Estágio Supervisionado em Docência. Ver mais em: www.prpg.usp.br/pt-br/pae/o-que-pae. Acesso em 08 de maio de 2024.

⁸ O Hospital Universitário da Universidade de São Paulo, localizado no Campus Cidade Universitária, bairro Butantã, cidade de São Paulo.

dos exercícios e Projeto Final. A fim de manter a associação com as outras disciplinas integradas naquele semestre, os discentes provenientes do Design formaram grupos entre si – estes, que se manteriam também na AUP2428 e AUP2430. No total, foram compostos 12 grupos, variando entre 2 e 6 alunos em cada um deles.

A fim de melhor compreender o desenvolvimento dos alunos ao longo das atividades práticas e o andamento da própria disciplina, em termos de conteúdo teórico apresentado e tarefas propostas, esmiuçamos abaixo nosso relato de experiência docente de acordo com as fases da disciplina e exercícios propostos nas determinadas etapas.

3.1 Exploração de alternativas, sistemas visuais e pesquisa de referências (exercícios 1 e 2)

Neste primeiro momento da disciplina, em movimento de construir o aporte teórico dos alunos, foi utilizada bibliografia abrangente para introduzir os conceitos de Marca, Produto, Identidade Visual e elucidar a construção de vínculo entre usuários e marcas. Trabalhou-se com a ideia de Marca como “um conjunto de percepções que são direcionadas por comunicações e experiências. [...] um símbolo e uma fonte de valor agregado” (Mozota, Klöpsch, Costa, 2011, p. 125), entendendo como os processos de percepção e significação se relacionam à atribuição de valores a uma marca, produto ou serviço.

Adicionalmente, foi demonstrada a importância do uso da cor em sistemas de identidade visual, possíveis conotações e como escolher cores no desenvolvimento de marcas.

Neste sentido, o primeiro exercício da disciplina propunha uma pesquisa de marcas, visando ampliar o repertório e enriquecer as referências dos alunos quanto às possibilidades simbólicas na construção de uma marca. Utilizando categorias pré-estabelecidas (marcas formadas por palavras, marcas com letras, emblemas, marcas pictóricas, marcas abstratas/simbólicas e, opcionalmente, personagens ou mascotes), a busca deveria considerar a temática de projeto “Pós-parto humanizado no HU”. A atividade foi realizada tanto individualmente, onde cada estudante fez sua própria triagem de marcas; quanto coletivamente, já que o grupo deveria se reunir para selecionar as marcas dentre as opções de todos os integrantes.

Figura 1 – Resultados obtidos pelo Grupo 03 no exercício 1.

Introdução ao Projeto Visual | AUP 2328 **Seleção de marcas** | Pós Parto Humanizado no HU

Palavra	Letra	Emblema	Pictórica	Abstrata	Mascote
Yumi Marca de papinhas nutritivas. A marca brinca com a tipografia de forma a utilizar a letra "U" como uma boca sorrindo, referindo ao seu segmento. São letras simples e de fácil leitura.	Babytrend Empresa americana de carrinhos de passeio para recém nascidos. O logo possui a letra "B" como sua identidade visual, que complementada com duas esferas, a transforma em um carrinho, indicando assim, o produto que a marca vende.	Chicco Fabricante italiano de produtos infantis para todos os momentos e para pais e mães. O emblema é construído de maneira simples, de modo que poucas alterações foram feitas com o tempo. A tipografia tem variações na posição, tirando a seriedade que o alinhamento traria à logo.	Mothercare Varejista britânico de produtos para gestantes e crianças de até oito anos de idade. A marca possui um desenho de fácil reconhecimento: uma pessoa. Ao colocá-la abaixo do "m", reproduz a ideia de cuidado e abrigo, princípios da Mothercare.	Medela Especialista em produtos para amamentação e em tecnologia a vácuo médico. A figura das três gotas sugere associação aos produtos de extração de leite materno, ao mesmo tempo que a disposição se relaciona ao ciclo de bombeamento do leite.	Gerber Gerber Products Company, um fornecedor americano de alimentos e produtos para bebês. A ilustração feita pela artista Dorothy Hope Smith trouxe mais do que o rosto de um bebê, este logotipo se transformaria em uma potente ferramenta de marketing para a empresa nos anos seguintes.
Exercício I	CATHARINA, ISABELLY, MARIA JARDIM, RENAN E THAIS				

Fonte: Catharina Pedro, Isabelly Morato, Maria Fernanda Jardim, Renan Nishimura e Thais Midori (2023).

No que atribuímos à razão de ser o primeiro exercício da disciplina, os alunos demonstraram certa dificuldade ao lidar com os conceitos apresentados, especialmente ao tentarem diferenciar as categorias de marcas solicitadas. Em geral, uma solução foi reforçar o caráter multissensorial de um sistema de identidade visual, colocando que marcas podem se encaixar em mais de uma das categorias trabalhadas. A intenção seria, por meio da pesquisa, entender as características apresentadas por essas marcas, a composição dos elementos e quais aspectos se destacam em sua construção.

Adiante, foi trabalhada a relação entre a tipografia e a identidade visual, explorando o valor comunicacional das fontes de acordo com suas características técnicas e visuais; e, fundamentado nisto, *como* combinar fontes (Bringhurst, 2005) e selecioná-las para uso em marcas.

Do mesmo modo, foi abordado um método para criação de símbolos visuais baseado na ideia de trabalhar com silhueta, escala e repetição de formas gráficas. Este processo remete diretamente aos princípios da *Gestalttheorie* (Gomes Filho, 2000) no lidar com a percepção e organização das formas, composição dos elementos e distribuição dos espaços. Dentre alguns dos preceitos da Gestalt estão a unidade, segregação, proximidade e continuidade.

Nisto, foi solicitado em ocasião ao exercício 2 a criação de símbolos e marcas que comunicassem algo, onde o elemento primordial seria a tipografia, mais especificamente as formas das letras. Utilizando-se tanto da silhueta dessas figuras, como de sua escala e repetição, os alunos deveriam desenvolver propostas de marcas, comentando a relação entre as formas e o significado pretendido. Vale ressaltar que, assim como nos demais exercícios e Projeto Final, o material desenvolvido nesta atividade deveria abordar temáticas correlatas ao pós-parto humanizado no HU da USP.

Figuras 2, 3 e 4 – Resultados obtidos pelo Grupo 07 no exercício 2.

Exercício 2 – Tipografia e aplicação de recursos visuais
 Tema: Pós Parto Humanizado no HU

Silhueta



Ordenha

A construção do símbolo se dá pela sobreposição da letra o - com seu espaço vazio no meio - com a silhueta de uma gota de leite escorrendo, e assim associando a lactação a uma imagem não fisiológica. O símbolo também é pensado no contexto de bancos de leite, como é aludido pela forma da letra o, que "armazena" a gota, sendo seu formado próximo o de um pote.

AUP2328 – Introdução ao Projeto Visual

Grupo 6: Ana Luíza Coimbra,
 Gabriela Rivas,
 Giulia Yamaguchi,
 Isabela Castro,
 Sofia Samara
 Yukie Camila



Mãe Coruja

A logo é formada pela letras M e C e dois pontos, gerando a imagem de uma coruja. Uma possível aplicação é em identidades visuais para babás eletrônicas uma vez que a coruja remete a ideias relacionadas ao produto, como vigilância, proteção e afeto.

Exercício 2 – Tipografia e aplicação de recursos visuais
 Tema: Pós Parto Humanizado no HU

Escala



"Pézinho"

A forma foi desenvolvida através da abstração de um b minúsculo arredondado. Adicionada de círculos em escala, a letra assemelha-se a um pequeno pé, referência ao famoso teste do pézinho.

AUP2328 – Introdução ao Projeto Visual

Grupo 6: Ana Luíza Coimbra,
 Gabriela Rivas,
 Giulia Yamaguchi,
 Isabela Castro,
 Sofia Samara
 Yukie Camila



"Vínculo"

A figura do peito é uma das mais conhecidas e associadas a gravidez, principalmente por conta da amamentação. Através de letras "o" em diferentes escalas em positivo e negativo forma-se um seio, acompanhava com uma gota. A amamentação é um dos principais meios de vínculo com o bebê, e essa forma acompanharia a letra final da palavra.

Exercício 2 – Tipografia e aplicação de recursos visuais
Tema: Pós Parto Humanizado no HU

AUP2328 – Introdução ao Projeto Visual
Grupo 6: Ana Luíza Coimbra,
Gabriela Rivas,
Giulia Yamaguchi,
Isabela Castro,
Sofia Samara
Yukie Camila

Repetição



“Incentivo”

A marca é construída através da repetição da letra i na fonte caligráfica “Mistral”. Sua inclinação e o pingo do i conferem energia e movimento ao símbolo, parece girar, espirrar e gotejar. Por esse motivo, se associa a ideia de lactação de maneira não fisiológica, fazendo alusão à saída do leite materno. Ademais, a junção das letras i sugere união e a criação de uma rede de apoio, a qual traz alegria e energia, através da imagem do sol.



“Cuidado”

A partir de duas letras “C” espelhadas e unidas e duas letras “o”, foi construída a imagem de duas mamas, que formam um coração em seu centro, reforçando a ideia de autocuidado da mãe neste período tão sensível.

Fonte: Ana Luíza Coimbra, Gabriela Rivas, Giulia Yamaguchi, Isabela Castro, Sofia Samara e Yukie Camila (2023).

Por fim, em conclusão à presente fase da disciplina, se deu a visita de campo proposta para o semestre, no Hospital Universitário da USP. A experiência de observação *in loco* buscou propiciar aos alunos maior entendimento contextual da temática de trabalho do semestre, compreendendo os usuários que frequentam a maternidade do HU, suas particularidades e possíveis necessidades. Além disso, a inserção da visita de campo dentre as primeiras semanas do calendário letivo responde à necessidade de compor a persona ou usuário desejado ainda em etapas iniciais do desenvolvimento de um projeto.

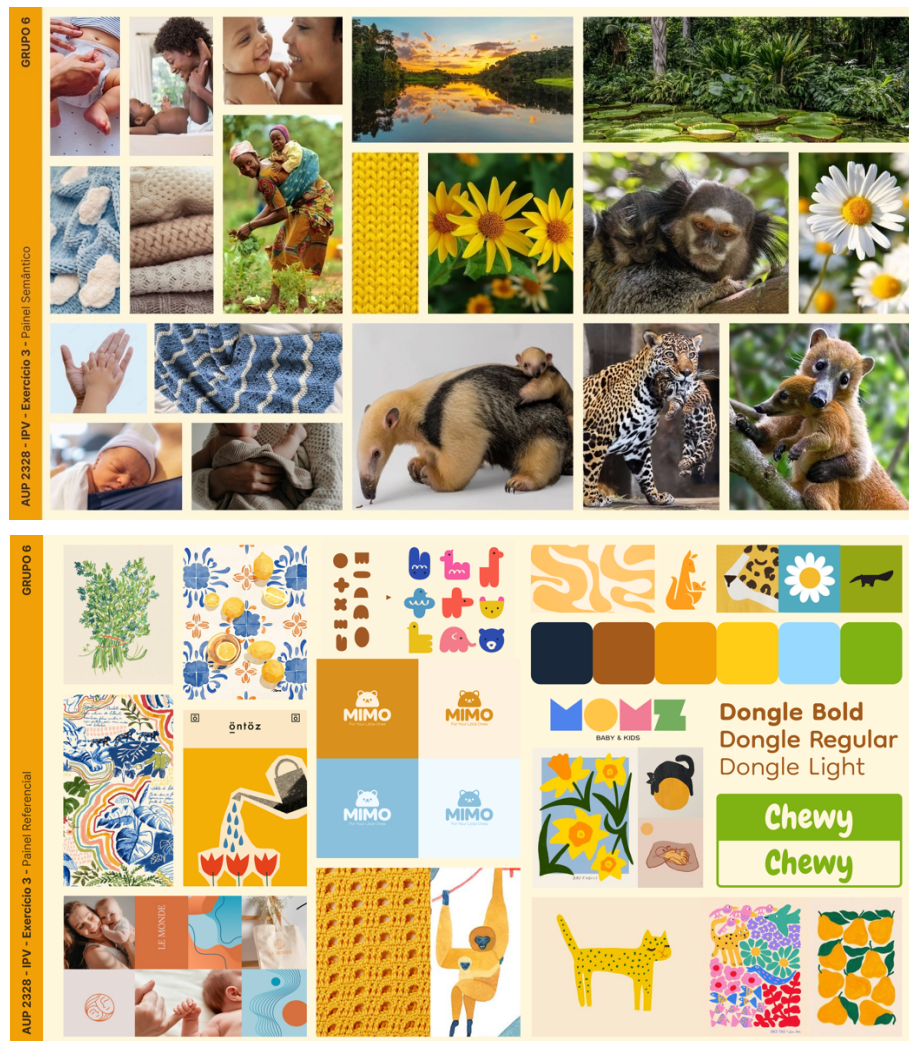
3.2 Desenvolvimento de marca e símbolos (exercícios 3 e 4)

A partir do momento em que os alunos puderam adquirir certa noção da criação de símbolos visuais e composição de elementos, entende-se que um próximo passo seria a compreensão de *como* pode-se fazer pesquisa visual.

Neste trabalho, a pesquisa visual é vista como um método qualitativo fundamentado no uso de meios visuais – como fotografias, ilustrações, pinturas, entre outros – para a consolidação de conhecimento (Buchanan, 1995). E, no contexto do desenvolvimento de projetos em identidade visual, a pesquisa visual pode ser utilizada como ferramenta para estabelecimento de diretrizes comunicacionais, estratégias de serviço, e mesmo a busca de referências estéticas, gráficas e materiais.

É neste ponto que o exercício 3 coloca como atividade a criação de painéis semânticos e painéis de referências para a marca em processo de desenvolvimento, um modo de praticar a pesquisa visual. Tomando como base Noble e Bestley (2013), entendemos que o painel semântico (ou *moodboard*) deve transmitir a essência dos significados do projeto, por meio de elementos gráficos e visuais. Já o painel de referências apresenta alusões diretas aos elementos estético-formais do projeto de identidade visual em desenvolvimento – cores, formas, possíveis aplicações, tipografia e outros.

Figuras 5 e 6 – Painel semântico e Painel de referências apresentados pelo Grupo 6.



Fonte: Davi Galvani, Giulia Panno, Heitor Ferreira, Laura Wakai, Theo Amagasa e Vinícius Silva (2023).

Colocamos que, neste momento, os alunos encontram-se em fase de consolidação dos princípios básicos da marca que estão construindo; ou seja, em processo de entender o propósito, os usuários e/ou as necessidades que podem atender, a percepção e interação que usuários podem ter com a marca e, essencialmente, os elementos gráficos que podem transmitir certos valores desejados.

Estabelecido esse caráter simbólico da identidade visual, o exercício seguinte, 4, propõe que os discentes entreguem três estudos de marca em nível mais avançado – com versões em preto e branco, colorida e realizando testes de redução. Neste ponto, é comum que os alunos resgatem propostas que haviam sido desenvolvidas em ocasião ao exercício 2 – inclusive estudos anteriormente descartados pelo grupo –, aprimorando e complexificando a composição gráfica com base no que foi reunido pela pesquisa visual.

Figuras 7, 8, 9 e 10 – Resultados obtidos pelo Grupo 09 no exercício 4.

proposta 01 / colo

O logotipo foi pensado com o intuito de representar diversas formas do universo da maternidade, utilizando a letra "C" repetidamente. A proposta representa um óvulo, um útero, um colo materno que envolve o bebê, e até mesmo um seio. Dessa forma, o logo cria uma narrativa de carinho e cuidado que existem na maternidade. Com diferentes matizes remete à conectividade entre mulheres e mães que buscam apoio, enquanto a escolha da tipografia sem serifa reforça o cuidado e o zelo.



exercício 04



estudos para marcas e símbolos

01



alicya Ferreira - 11838700 / bernardo fONSECA - 11322730 / Flávia akemi - 12505482 / Juliana naomi - 10726040 / mariana corsini - 11758802

proposta 02 / conecta

exercício 04

estudos para marcas e símbolos

02



O logotipo da marca Conecta foi pensado em representar uma conexão entre pontos formando uma circunferência, o qual não tem começo nem fim. Para a criação do logo, foram usadas a letra C, e a letra O em repetição, fazendo menção também ao nome da marca.

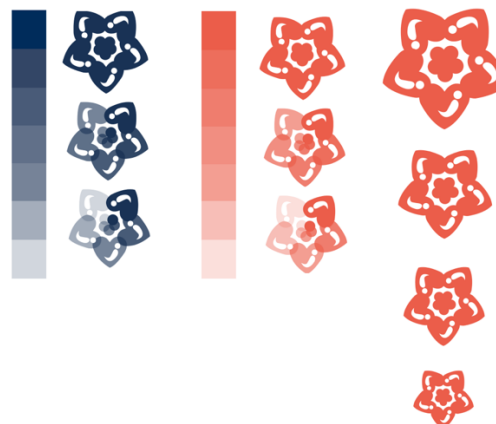
alicya Ferreira - 11838700 / bernardo fONSECA - 11322730 / Flávia akemi - 12505482 / Juliana naomi - 10726040 / mariana corsini - 11758802



A marca apoia trabalha com um módulo geométrico disposto em círculo, criando a ideia de uma rede de mulheres diversa, fato reforçado pela paleta de tons de pele escolhida. Associada ao símbolo, tem-se a fonte sen, uma escolha sem serifa e mais arredondada, com objetivo de transmitir a questão do acolhimento. Assim, a marca trabalha como uma síntese das ideias de centro, rede, comunidade e ajuda.

alicya Ferreira - 11838700 / bernardo fonseca - 11322730 / flávia akemi - 12505482 / juliana naomi - 10726040 / mariana corsini - 11758802

O logotipo consiste na repetição de formatos de coração que representam a silhueta da figura materna, envolvendo seu filho no colo. A repetição seguida da junção desses símbolos acabam por resultar em uma nova e sutil forma - uma flor. Os testes de matiz giram em torno de tons de azul e laranja, e suas diferentes variações de opacidade.



alicya Ferreira - 11838700 / bernardo fonseca - 11322730 / flávia akemi - 12505482 / juliana naomi - 10726040 / mariana corsini - 11758802

Fonte: Alicya Ferreira, Bernardo Fonseca, Flávia Akemi, Juliana Naomi e Mariana Corsini (2023).

3.3 Desenvolvimento do Brand book (exercício 5)

Nesta etapa da disciplina, os alunos já estruturaram os fundamentos básicos da marca e estão em estágio avançado de projeto e composição gráfica de seus respectivos sistemas de identidade visual; as últimas aulas expositivas buscaram abordar noções introdutórias do Design Editorial – como hierarquia, grid, narrativa visual e disposição de elementos em projetos editoriais –, com a intenção de fornecer alicerce para a composição dos Brand books.

Um Brand book é uma publicação editorial que funciona como um guia para a marca, apresentando seus valores, explicitando modos de utilizar e identificando os elementos de apoio e possíveis aplicações daquele sistema de identidade visual. Dada a importância deste documento, é essencial que esteja estruturado de modo a comunicar com eficiência as informações sobre a marca.

A estrutura de uma peça gráfica sugere ao leitor-usuário a organização dos elementos e a hierarquia que existe entre eles, além de fortalecer a ideia de ordem e consolidação à composição (White, 2006). Neste sentido, os alunos foram estimulados, por meio do exercício 5, a trabalhar a estrutura em projetos editoriais: Fazendo uso de um grid pré-estabelecido em seis colunas em formato A4 horizontal; e praticando a hierarquia da informação por meio da organização de elementos textuais (título, subtítulo, seção, destaques e paginação, por exemplo) e da combinação entre fontes e famílias tipográficas.

Além dos elementos citados, deveriam atentar à diagramação do texto, em termos de hifenação, espaçamento, entrelinhas e o corpo do texto ideal para os níveis hierárquicos desejados – aspectos que propiciam uma leitura confortável e levam à comunicação mais eficiente das informações.

Figuras 11, 12, 13 e 14 – Algumas das páginas do Brand book apresentado pelo Grupo 02, em ocasião ao exercício 5.

Apresentação da marca

A letras da palavra Mum, termo inglês para mãe, são dispostas de forma a despertar variados significados. Pode ser entendido como uma boca, uma almofada de amamentação ou um coração. Foram realizadas várias alterações no logotipo, para que fosse alcançado um resultado macio, fluido e humano, de forma que a paleta de cores incorpora o calor humano sem exagerar na saturação.

Duas letras L da tipografia "Hachi Maru Pop Regular" servem como base para a formação de um símbolo de um peixe com seu filhote. Esse símbolo representaria o contato entre puérpera e recém-nascido nas aulas oferecidas na maternidade do Hospital Universitário na saturação.

Neste símbolo, a letra C da tipografia Barlow Black é cortada pela silhueta de uma chupeta. Achou-se conveniente o uso desse logotipo por conta da sua ambiguidade positiva, ora similar a uma boca aberta em um grande sorriso, ora um formato que lembra uma almofada de amamentação. A paleta de cores utilizada utiliza do azul claro de média saturação para transmitir a sensação de conforto, aconchego e confiança.

As letras da palavra Mum são dispostas de forma a despertar variados significados.



Apresentação da Marca | 3

Identidade Visual



6 | Identidade Visual

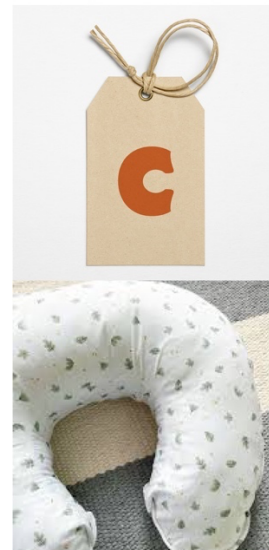
A letras da palavra Mum, termo inglês para mãe, são dispostas de forma a despertar variados significados. Pode ser entendido como uma boca, uma almofada de amamentação ou um coração. Foram realizadas várias alterações no logotipo, para que fosse alcançado um resultado macio, fluido e humano, de forma que a paleta de cores incorpora o calor humano sem exagerar na saturação.

Duas letras L da tipografia "Hachi Maru Pop Regular" servem como base para a formação de um símbolo de um peixe com seu filhote. Esse símbolo representaria o contato entre puérpera e recém-nascido nas aulas oferecidas na maternidade do Hospital Universitário na saturação.

Neste símbolo, a letra C da tipografia Barlow Black é cortada pela silhueta de uma chupeta. Achou-se conveniente o uso desse logotipo por conta da sua ambiguidade positiva, ora similar a uma boca aberta em um grande sorriso, ora um formato que lembra uma almofada de amamentação. A paleta de cores utilizada utiliza do azul claro de média saturação para transmitir a sensação de conforto, aconchego e confiança.



Aplicações



Aplicações | 9

Fonte: Anatasha Li, Bruno Silva, Julia Palma, Pedro Galbe e Rodrigo Luz (2023).

3.4 Avaliação final (Projeto Final)

Em ocasião ao Projeto Final da disciplina, foi solicitado o desenvolvimento e apresentação de um sistema de identidade visual, acompanhado pelo Brand book da marca criada, que deveria conter seis tópicos principais: capa, sumário, apresentação do projeto, o produto e/ou serviço proposto, marca e conceito, além de pontos de contato da identidade visual.

Neste ponto, os alunos já tiveram contato com o referencial teórico necessário para a fundamentação do Projeto Final e, por meio das atividades propostas ao longo do semestre, puderam exercitar as habilidades práticas necessárias para a construção dos itens solicitados para avaliação. Assim, a execução do trabalho final equivale a um processo de aperfeiçoamento do que já foi realizado durante a disciplina; reavaliando e retrabalhando os exercícios já realizados, em

consideração ao que foi posto pelos docentes durante os assessoramentos e nas apresentações dos seminários.

Reforçamos, então, que cada exercício avaliativo realizado na disciplina era acompanhado por sessões práticas supervisionadas pelo professor e pela estagiária, a fim de sanar dúvidas e oferecer *insights* ao desenvolvimento das atividades. Do mesmo modo, as apresentações nos seminários eram seguidas de comentários e sugestões para o prosseguimento das tarefas, visando o aperfeiçoamento de resultados nos exercícios futuros.

Logo, o Projeto Final é resultado da compilação e revisão dos exercícios progressivos realizados em etapas anteriores, com estratégia metodológica análoga ao que se espera do desenvolvimento de um projeto no contexto profissional; simula-se com os alunos um processo de concepção, maturação e finalização de projeto correlativo à realidade.

Figuras 15, 16, 17 e 18 – Páginas extraídas do Brand book final apresentado pelo Grupo 10.

sumário

- 3 **quem somos**
- 4 ama, ame
- 5 acolhimento
- 6 doação
- 7 conexão
- 8 saúde

- 9 **identidade visual**
- 10 construção da marca
- 12 tipografia
- 12 cores
- 13 variações cromáticas
- 14 usos indevidos

- 15 **aplicações**
- 19 **mídias sociais**



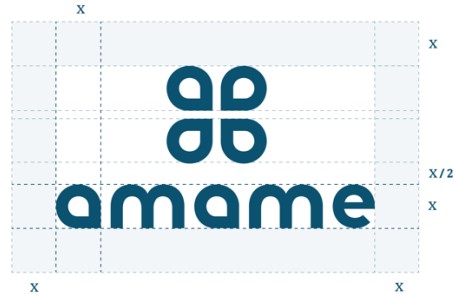
acolhemos famílias que não podem amamentar seus bebês e oferecemos apoio e orientação para que elas possam superar as dificuldades e garantir o direito à alimentação adequada dos seus filhos.

promovemos e coletamos a doação de leite materno, em um processo seguro e descomplicado, visando a solidariedade e o compartilhamento desse alimento essencial.

ao conectar doadoras e famílias necessitadas, a marca constrói laços e promove um ambiente de apoio mútuo, a senso de comunidade, pertencimento e responsabilidade social.

nosso principal objetivo é garantir a saúde e o bem-estar dos bebês. Buscamos promover uma nutrição saudável e completa, confiante para o desenvolvimento pleno das crianças.

construção da marca



O logo surge a partir da união do grafismo formado pela estilização da letra 'a'. Sua construção segue um grid de proporções semelhantes, e sua flexibilidade permite aplicações nas mais diversas situações, havendo possibilidade de ser utilizado acompanhado ou não com a palavra

11

tipografia

A fonte principal, utilizada na construção do logotipo e também em títulos, é a Chillax Semibold, escolhida por suas formas arredondadas e a semelhança da letra "a" com uma gota, símbolo que remete ao banco de leite. A fonte secundária, utilizada em corpos de texto, é a Cambria Regular, escolhida por sua elegância dada pela serifa, esta que contrasta agradavelmente com a fonte principal.

Chillax Semibold

Aa	Bb	Cc	Dd	Ee	Ff	Gg	Hh	Ii
Jj	Kk	Ll	Mm	Nn	Oo	Pp	Qq	Rr
Ss	Tt	Uu	Vv	Ww	Xx	Yy	Zz	Çç
01	2	3	4	5	6	7	8	9

Cambria Regular

Aa	Bb	Cc	Dd	Ee	Ff	Gg	Hh	Ii
Jj	Kk	Ll	Mm	Nn	Oo	Pp	Qq	Rr
Ss	Tt	Uu	Vv	Ww	Xx	Yy	Zz	Çç
01	2	3	4	5	6	7	8	9

cores



C-95
 M-55
 V-35
 K-25
 R-0
 C-82
 B-111



C-05
 M-10
 V-15
 K-0
 R-244
 C-231
 B-219



C-05
 M-50
 V-65
 K-0
 R-235
 C-149
 B-95

12

Fonte: Giovanna Matheus, Luma Oliveira, Murilo Coutinho, Patrick Correa e Raphael Santos (2023).

Um caso específico e que vale ser citado é o do Grupo 01, composto por quatro alunos. Tendo escolhido um tema e enfoque para a marca – e trabalhado este enfoque ao longo dos 04 primeiros exercícios –, os discentes decidiram mudar completamente a rota já em etapa avançada da disciplina, meados do exercício 5. Resolveram desenvolver uma nova marca, baseada em outro serviço e com outras referências estéticas e simbólicas.

E essa escolha, que normalmente seria encarada como um prejuízo ao grupo, acabou por servir como um motivador para que os alunos desenvolvessem a nova ideia com base nos conhecimentos teóricos e práticos ensinados em sala de aula. Seguindo as etapas metodológicas explicitadas pelos exercícios anteriores, foi possível trabalhar no produto final e apresentá-lo no prazo estabelecido, verificando que os resultados obtidos no processo foram equivalentes aos dos demais grupos de alunos.

Figuras 19 e 20 – É possível comparar a rota que vinha sendo desenvolvida pelo Grupo 01, conforme proposta de marca apresentada no exercício 4 (acima), ao resultado apresentado no Projeto Final (abaixo). A ideia inicial seria a identidade visual para uma loja de roupas infantis – após reavaliação, os alunos optaram por desenvolver a marca para um sistema de gestão hospitalar integrada.

PROPOSTA I | Roupas e objetos em dose dupla para gêmeos. **G1**

Fonte utilizada: MODAK

O nome Ibeji vem do ioruba que significa a dualidade representada pelos gêmeos, vem de “íbi” – parto; e de “èjì”- dois

Os ibejis normalmente são representados com as cores vermelho (barro) e amarelo.

grid



O grid funciona também como área de proteção para as aplicações da marca, especificando sempre o tamanho de X como a área mínima de respiro.

11

Fonte: Cleo Minutti, Joana Thomaz, Julia Zaccchi e Rodrigo Vasconcelos (2023).

Podemos colocar que este ocorrido serve como exemplo particular da utilização eficaz e direcionada do método de projeto apresentado durante a disciplina. Em algumas semanas, os alunos do Grupo 01 puderam se reunir e criar um novo conceito e desenho de marca, com base na divisão de projeto em etapas.

Neste sentido, a própria divisão da disciplina em etapas/exercícios que, paulatinamente, permitiam a criação e o aperfeiçoamento dos sistemas de identidade visual foi um ponto bastante citado pelos alunos. Durante uma rodada de conversas ao final da disciplina, o comentário

recorrente era o de que essa segmentação auxiliou o entendimento dos alunos sobre as fases de desenvolvimento de um projeto e como pô-las em prática.

4 Reflexões sobre o Método de Ensino

Por meio das estratégias de ensino adotadas em “Introdução ao Projeto Visual”, entendemos que uma abordagem interdisciplinar, onde o conhecimento prático e teórico é trabalhado em etapas, permite que o aluno desenvolva progressivamente sua capacidade em elaborar projetos em Identidade Visual.

Devemos colocar, aqui, que o presente método de ensino empregado na AUP2328 é o resultado do trabalho e aperfeiçoamento que vem sendo realizado sob responsabilidade do docente, que assume a disciplina há, pelo menos, 4 anos. Geralmente, há também o acompanhamento de um estagiário-docente PAE.

No caso da experiência relatada, referente ao primeiro semestre de 2023, vemos a consolidação deste projeto de ensino, que é reforçado pelo feedback positivo dos alunos e pelos bons resultados obtidos pelos estudantes – tanto nas avaliações dos projetos em caráter intra-disciplina, quanto em concursos como o Projeto Nascente da USP⁹.

Em geral, dentre os principais pontos citados pelos alunos em suas devolutivas, consta-se que a divisão do conteúdo em etapas facilitou a compreensão da teoria; o destrinchamento do Projeto Final – no sentido de desenvolver a identidade visual gradativamente ao longo dos exercícios – fez com que eles sentissem uma simplificação da entrega final, em contraponto à pressão de uma única entrega ao final do semestre; e, a possibilidade de trabalhar em grupo e desenvolver seus projetos em sala de aula, presencialmente, levaria a um aproveitamento maior desse tempo e um aprimoramento mais eficiente dos processos – considerando que teriam também a mediação do docente e da estagiária para sanar possíveis dúvidas.

No que podemos refletir sobre a experiência passada, com base na perspectiva docente, há a percepção de que esta organização do conteúdo em etapas/exercícios e a própria divisão das aulas teóricas e práticas permite maior acompanhamento dos alunos e de como estão trabalhando em seus projetos. Há, assim, maior consciência sobre os principais pontos de dúvidas e dificuldades dos estudantes em cada etapa, de como estão navegando a disciplina e o nível de adaptação ao ritmo das atividades.

E, devemos destacar também a importância da visita de campo no próprio processo do Design, fornecendo ao profissional (e, no caso, os alunos) informações essenciais sobre o público, suas necessidades e o ambiente para qual estão projetando.

Ao considerar o contexto do curso de Graduação em Design da FAU-USP, a existência de departamentos específicos e de uma linha curricular a ser seguida, podemos indicar que os aspectos fundamentais do método de ensino empregado na AUP2328 podem, perfeitamente, ser aplicados às demais disciplinas que tratam do projetar. De certo modo, é um movimento que já acontece, já que o docente responsável por “Introdução ao Projeto Visual” assume, também, outras matérias vinculadas ao Departamento de Projeto da FAU-USP – como a AUP2326 (Laboratório da Imagem) e a AUP2330 (Produção Gráfica).

A adaptação deste método deve ocorrer de modo a respeitar os objetivos propostos em cada

⁹ Ver mais em: pceu.usp.br/programa/nascente. Acesso em 04 de maio de 2024.

disciplina, o conteúdo teórico a ser apresentado e a etapa em que os alunos se encontram no curso; entendendo o nível de complexidade que cabe a cada estágio da formação.

Pensando além do curso de Graduação, o aprendizado gradativo e em etapas é valorizado também em disciplinas da Pós-Graduação em Design da FAU-USP, como na DSG5018 (Análise da Imagem na Pesquisa em Design), que utiliza de bases teóricas semelhantes para a realização de pesquisa visual e construção de um projeto em Design – como visto em Noble e Bestley (2013).

Além da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, e atentando-se ao caráter interunidades do curso de Graduação em Design, acreditamos que este método pode ser replicável também em outras unidades da Universidade de São Paulo – especialmente quando existe uma interface com o Projeto, como em disciplinas da Escola Politécnica e Escola de Artes e Comunicações. O foco do método, então, não é necessariamente o tema específico a ser tratado no semestre ou curso, mas sim as ferramentas que facilitam o processo de compreensão dos alunos e sua prática de projeto.

5 Considerações Finais

As reflexões incitadas neste trabalho derivam do relato de uma experiência específica, a docência na disciplina AUP2328 – introdução ao Projeto Visual, no primeiro semestre de 2023.

Exercitando um processo de autoavaliação, entendemos que sempre há espaço para o aperfeiçoamento e melhorias nos processos – especialmente quando estamos tratando de procedimentos para o ensino e a formação de futuros profissionais. Ainda que, neste caso, o feedback dos alunos acerca do andamento e organização da disciplina seja majoritariamente positivo, é possível utilizar das dificuldades observadas e questionamentos surgidos em sala de aula, para elaborar sugestões e adaptações ao plano de trabalho.

Uma das sugestões seria, por exemplo, a inclusão de palestras com profissionais da área de Branding e Comunicação Visual, intencionando fornecer aos alunos relatos da vivência nestes mercados. Outra opção, também, seria a organização de conferências com pesquisadores em Design da Informação, para que estes ofereçam *insights* sobre o estudo na área.

Como segunda sugestão, temos a implementação de mais horas-aula voltadas ao assessoramento e discussão dos exercícios propostos na disciplina, visando fortalecer a conexão entre alunos e professores no desenvolvimento dos projetos.

Naturalmente, buscamos relacionar a presente experiência a outros relatos de docência no Ensino Superior, especialmente tratando-se do ensino do Design ou, ainda, do ensino de Projeto. O relato de experiência em si, como método de pesquisa qualitativa, deve assumir o propósito de “apresentar elementos suficientes para que outros, em situações análogas, possam refletir e encontrar saídas saudáveis para suas próprias circunstâncias” (Fortunato, 2018, p. 41), reforçando a importância das trocas e da comparação quanto a métodos de ensino.

Neste sentido, colocamos a importância de relatar a experiência na docência, especificamente no ensino do Design. Acreditamos que o compartilhamento destes relatos possibilita a comparação entre métodos e realidades diferentes, levando a processos de aperfeiçoamento e reavaliação das próprias estratégias adotadas – de acordo com o contexto dos alunos, da instituição e da própria disciplina em questão.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001

6 Referências Bibliográficas

- ÁLVARES, M. R; AMARAL, L. **A interdisciplinaridade no Ensino do Design**. Revista Design em Foco, vol. III, n. 2, julho-dezembro, 2006.
- ANASTASIOU, L.; ALVES, L. (Orgs.). **Processos de ensinagem na universidade**: pressupostos para as estratégias de trabalho em aula. Joinville: Editora Univille, 2015.
- BRAGA, M. **Constituição do campo do design moderno no Brasil e o ensino pioneiro da Esdi e da FAU USP**. In: BRAGA, Marcos da Costa. **ABDI e APDINS-RJ**, 2ª edição. São Paulo: Blucher, 2016.
- BRINGHURST, R. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- BUCHANAN, R. **Rhetoric, Humanism and Design, Discovering Design**: Explorations in Design Studies, 1995.
- CURCIO, G. O. F. **Geometría, sintaxis visual y composición para el proyecto visual**. Memorias del Congreso Internacional sobre la Enseñanza de las Matemáticas, v. 5, p. 509-516, 2021.
- DESLAURIERS, J. P.; KÉRISIT, M. **O delineamento de pesquisa qualitativa**. In: POUPART, J. *et. al* (Org.). **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008.
- FORTUNATO, I. **O relato de experiência como método de pesquisa Educacional**. In: FORTUNATO, I.; SHIGUNOV NETO, A. (org.). **Método(s) de pesquisa em educação**. São Paulo: Edições Hipótese, 2018.
- GOLDENBERG, M. **A Arte de Pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 2011. *Ebook*.
- GOMES FILHO, J. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras, 2000.
- LANFRANCO, A.; FORTUNATO, I. **Formação de professores e o relato de experiência como método de pesquisa**: levantamento de teses e dissertações 2012-2020. Revista Educação em Páginas, Vitória da Conquista, v. 01, 2022.
- MOZOTA, B.; KLÖPSCH, C.; COSTA, F. **Gestão do Design**. Porto Alegre: 2AB, 2009.
- NOBLE, I. BESTLEY, R. **Pesquisa Visual**: Introdução às Metodologias de Pesquisa em Design Gráfico, Bookman, 2013.
- WHITE, J. **Editing by Design**. São Paulo: JSN Editora, 2006.