

TRAJETOS DE ENVOLVIMENTO: O DESIGN NA CONCRETIZAÇÃO DE ESPAÇOS ACADÉMICOS E A SUA LIGAÇÃO À MALHA LOCAL

ID 491

Marta Fernandes

ESMAD P. Porto / uniMAD

Rita Coelho

ESMAD P. Porto / uniMAD / ID+

O design é a resposta a um problema contextualizado numa comunidade, com uma determinada história, cultura, geografia, época e tecido socio-económico. Os comportamentos dos seus habitantes formam uma rede complexa de que o design faz parte integrante e que deve ilustrar, tornando fluída a comunicação entre os vários intervenientes. No sentido humanista da palavra, comunicar tem na sua etimologia ‘pôr em comum’, ‘compartilhar’ – criar um elo de ligação entre as várias entidades. Num momento de criação de uma nova Escola Superior ligada às artes culturais, visuais, media e tecnologias, inserida num campus, apesar de tudo, com uma tradição académica instituída noutras áreas do saber, importa investigar as dinâmicas pedagógicas, culturais e industriais nestes novos campos científicos, adequadas e pertinentes para a população local, de modo a conseguir uma sustentabilidade do seu tecido industrial e humano. Este artigo aborda uma investigação em curso, por parte de duas docentes e uma estudante da Escola Superior de Media Artes e Design do Instituto Politécnico do Porto (ESMAD P.Porto), sobre uma pesquisa de identidade visual e etnográfica do contexto regional da ESMAD – localizada em Vila do Conde e Póvoa de Varzim – e sobre quais as apetências culturais das suas gentes. Ainda que pertencendo ao distrito do Porto, o Campus 2 do P.Porto, onde se insere a ESMAD, é uma comunidade descentralizada do grande centro da cidade portuense, sendo essencial compreender como a nova Escola se insere no seu contexto. Houve por isso, duas estratégias definidas. A criação de um evento catalisador – uma conferência de Design: Involve – que

conectava o tema de identidade e embalagem, à indústria local e à academia. Por outro lado, o levantamento de testemunhos (obtidos através de entrevistas e de inquéritos) da sua comunidade geográfica e humana. Em suma, apresentam-se resultados que revelam os interesses, as atividades e os suportes de divulgação que identificam este território humano e geográfico e poderão potenciar a transferência de conhecimento.

Keywords

Identidade, Involve, design, indústria, Escola, território regional e local

INTRODUÇÃO

O presente estudo procura evidenciar a necessidade de posicionamento de uma nova escola e em particular de um curso de Design com 18 anos de existência e que transita para uma nova instituição de ensino. Assim sendo, as metodologias apresentam-se por vezes, numa ordem lógica inversa aos processos naturais de estudo, pois um primeiro momento parte de um contexto consagrado na então ESEIG¹ e um segundo, reflete sobre o seu novo posicionamento na procura de ligações à comunidade sob a alçada da nova ESMAD.

O design, como instrumento de comunicação de identidade entre várias entidades, isto é, enquanto elemento que relaciona o homem com o meio, a escola com a comunidade, a indústria com a academia, os professores com os estudantes, foi o tema escolhido para integrar estes vários agentes, contribuindo para um modelo contemporâneo e eficaz de comunicação entre academia, população e tecido industrial.

Procurou-se compreender de que forma um curso se insere numa Escola e esta, por sua vez, num contexto humano e industrial capaz de potenciar a transmissão de conhecimento.

CONFERÊNCIAS INVOLVE E METODOLOGIAS

Em termos metodológicos, o processo foi bipartido. Num primeiro momento, procuramos entender de que forma um evento de e sobre design -- a conferência Involve -- pôde proporcionar à comunidade, empresas, instituições, estudantes, técnicos e docentes, o estímulo identitário para reconhecimento da importância da sua atividade.

Já na sua origem, na primeira edição de 2014, ainda sob a alçada da extinta ESELG do Politécnico do Porto, procurou-se que a diferenciação da conferência fosse enfatizada na conexão entre dois temas raramente tratados em conjunto -- o do design da identidade e o da embalagem, e da ligação interdisciplinar entre várias visões científicas e tecnológicas -- desde a área do design, da arquitectura, da música, do espetáculo, das artes, do design de produto e da instalação, para nomear alguns. Assim, a conferência procurou sinergias entre a academia, a indústria, o design -- designers, docentes de design e estudantes da área. Foram oradores principais: Eduardo Aires do Whitestudio; o designer António Queirós; a designer Né Santelmo; o designer e investigador Nuno Coelho; o designer Bruno Gomes da Creative Building Solutions; e os representantes das empresas Viarco, Imperial e Caetsu;

Aquando da edição de 2017 da Involve, esta já atuava na ESMAD. A oferta formativa da nova escola, com um conjunto extenso de programas e eventos lança o início desta investigação². O tema da identidade e da embalagem vê-se refletido no programa do evento, mas igualmente na concretização e caracterização da “embalagem” estratégica de uma nova escola. De modo lato, o design sempre procura dar forma, dar corpo a uma mensagem, resolver um problema e envolver agentes ao seu meio e vice-versa.

A investigação ativa foi praticada na organização do evento pela identificação dos potenciais intervenientes enquadrados na região, e seguindo a mesma metodologia, permitiu fortalecer e justificar a o foco da conferência. Num momento de crescente número de eventos de design, em certos aspetos semelhantes, o estudo fundamentou os aspetos de diferenciação. ‘Differentiate or die!’ adverte Jack Trout (TROUT 2013), o autor da obra com o mesmo título. Caso contrário, as ofertas não se distinguiriam. Conforme avança o designer e reconhecido guru internacional da área da identidade, Wally Olins, reconhecemos que é pelo contexto (e pela localização), pelo modo como as ofertas e serviços são comunicados e, por fim, pela atitude das pessoas que fazem parte das organizações, que pode existir um verdadeiro destaque e valor acrescentado destas áreas do saber, licenciaturas, cursos técnico-profissionais, mestrados e

pós-graduações '(products and services) tend to be similar, even identical, so the other vectors emphasize differentiation: where products are sold – that is, environments; how they are promoted – that is, communications; and how the people who work for the organization behave' (OLINS, 2008: 34).

Deste modo, para este evento em concreto sobre design, foram convidados agentes locais e regionais, mas também uma personalidade do design de reconhecido valor a nível internacional, de modo a encontrar conexões entre o local e o global (o glocal do sociólogo Roland Robertson).

Contamos, na segunda edição do Involve, com as comunicações dos oradores principais: FAHR 021.3; Paulo Marcelo; Volta Branding & Design Studio; Nuno Gama da Cartonagem Trindade; Lidergraf e Matteo Bologna de Mucca Design de Nova Iorque e Type Directors Club, o que permitiu encontrar sinergias entre oradores regionais, internacionais, indústria local, docentes e estudantes.



Fig. 1 – Flyers das edições de 2014 e 2017 do evento INVOLVE.

INQUÉRITOS E RESULTADOS

Uma segunda linha de investigação se seguiu após o evento, e caracterizou-se pela necessidade de compreender se os processos de comunicação face ao novo enquadramento escolar se encontravam articulados e definidos com a malha local e regional. Desse modo, a compreensão dos modelos de comunicação empregues, implicou a criação de dois inquéritos. Um, tendo como foco a comunidade interna escolar e outro a comunidade externa local.

Os resultados já obtidos permitem relacionar hábitos culturais, com o tempo disponível para esse tipo de atividades e com os modelos preferenciais de acesso a informação por parte da comunidade. Simultaneamente, os resultados de inquéritos permitiram inferir sobre potenciais áreas de interesse dos inquiridos.

Foram registadas 61 respostas dentro da comunidade estudantil e 46 respostas na comunidade externa. No inquérito interno à comunidade ESMAD, os resultados foram recolhidos recorrendo a uma intervenção pessoal e por email. Os registos externos foram possíveis graças ao apoio de instituições públicas coordenadas pelas câmaras. Estas opções, dentro do modelo de inquérito salvaguardaram a diversidade e isenção, para que se retirasse o máximo de informação das amostragens. Os resultados desta investigação em curso, apoiam-se na compreensão de que “confiar em pequenos estudos para grandes ideias ou princípios orientadores não é de todo incomum [...] especialmente com pesquisas que lidam com o comportamento humano” (PAVLISCAK, 2015: 5).

Como resultado dos modelos privilegiados de acesso à informação dos inquiridos, ambos as comunidades (internas à ESMAD e comunidade local) focam preferência por comunicação direcionada como emails, newsletters, mas também redes sociais, seguindo-se a comunicação oral e impressa. Nestes dois últimos pontos, a comunidade interna assume ambos os meios com igual preferência, enquanto a comunidade externa privilegia a comunicação impressa face à oral como a mais adequada para receber informação (fig. 2).

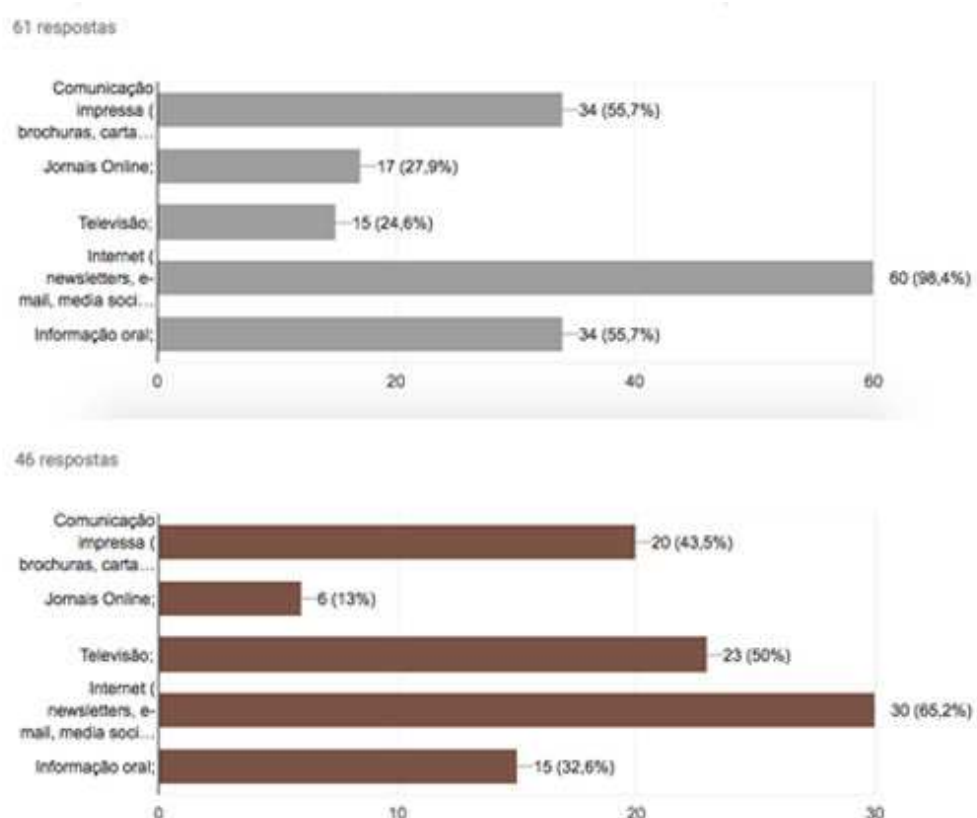


Fig. 2 – Resultados que indicam o meio preferencial para a obtenção de informação por parte dos inquiridos (no topo o inquérito interno e em baixo o inquérito externo).

No que diz respeito aos locais onde acedem à comunicação de eventos da ESMAD, os respondentes da comunidade interna focam o local do respectivo Bar e media sociais, o que permitiu recondicionar os pontos de comunicação local interna. Do mesmo modo, a comunidade externa focou pontos preferenciais onde acedeu à informação, como a biblioteca municipal e outros locais públicos, não privilegiando os media sociais como sendo os mais significativos. Tal indica que, mesmo sendo uma opção de comunicação preferencial, no caso específico da comunicação de atividades da Escola, os pontos de informação de maior proximidade local são aqueles onde a comunidade melhor recolhe e reconhece a informação disponível (fig. 3).

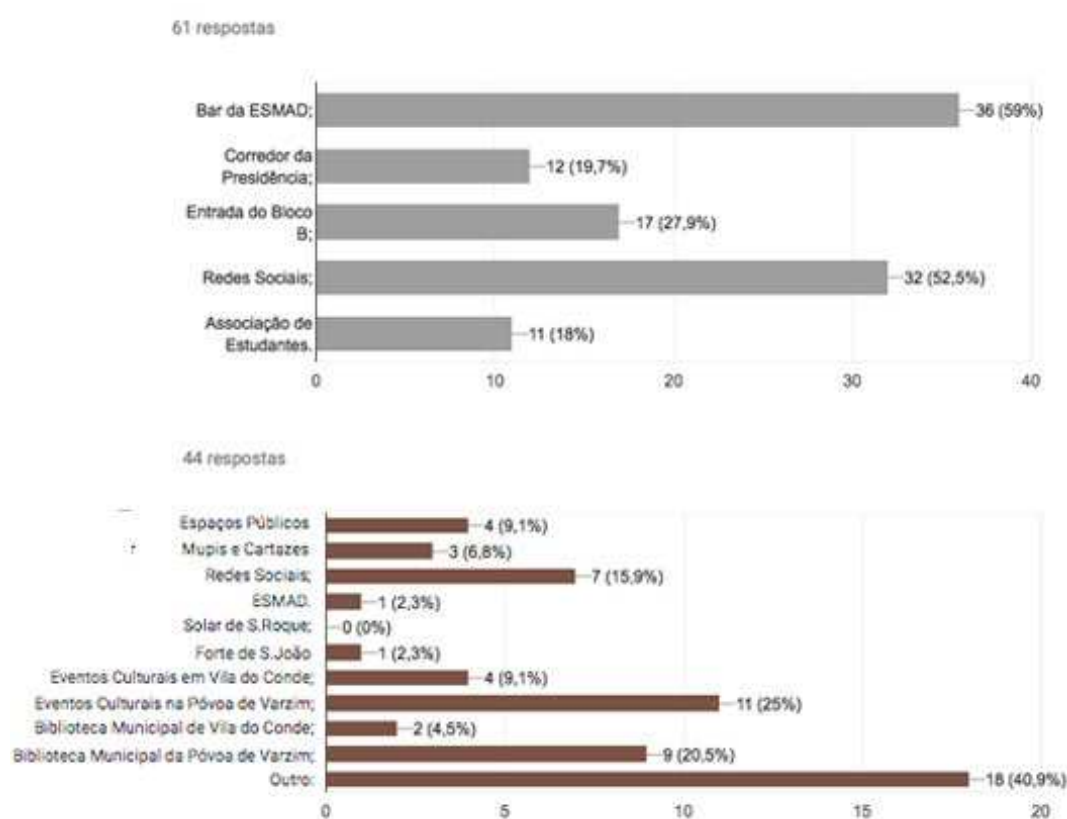


Fig. 3 – Locais onde acedem e reconhecem informação sobre os eventos da ESMAD (no topo o inquérito interno e em baixo o inquérito externo).

CONSIDERAÇÕES FINAIS E APONTAMENTOS PARA INVESTIGAÇÃO FUTURA

O conjunto de resultados permitiu traçar um perfil de uma comunidade interna e externa diversificada na faixa etária e na formação, mas disposta a investir o seu tempo em novas atividades e eventos culturais. Os resultados permitiram, desde já, recondicionar os pontos de comunicação da Escola, ajustado as ofertas formativas e culturais.

De modo prospetivo, verifica-se que uma intervenção pessoal com agentes das câmaras da Póvoa de Varzim e da Câmara de Vila do Conde, juntamente com um trabalho a ser continuado com as suas várias freguesias através de entrevistas, permitirá uma aproximação e detalhe dos interesses do seu contexto humano e industrial, bem como o potenciar de transferência de conhecimento, transmitido nos vários sentidos: o produzido numa escola de Artes e Tecnologias e emitido para as suas gentes e empresas regionais, mas também, o saber de um tecido humano, industrial, tradicional e agrícola, fundado com antecedentes históricos no sentido de uma Escola que agora inicia um percurso inovador e se pretende estabelecer e vincular neste meio como potenciador de elevação da qualidade de vida da comunidade e sua sustentabilidade.

NOTES

1— Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão do Politécnico do Porto.

2— A investigação teve início em 2017 ao abrigo do centro de investigação uniMAD, tendo como grupo de trabalho as autoras como investigadoras principais e a aluna Mariana Fidalgo como bolsista.

BIBLIOGRAFIA

- Olins, W., & MAMD (Segovia). (2010). *Wally Olins: The brand handbook*. London: Thames & Hudson.
- Pavliscak, P. (2015). *Data-Informed Product Design*. California: O'Reilly Media, Inc.
- Trout, J., & Rkin, S. (2013). *Differentiate or die: Survival in our era of killer competition*. Hoboken, N.J.: Wiley.