

Competências e Estratégias para um Negócio de Design

Em formação avançada, o modo como os estudantes interagem com a complexidade, com a mudança e com os seus pares, influencia a forma como veem o mundo assim como adquirem o conhecimento.

O objetivo desta experiência foi motivar os estudantes da UC de Design e Estratégia, do mestrado de Design de Produto da ESAD.cr, através de sessões de aprendizagem ativa. O desafio foi promover encontros com gestores de negócios de design, para identificar competências estratégicas implementadas ao longo da experiência profissional.

Realizaram-se três encontros, em ambiente de atelier na ESAD.cr, com recurso a imagens digitais e a produtos das empresas. Os diálogos produziram informação pertinente, sobre a qual os estudantes refletiram e avaliaram, através de questionário.

Da análise dos resultados, os estudantes reconhecem as vantagens no contacto com os empresários de design e identificaram quais são as estratégias mais favoráveis a aplicar num negócio de design.

Palavras-Chave Negócio de Design, Competências, Estratégias, Colaboração, Active Learning.

Isabel Barreto Fernandes

Escola Superior de Artes e Design
de Caldas da Rainha

Instituto Politécnico de Leiria

LiDA

ibarreto@ipleiria.pt

In advanced training, the way students interact with complexity, with change and with their peers, influences the way they see the world, as well as acquire knowledge.

The objective of the study was to motivate students through active learning, in the UC of Design and Strategy, of the Product Design master's degree at ESAD.cr. The challenge was to promote meetings with CEOs (designers) with the aim of identifying the skills of these professionals and the strategies implemented throughout their professional experience.

Three meetings were held in an atelier environment using digital images and company products. The dialogues produced pertinent information, on which the students reflected and evaluated through a questionnaire.

The results demonstrate that students recognize the advantages of contacting managers of design companies and have identified the most favorable strategies to apply in a design business.

Keywords Design Business, Skills, Strategies, Collaboration, Active Learning.

1. Contextualização

Na metodologia ativa de aprendizagem o aluno é colocado no centro do processo, atuando como o promotor da sua aprendizagem. Ao se responsabilizar pela procura de conhecimento, fá-lo de forma autônoma, permitindo que o professor seja o facilitador ou orientador da atuação, no esclarecimento de dúvidas ou procedimentos. Os estudos realizados sobre as metodologias ativas de ensino, apresentam vantagens, como a aprendizagem efetiva.

Para além disso, os benefícios incluem melhores capacidades para o pensamento crítico, maior retenção e transferência de conhecimento, maior motivação e melhores competências interpessoais (Prince, 2004).

O conceito vem sendo amplamente discutido, pelo que nesse processo, o estudante está sempre no centro da ação. Para Moran (2019) as metodologias ativas procuram criar situações nas quais os estudantes possam fazer coisas, pensar o que fazem, construir conhecimentos sobre conteúdos envolvidos nas atividades que realizam, bem como desenvolver a capacidade crítica e refletir sobre o que fazem.

Dado que o modelo tradicional de aulas expositivas já está ultrapassado, promover a mudança e novas dinâmicas na prática de ensino-aprendizagem, exige confiança, preparação e envolvimento. O professor deve focar-se na realização de perguntas, tarefas ou desafios que estimulem o aluno na conquista dos objetivos.

Diante de toda a mudança a que assistimos, a prática de aula tem de acompanhar o desenvolvimento da sociedade. Segundo Glasser (psiquiatra) (2021), o professor é o guia do estudante que o ajuda na prática, ao ser exposto a metodologias ativas de ensino e a desenvolver as suas competências.

Mas o conhecimento é apreendido em proporções diferentes de acordo com a maneira como se estuda. De acordo com os estudos realizados por Glasser durante vários anos, consegue-se definir processos de estudo de acordo como efetivamente se retém um conteúdo. As percentagens de retenção de conteúdo para cada processo de aquisição do conhecimento são as seguintes:

- ler: 10%;
- escutar: 20%;
- ver: 30%;
- ver e ouvir: 50%;
- discutir com outros: 70%;
- fazer: 80%;
- ensinar: 95%.

Observando estes dados, percebemos a importância do uso de metodologias que favoreçam o debate na academia, em sessões de interpretação, de experiência prática, de interação com meios e contextos diversos que favoreçam e promovam uma aprendizagem efetivamente significativa.

A metodologia ativa de aprendizagem na área do design é uma estratégia que permite criar uma direção de exploração criativa e uma prática com vista a objetivos mais abrangentes e significativos. Adotar uma nova postura pelo docente é um desafio, mas tem de ser motivador e focar nas necessidades dos estudantes.

Com base no exposto, a questão levantada foi compreender se debater com designers com negócios próprios, ajuda o estudante a compreender algumas competências chave para implementar um projeto profissional próprio?



Sessão 1 : Empresários/Designers Sérgio e Rute.
Fonte: Notícias Magazine



Sessão 2 : Empresário/Designer Farinha Gonçalves
Fonte: Autora



Sessão 3 : Empresário/Designer Nuno Gomes.
Fonte: Autora

Figura 1. Sessões dos estudantes como os empresários

Para criar as condições de interação com os agentes económicos da região, jovens empresários, com 10 a 15 anos de experiência, o espaço de sala/atelier permitiu criar um ambiente privilegiado de partilha, análise e identificação de soluções. Ao longo das sessões, com recurso a imagens digitais ou a produtos das empresas, foram apresentadas as experiências profissionais vivenciadas (fig.1). As sessões decorreram no mês de junho de 2023, durante três semanas seguidas, na primeira parte da aula de Design e Estratégia.

2. Descrição da prática pedagógica

2.1. Objetivos e público-alvo

Nesta experiência procurou-se implementar momentos de comunicação presencial com CEOs de design, criando dinâmicas de partilha e questionamento que permitiram: identificar problemas e a sua resolução; ter momentos de reflexão crítica; e promover um espaço de discussão e de valorização da experiência profissional do designer.

O projeto foi direcionado aos estudantes de design do ensino superior em formação avançada, no Mestrado de Design de Produto, da ESAD/IPLeira. No processo de Active Learning, as estratégias mais usadas são: sessões de perguntas e respostas, discussão, palestras interativas (os estudantes respondem ou questionam durante a palestra), tarefas de registo rápido e práticas experimentais.

2.2. Metodologia

Cada sessão com o empresário teve a duração de 1h30 a 2h00 e foi estruturada em quatro momentos distintos: a preparação do grupo e do espaço; a experiência da visita e debate; após a sessão, em pequeno grupo, um momento intermédio de reflexão oral sobre a experiência de interação com o convidado; e um momento final de análise, aplicado um questionário de opinião, onde os estudantes classificaram, numa escala Likert de 4 pontos, o seu nível de concordância com as competências mais relevantes do gestor de negócio de design e as vantagens estratégicas no uso desta abordagem na sua formação.

A primeira sessão decorreu com os designers Sérgio Vieira e Rute Rosa, que criaram o projeto ‘Laboratório D’ Estórias’, o qual conjuga peças de cerâmica com histórias populares e ilustrações. O diálogo com os estudantes permitiu explicar como foi o processo de recorrer às antigas técnicas de cerâmica das Caldas da Rainha para criar peças novas e atrativas, como foi sendo a adaptação aos desafios produtivos e comerciais, e a evolução para um negócio sustentável.

A segunda sessão foi com o designer e empreendedor Luís Farinha, que criou a empresa “Whitemans Portugal” (2009 - 2022) e a “Farinha Gonçalves: Bespoke Porcelain for Fashion” (2022).

Esta última tem como foco principal, a criação de peças feitas à medida para o cluster da moda. Os clientes são essencialmente externos, o que permitiu apresentar aos estudantes o processo de internacionalização da empresa; a importância das práticas manuais tradicionais; o sigilo profissional, a qualidade total do produto e os nichos de mercado.

A terceira sessão permitiu conversar com o designer Nuno Gomes, que criou a “XYZ Lab”, um laboratório de consultoria, design e prototipagem, para apoiar todo o ciclo de vida de um negócio: criação, comunicação e produção. Os utilizadores dos serviços da empresa são locais, nacionais e internacionais e essa experiência com diferentes tipos de clientes foi partilhada. As questões sobre a tecnologia e qualidade, colaboração com outras empresas e o processo tecnológico de produção, foram também assuntos abordados.

2.3. Avaliação

Aplicado o questionário de opinião sobre a experiência com os empresários, aos treze (13) estudantes da UC Design e Estratégia, através do Google Forms, foi possível obter os seguintes resultados.

Tabela 1. Áreas de interesse (público-alvo)



Relativamente à caracterização do grupo por áreas de interesse, os resultados são muito diversificados, no entanto, foram assinaladas por duas vezes as áreas do Desenho, Cerâmica e Artesanato (tabela 1). Relativamente à experiência com os empresários, todos os estudantes consideraram positiva.

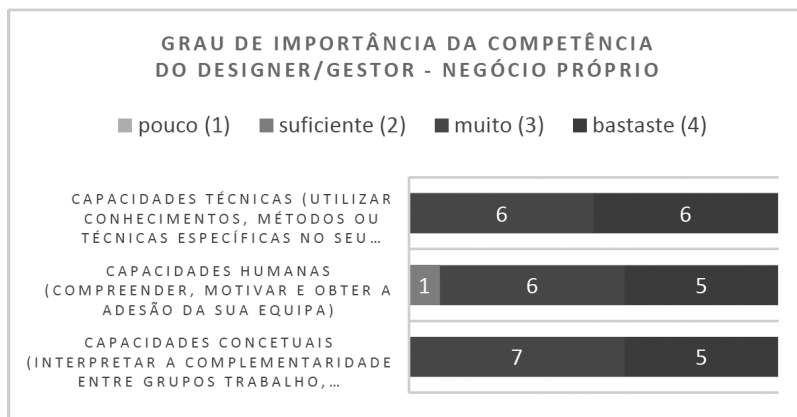


Gráfico 1. Grau de importância da competência do gestor

Relativamente ao grau de importância de cada competência, os resultados indicam que foram consideradas por ordem de importância: 1º as técnicas, 2º as conceituais e em 3º as humanas. Verifica-se assim que as capacidades técnicas são consideradas como as mais importantes (gráfico 1).

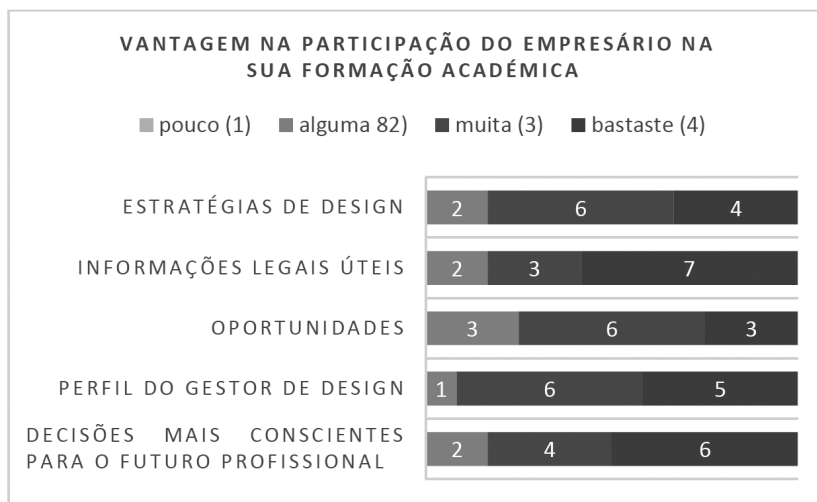


Gráfico 2. Vantagem na participação do empresário

Existiram ainda vantagens nessa interação, nomeadamente, na identificação do *perfil do gestor de design*, no levantamento de *informações legais úteis* e em adquirir conhecimento para tomar *decisões mais conscientes para o futuro profissional*. Apesar de ser menos valorizado a identificação de estratégias de design e a questão das oportunidades nas experiências, elas foram positivas, tendo ficado em aberto a possibilidade de existirem mais contactos com os empresários para aprofundar e sedimentar conhecimentos (gráfico 2).

Tabela 2. Sugestões para o futuro na ação com empresários

praticas en empresas	
workshops técnicos (finanças, contabilidade, gestão, legislação...)	
apoio visual do Laboratório Estórias	
visitar microempresas	visitar empresas
orçamento	abordagem mais prática
conocer mejor a las empresas	aprender a fazer estratégia
	instalações
	horário funcionamento

Relativamente às sugestões para futuras ações com empresários, os estudantes identificaram uma série de palavras-chave das quais se destaca: visitar empresas e a realização de workshops técnicos na área financeira, da contabilidade, da gestão, da legislação e da orçamentação (tabela 2).

3. Reflexão sobre o Projeto de Inovação Pedagógica Implementado

A experiência de discussão ativa causou interesse e envolveu os estudantes nas sessões com os empresários. Os assuntos debatidos permitiram identificar algumas competências que o designer necessita de adquirir para gerir um negócio e refletir sobre a sua relevância.

A abordagem implementada foi pertinente para os estudantes porque os envolveu numa discussão com profissionais sobre uma realidade que desconheciam. Do nosso ponto de vista, a experiência realizada com o grupo de estudantes foi um desafio que se conseguiu validar.

Numa próxima ação de implementação de *active learning*, poderá ser vantajoso deslocar os estudantes até ao local de atividade das empresas, para aí observarem a realidade física e o meio ambiente das marcas e das empresas. Para aplicar esta opção, poderá haver limitações orçamentais quanto ao número de deslocações de estudantes.

O *active learning* já há muito que é abordado e implementado no ensino do design, pelo que as práticas que promovem a modalidade de pesquisa e o desenvolvimento da criatividade, na resolução de problemas, são conhecidas dos estudantes. O que foi inovador nesta experiência, foi a necessidade de sistematizar todo o processo, proporcionar, de uma forma natural, a interação dos alunos com os empresários e depois eles participarem na análise do projeto.

A necessidade do contacto com empresários e a experiência dos estudantes com a realidade das organizações foi uma estratégia para desenvolverem as suas competências, processo relevante que motiva para a aquisição de conhecimento, para trabalhar para resultados e para tomar decisões mais conscientes no futuro.

4. Referências Bibliográficas

Deslauriers, L. et al. (2019). "Measuring actual learning versus feeling of learning in response to being actively engaged in the classroom." *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116, 39.

Griffith University (2022). *Active Learning Explained*. Active Learning Design Tool. URS: <https://app.secure.griffith.edu.au/active-learning/explained>

Glasser, W. (2001). *Teoria da escolha: Uma nova psicologia de liberdade pessoal*. São Paulo: Mercuryo.

Moran, J. (2019). *Metodologias ativas de bolso: como os alunos podem aprender de forma ativa, simplificada e profunda*. São Paulo: Editora do Brasil.

Prince, M. (2004). Does active learning work? A review of the research. *Journal of Engineering Education*, 93, 223–231.

Sousa, B. (2012). A gestão do design em português: gestão do design ou design holístico?. Online. URS: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/6132>

Teaching@UW (2023). *Active learning*. Online. URS: <https://teaching.washington.edu/engaging-students/active-learning/>

Agradecimentos

Gestores/Designers:

Sérgio Vieira e Rute Rosa – Empresa Laboratório d’Estórias (Caldas da Rainha)

Luís Farinha – Empresa Farinha Gonçalves (Alenquer)

Nuno Gomes – Empresa XYZ Lab (Bombarral)

Estudantes/Designers :

Alice Vieira Albergaria Costa Borges

Ana Beatriz Patrício Freitas

Ana Rute Saraiva Godinho

Catarina Nunes Marreiros

Cátia Rafaela Mateus Ferreira

Diogo Alexandre Clemente Vieira

Inês Ribeiro Casal do Rei

Íris da Costa Ferreira

Joana Bandeira Rocha

Jorge Filipe David Ferreira

Lúcia Salguero

Luís Carlos da Cunha Carinha

Mariana Capela Fonseca

Nuno Miguel Ferreira Cardoso