

CONEXÕES DESEJÁVEIS E POSSÍVEIS ENTRE DISCIPLINAS

Ana Lucia Siqueira de Oliveira Nunes

analununes1@hotmail.com

Universidade Católica de Goiás

Valéria Fabiane Braga Ferreira Cabral

vazefj@hotmail.com

Universidade Católica de Goiás

Resumo

Este trabalho se configura como relato de uma proposta educativa realizada com duas turmas de alunos/as do curso de Publicidade e Propaganda, em Goiânia/Goiás. Sua realização propõe vínculos entre teoria e prática, por meio de imagens do estilo *art déco* em Goiânia, estímulo visual, e a produção gráfica em uma campanha publicitária. Um dos objetivos é a interação possível entre as disciplinas: Estética e Comunicação e Práticas Profissionais III. Outro de igual importância é a reflexão sobre o processo de um projeto pedagógico colaborativo, entre alunos/as, professoras e profissionais de outras áreas, os caminhos percorridos e os resultados alcançados.

Palavras-chave: Interação, imagem, teoria e prática, prática pedagógica e cultura visual.

Abstract

This essay is shown as a report of an educational proposal carried out in two groups from the Publicity and Propaganda course in Goiânia/Goiás. It suggests the link between theory and practice through images of art déco style in Goiânia, visual stimulation, and graphic production of an advertising campaign. One of its aims is the possible interaction between the disciplines: Esthetics and Communication and Professional Practices III. Another important aspect is to reflect about the process of cooperative pedagogical project among student(s), teacher and other field experts, their paths and the results they reach.

Keyword: Interaction, image, theory and practice, Pedagogic practice and visual culture.

Ponto de Partida

Este trabalho se configura como relato de uma proposta educativa realizada com duas turmas de alunos/as, de terceiro período do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Goiás, de faixa etária entre dezessete e vinte e nove anos. A proposta foi desenvolvida no segundo semestre de 2008.

A realização dessa prática pedagógica, que propõe vínculos entre teoria e prática, teve como um dos objetivos um processo de interação entre as disciplinas: Estética e Comunicação, sob responsabilidade da professora Valéria e Práticas Profissionais Integradas III, com a professora Ana Lucia. Outro objetivo é a reflexão sobre esta ação pedagógica, por meio de uma construção colaborativa entre alunos/as, professores/as e profissionais de outras áreas.

Primeiramente, apresentamos como surgiu nosso interesse pelo tema. Em seguida, a base conceitual que delineou essa prática pedagógica. Mais adiante descrevemos o ambiente que trabalhamos com a participação de diferentes profissionais. Por fim, ressaltamos pontos para reflexões para intervenções futuras.

PASSOS INICIAIS

As transformações desencadeadas pela Revolução Industrial, pela Revolução Científico/Tecnológica da virada do século XIX para o XX e pela Globalização mudaram a relação do ser humano com o mundo. Com isso a pós-modernidade abriu espaço para outros textos culturais favorecendo novas relações entre produção cultural e social.

Nesta perspectiva a cultura assume um papel de destaque em nosso contexto. Nesse projeto, vale a pena ressaltar, que a 'cultura' é cheia de sentidos conotativos, e entendida como um processo dinâmico, conforme as concepções de Morris et.al, onde "todos temos cultura, porque vivemos e existimos dentro de grupos sociais" (2005, p.270).

São as discussões, sobre pós-modernidade, que colocam a cultura em evidência e traz a cultura visual como campo de estudo. Campo amplo cuja especificidade epistemológica revela rupturas entre fronteiras. Essas questões pós-modernas abrem também possibilidades de perspectivas interdisciplinares através de práticas pedagógicas. Lembrando que, como nos diz Parsons, "a integração ocorre quando a aprendizagem faz sentidos para os estudantes, especialmente quando conectam com os próprios interesses, experiências de mundo e de vida" (2005, p.296).

Quando a interdisciplinaridade se constitui em objeto de conhecimento

Dá à cultura visual a possibilidade de desvelar mundos intermediáticos no qual imagens competem pelo poder da representação expondo e provocando múltiplas camadas de significado e de respostas subjetivas para experiências visuais do cotidiano que abrangem desde a publicidade, televisão, filme, vídeo e MTV, até ambientes urbanos e sofisticadas exposições de arte (MARTINS APUD ROGOFF, 1998).

Envolvidas em um redemoinho de reflexões começamos a perceber a necessidade de um trabalho conjunto entre, nós, professoras (Ana Lucia e Valéria) e o rompimento de fronteiras entre disciplinas (Práticas Profissionais III e Estética e

Comunicação) com objetivo de integração por meio de um processo gerador de aprendizagem.

De maneira informal, conversas entre professoras/alunos/alunas, surge a proposta inicial: unir o patrimônio arquitetônico da cidade de Goiânia, tombado como *art déco* e a prática da publicidade e propaganda. Buscando promover uma valorização e divulgação do primeiro para diferentes públicos alvos.

Dispostas a conceber interdisciplinaridade como uma inter-relação que estabelece “uma relação de reciprocidade e colaboração, com o desaparecimento de fronteiras entre as áreas do conhecimento” (RICHTER, 2002, p. 85) começamos a pontuar inúmeras dúvidas e curiosidades. Interrogações que possibilitaram a construção de caminhos que foram delineando essa proposta:

- Como interligar as duas disciplinas?
- Como aliar o acervo arquitetônico *art déco* de Goiânia e uma campanha publicitária?
- Quem poderia colaborar com esse projeto?

DESENHANDO PASSOS METODOLÓGICOS

Dilemas, dúvidas, interrogações nos conduziram durante o processo e nos levaram a argumentar, juntamente com Cochran-Smith e Lytle, em favor da necessidade e importância da investigação docente como

Uma forma de mudança social através da qual indivíduos e grupos colaboram para compreender e transformar suas classes, suas escolas e suas comunidades educativas e que este projeto tem implicações e conseqüências muito importantes para a investigação sobre o ensino, para a formação inicial e permanente do professorado (...) (2002, p. 17).

A defesa da investigação docente feita por Cochran-Smith e Lytle é apaixonada e apaixonante, todavia sem perder rigor e seriedade na argumentação. Elas aprofundam esta argumentação enfatizando que

Precisamente porque a investigação feita por docentes irrompe nos pressupostos tradicionais sobre quem há de conhecer, sobre o conhecimento e sobre o ensino, ela tem a potencialidade de redefinir a noção de conhecimento pedagógico do professorado questionando assim a hegemonia da universidade na hora de produzir conhecimento especializado (p. 17).

A discussão empreendida pelas autoras e seus colegas põe em evidência que os temas e questões da investigação feita pelo professorado apontam para

diferentes direções que abrangem definições do campo, situações que o compreendem, sua epistemologia, relações com a vida profissional e a formação de comunidades de investigação (p. 27-28). Desafiadas pela tarefa de refletir sobre este campo de investigação, as autoras reconhecem que

Apesar do investimento de esforços importantes desde a investigação educativa tradicional para construir um corpo de conhecimento rigoroso e sistemático sobre o ensino, ao contrário, se há outorgado pouca dedicação aos papéis que o próprio professorado tem na produção do conhecimento pedagógico (p. 29).

Fundamentado nos princípios propostos por Cocharan-Smith e Lytle, este estudo desenha passos de uma investigação docente que se sustenta na descrição e reflexão de uma prática pedagógica, que propõe vínculos entre teoria e prática, por meio de imagens do estilo arquitetônico *art déco* da cidade de Goiânia, como estímulo visual para a produção gráfica de uma campanha publicitária. Uma confluência continua entre metodologias: de investigação e de ensino.

ITINERÁRIO

A proposta foi desenvolvida no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Goiás com duas turmas configuradas a seguir: A01 (período matutino) formada por 29 alunos/as de faixa etária entre dezessete e vinte e seis anos, e C01 (período noturno) formada por 33 alunos/as entre dezoito e vinte nove anos de idade.

O foco de interesse das turmas, mediados pelas professoras Ana Lucia e Valéria, recaiu sobre a representatividade cultural da cidade de Goiânia e pelo interesse nas construções que representam para Unes (2002) um acervo arquitetônico característico do *art déco*. A arte foi utilizada como meio de integração das descobertas dos alunos/as, às características do estilo e sua utilização no design das peças publicitárias criadas.

A disciplina de Práticas Profissionais Integradas (PPI) encontra espaço, dentro da grade curricular do curso de Publicidade e Propaganda, do primeiro ao quinto período duas vezes por semana durante 1 hora e 30 min. É uma disciplina que tem como característica a prática do fazer publicitário, em diferentes níveis e mídias, como campanha impressa, *spots* de rádio, filmes publicitários, entre outros. Em específico ao terceiro período, foco do trabalho, a exigência é por uma campanha impressa. Dentro da proposta pedagógica da disciplina é necessário que

as outras matérias do período se integrem, com o aporte teórico, para configurar o exercício da prática profissional dos alunos/as, na proposta interdisciplinar.

Muitos foram os encontros, entre as professoras, para delinear o projeto, que aos poucos foi saindo do papel para tornar-se visível, assim como, seus colaboradores/as e o modo de participação para o seu desenvolvimento. Pensamos em pessoas que pudessem, de alguma forma, colocar em ‘diálogo’ a teoria e a prática.

A disciplina de PPI funcionou como alicerce do projeto, por possuir a sua disposição todas as aulas do semestre em prol de uma produção, tão esperada pelos alunos/as do curso, e a disciplina de Estética/Comunicação que colaborou juntamente com diferentes ‘atores colaboradores’ para toda fundamentação teórica possível com relação ao art déco, ancorados no pensamento de Unes:

O desconhecimento acerca deste período, dessa orientação artística, é em parte responsável pelo descaso que os próprios habitantes da cidade (no caso Goiânia) têm para com o acervo arquitetônico erigido nessa época (2008, p. 16).

Para essa tentativa de conexão de saberes foram oito encontros, sendo seis encontros conjuntos entre as turmas e professoras, de 1h e 30 min, e dois com a participação das professoras, alunos/as e colaboradores/as. Nestes encontros, nas aulas de estética, foram realizadas palestras e aulas expositivas sobre o estilo *art déco* e o patrimônio Goiano. Nas aulas de PPI, em nove encontros, foram feitas as “costuras” entre o foco do trabalho que era a divulgação do patrimônio arquitetônico para diferentes públicos-alvo e a teoria para a realização de uma campanha impressa.

Primeiramente, o objetivo das professoras e colaboradores/as foi aproximar o *art déco* dos alunos/as, com suas características e particularidades. A primeira colaboradora foi Marilda Blumenschein, uma das autoras do livro “O Art Déco em Goiânia” que apresentou este estilo arquitetônico aos alunos/as e, por meio de imagens e um vídeo, apresentando a maior parte dos edifícios tombados pelo IPHAN e que configuram o patrimônio arquitetônico da cidade.

Mas, no nosso entendimento, apenas conhecer o patrimônio para uma divulgação não bastava, seria necessário que os alunos/as apreendessem o estilo e as características do *art déco* para transpor para suas propostas gráficas. Quem poderia auxiliar para que essa transposição acontecesse? Assim, fizemos o contato com o designer gráfico Fábio Melo, que é autor de várias peças de design inspiradas nas características do *Art Déco*. Fábio demonstrou interesse pelo projeto e se dispôs

a realizar uma palestra falando do seu trabalho e de como realizou a transposição de elementos típicos do estilo *Art Déco* para suas peças utilitárias.

Nas aulas da disciplina PPI, os alunos/as receberam orientações em grupos, ao todo eram sete grupos entre 5 e 8 alunos/as, cuja formação eles/as decidiram. Ficou acordado entre alunos/as e professora (Ana Lucia) que deveria ser uma campanha institucional, entendendo que como várias outras modalidades de comunicação, a “propaganda institucional tem por função influir no comportamento das pessoas, através da criação, mudança ou reforço de imagens e atitudes mentais.” (Gracioso, 2006, p.35). A campanha institucional se aplicava, pois percebemos em conversa com os alunos/as da necessidade de divulgação deste patrimônio, tendo em vista que eles/as mesmos conheciam os espaços, mas desconheciam o estilo e a importância cultural e histórica dos mesmos.

O cliente fictício foi a Prefeitura de Goiânia com suas secretarias de Turismo e de Cultura. Os públicos alvos foram definidos por cada grupo e esse foi um dos critérios exigidos pelo curso e um dos itens avaliados uma banca formada por 2 professoras e 1 professor. Esse também foi o critério que utilizamos para selecionarmos os grupos que citaríamos nesse trabalho. Escolhemos três grupos, que se apresentam na disciplina como agências, cada um abordando um público-alvo diferente.

Com a proposta de incitar a curiosidade das crianças e tentar promover a preservação das edificações *art déco* da cidade, a Agência Storyteller que chamaremos de Grupo A, formada por 4 alunas e 1 aluno teve como seu público-alvo: crianças de 5 a 10 anos. A Agência Avante Propaganda, Grupo B, formada por 5 alunos e 1 aluna apostou nos Universitários Classes A e B como público-alvo. O objetivo dessa agência foi divulgar Goiânia como capital brasileira *art déco* nas universidades públicas e privadas de todo território nacional. Pensando nos idosos como público-alvo a Agência Idéias³, Grupo 3, formada por 4 alunas e 4 alunos buscou tornar digna de resgate as lembranças e recordações valorizando o patrimônio *art déco*.

PARADA OBRIGATÓRIA

No decorrer do percurso vários momentos de reflexão foram obrigatórios. A ação pedagógica gerada por uma interação entre disciplinas enriqueceu nossa visão sobre o trabalho pedagógico. Reflexões que conduzem a três pontos: (a) o trabalho

educativo colaborativo; (b) teoria e prática; (c) avaliação da prática docente em colaboração.

Quando se pensa em colaboração a primeira idéia é pensar em um trabalho com funções igualmente divididas, onde todos colaboram em partes iguais, decidindo em conjunto todos os passos do processo. Mas essa não foi a realidade vivenciada. Nós, professoras, conduzimos o processo por meio de seleção, organização e sistematização de idéias surgidas nos encontros visando otimizar as experiências que proporcionassem resultados significantes para os alunos/as e que cumprisse o cronograma de aulas estabelecido na disciplina de PPI.

Percebemos o quanto é difícil organizar um trabalho em grupos quando precisamos, em alguns encontros, trabalhar fora do cronograma das disciplinas e da instituição. Eram duas turmas uma matutina e outra noturna. E os encontros conjuntos foram todos no período noturno, pois a maioria dos alunos/as poderia vir neste período. No entanto, alguns alunos/as do período matutino não participaram do encontro alegando incompatibilidade de horários.

Um dos nossos objetivos foi tentar equilibrar, na medida do possível, processo e produto, relação que durante muito tempo foi vista pela educação em geral e pelo ensino da arte, em particular, como desigual, ou seja, uma supervalorização do processo em relação ao produto. A disciplina PPI, alicerçada pela prática, ocupava um lugar de destaque com possibilidade de 17 encontros, enquanto a disciplina de Estética participaria em 8 encontros, pois também tinha um conteúdo programático específico a ser seguido. Desta forma, tornou-se difícil a tentativa de equilíbrio entre as disciplinas e encontros em grupo para o projeto.

A prática continuou com um peso maior, mas foi alicerçada pela teoria e os estímulos visuais. Algumas confusões quanto às características do estilo se traduzem visualmente no álbum de figurinhas criado pelo Grupo A. O grupo utiliza as características do *art nouveau*. Pode-se observar a temática naturalista e a preferência pelos ritmos baseados nas curvas e suas variantes (espiral, voluta) e na cor. Já o Grupo B transpõe para as suas produções os grafismos, retirados da riqueza de elementos autóctones que constitui o estilo *art déco*, em cores contemporâneas aliadas à intenção de propagar a idéia, através de adesivos fixados no chão que apontam para os edifícios tombados de Goiânia.

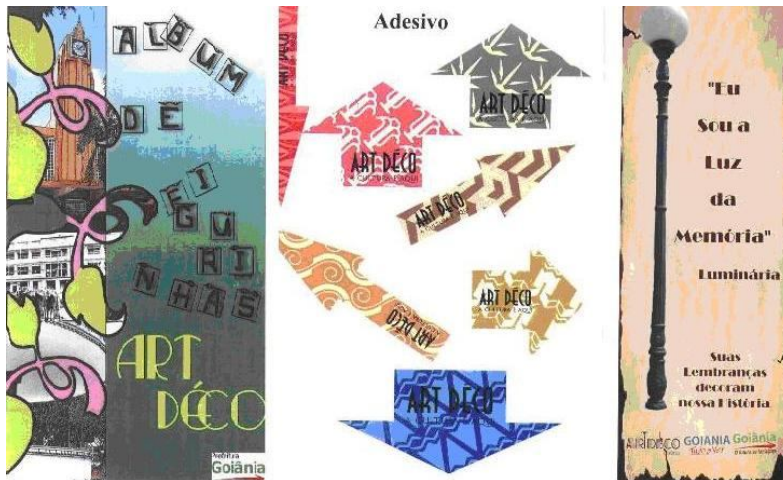


Figura 1: Exemplos de produção gráfica dos grupos A, B e C, respectivamente.

A tentativa de representação a partir da memória configura o trabalho do grupo C. A produção gráfica traz à tona a história da cidade contada pelos próprios lugares como o Teatro Goiânia e mobiliários urbanos, como o coreto, as luminárias e o relógio. O trabalho se torna poético na junção do slogan da campanha, com as imagens escolhidas, e a personificação dos elementos, criando vínculos afetivos com seu público-alvo: os idosos.

Apresentar o art déco aos alunos/as e fazer deste patrimônio foco para suas produções práticas de publicidade, os aproximou do estilo, como podemos observar na fala do aluno Túlio (19 anos): *“professora saiu no jornal sobre essa tal de art déco”*. Ou ainda, pela fala de Marcela (20 anos) *“Nossa, pra mim foi novidade, saber que estes prédios todos tinham tanta importância. E eu que passo por eles todos os dias!”*. Além disso, trouxe novos conhecimentos estéticos aos mesmos e acrescentou elementos constitutivos para sua identidade e memória reconhecida por Rocha e Eckert (2001, p. 14) como

Espaço de construção do conhecimento, confere a ela o estatuto de uma linguagem de símbolos que reúne uma ação inteligente do sujeito humano sobre o mundo, fragmento do ato de pensar no qual se pretende descortinar o momento intangível de enlaçamento, a um só tempo, do “eu” e do mundo (<http://www.iluminuras.ufrgs.br/artigos/-espaco-20fantastico.pdf> em 14/05/2009).

Através desse projeto constatamos que a prática docente ainda continua sendo um desafio pessoal e profissional onde as experiências vividas, em grupo colaborativo, enriqueceram nossa visão de colaboração e concepção sobre o trabalho pedagógico. E ainda, que se faz necessário, dentro de nosso contexto

educacional, currículos onde as disciplinas tornem-se 'híbridas' através da diluição de suas fronteiras.

Como última reflexão pensamos sobre os nossos papéis nesse processo, considerando importante a colocação feita por Veiga-Neto

Para nós, envolvidos com a Educação, o pensamento pós-moderno nos coloca em cenários de múltiplos propósitos e múltiplas razões. Seja como investigadoras, seja como militantes pedagógicos, esses novos cenários se apresentam como muito mais inquietantes e desafiadores do que os precedentes cenários iluministas. (2002, p.37)

Mesmos conscientes das infinitas dificuldades, acreditamos que é preciso pensar e experimentar mudanças: no modo de estruturação do planejamento, no exercício do currículo, na ação e na articulação de um trabalho em equipe realizado na prática educativa.

Referências Bibliográficas

BLACK, Leslie et all. "Dejar el guión a un lado". In: COCHRAN-SMITH, Marylin e LYTLE, Susan. **DENTRO/FUERA** – Enseñantes que investigan. Madrid: Ediciones AKAL, 2002, p.268-279.

COCHRAN-SMITH, Marylin e LYTLE, Susan. **DENTRO/FUERA** – Enseñantes que investigan. Madrid: Ediciones AKAL, 2002.

COSTA, Marisa Vorraber (Org.) Alfredo Veiga-Neto. **Caminhos investigativos: novos olhares na pesquisa em educação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

EISNER, E. **The arts the creation of mind**. New Haven: Yale University Press, 2002.

GRACIOSO, Francisco. **Propaganda Intitucional: nova arma estratégica da empresa**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

MARTINS, Raimundo. **Cultura visual: imagem, subjetividade e cotidiano**. Disponível em:
<http://www.cust.educ.ubc.ca/wsites/dias/UnB/VIS/Gradua%20textos/RaimundoMartins.pdf>. Acesso em: 15/05/2009.

ROCHA, Ana Luiza e ECKERT, Cornélia. **A memória como espaço fantástico**. Disponível em: <http://www.iluminuras.ufrgs.br/artigos/2000-01-memoria-espaco-%20fantastico.pdf>. Acesso em 02/05/09.

RICHTER, I. M. Multiculturalidade e interdisciplinaridade. In: BARBOSA. A. M. (Org.) **Inquietações e mudanças no ensino da arte**. São Paulo: Cortez, 2002.

UNES, Wolney **Identidade art déco de Goiânia**. Goiânia: Instituto Casa Brasil de Cultura, 2008.

Ana Lucia Siqueira de Oliveira Nunes

é licenciada em Artes Visuais pela Universidade Federal de Goiás (2002) e mestre em Cultura Visual pela Universidade Federal de Goiás (2005). É Professora Assistente no Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Goiás e da Universidade Católica de Goiás. Tem experiência na área de arte e educação, atuando principalmente nos seguintes temas: arte e educação, escola, história da arte, ensino e universidade e cultura visual.

Valéria Fabiane Braga Ferreira

é licenciada em Artes Visuais pela Universidade Federal de Goiás (2002) e mestre em Cultura Visual pela Universidade Federal de Goiás (2006). Atualmente é Arte-educadora da Mvsika Centro de Estudos e Professora horista assistente I da Universidade Católica de Goiás. Atuando principalmente nos seguintes temas: arte, ensino, imagem, alfabetização.