

PROJETO
DECANDI
DATURA

préPROJETONDESIGN
IMERSÃO CURITIBA 2010

N
2010

APRESENTAÇÃO04
TEMA06
PROJETOVERDE08
OBJETIVOS10
ANÁLISEDECONTEXTO11
SOBREApréCONDECURITIBA19
PROBLEMAS30
PROBLEMATIZAÇÃO32
ANÁLISEDASHIPÓTESES34
SOLUÇÕESPROPOSTAS51
CONSIDERAÇÕESFINAIS57
REFERÊNCIAS59
CRONOGRAMA60

01 APRESENTAÇÃO

Este documento é o resultado de seis meses de trabalho, iniciado em dezembro de 2008, pela pré-CONDe, com o intuito de início da construção do projeto de Curitiba para o N Design 2010. Falamos início, pois no nosso entendimento, um projeto de N Design é algo para ser trabalhado durante todo o processo do evento, incluindo o pré-evento, o evento em si, e o pós-evento, com a análise dos resultados obtidos e publicação dos mesmos. Para isso optamos por começar um trabalho de investigação científica que será mantido até a entrega dos resultados, no segundo semestre de 2010. Caso nossa proposta seja escolhida, além disso, partiremos para a execução das soluções propostas, a partir de julho de 2009, muitas delas prévias ao evento, e aprimoraremos a coleta de dados com nosso público alvo - os estudantes de design do Brasil - dando prosseguimento à pesquisa aqui iniciada.

1.1 SOBREAUTILIZAÇÃO DOS MOLDES CIENTÍFICOS NA PROPOSTA

Fizemos esta opção por acreditarmos que existe um potencial maior no Encontro Nacional dos Estudantes de Design em relação ao que é hoje aproveitado. Há diversos fatores bem sucedidos relacionados ao evento, porém nossa motivação é a possibilidade de averiguar, testar e aplicar outros caminhos ainda pouco explorados, baseados em iniciativas bem sucedidas pelo mundo afora, extrapolando o universo do Design, sempre que for necessário. Para isso julgamos que uma investigação científica adequa-se melhor ao nosso contexto, considerando que permite a comprovação, registro e consulta de parâmetros, para uma reprodução ou melhorias futuras. Nossa opinião é que, com uma base investigatória além do empirismo, um projeto para a dimensão de milhares de participantes pode otimizar as suas propostas dando uma continuidade à construção iniciada no encontro.

Temos ciência de que o nosso projeto de candidatura assemelha-se a um pré-projeto científico, pois entendemos que o projeto em si será finalizado após o evento, etapa referente à validação das soluções propostas e análise dos resultados obtidos.

02TEMA

Imersão.

2.1JUSTIFICATIVADOTEMA

A proposta do tema Imersão visa a formação de um vínculo maior entre os encontristas, a fim de propiciar um melhor rendimento acerca dos assuntos abordados e aprimorando a formação de coletivos que se mantenham além do evento. A imersão dos indivíduos busca também a produção imediata de soluções concretas durante o próprio encontro.

Precisamos considerar que a sociedade contemporânea vive um processo amplo de mudança: a descentralização da identidade, que tem por consequência o deslocamento dos indivíduos de seu contexto, seja ele estudantil, social, educacional, cultural, e até mesmo individual. A identidade humana é constituída através da interação entre o eu e a sociedade (elemento mediador de valores, sentidos e símbolos), e sua construção é afetada por essa dispersão contextual que ocasiona uma integração passiva do sujeito no seu meio.

A palavra latina, Imersão, apresenta como um de seus significados a dedicação intensiva de um indivíduo a determinado assunto, disciplina ou tarefa durante certo período de tempo (FERREIRA, 2004). A escolha tem por objetivo estimular o indivíduo autônomo e consciente de seus fins, através de um enfoque em um modo de ser ativo que, segundo Erich Fromm (1987), é uma conduta intencional socialmente reconhecida, que resulta em mudanças correspondentes, socialmente úteis. A imersão do participante no evento será fundamentada em atividades interativas e dualistas que empregarão criativamente e produtivamente as suas qualidades em prol do coletivo. No que diz respeito à estrutura, a proposta também remete à imersão, com a realização do evento inteiro em um único espaço, uma cidade-evento.

“Do ponto de vista social, [a interatividade] é uma relação interpessoal, na qual pessoas trocam informações que podem levar ou não à alteração do(s) comportamento(s) individual(is) ou coletivo(s). Sistemicamente, a interatividade é um fenômeno que envolve indivíduos constituídos em grupo, no qual os comportamentos de cada um tornam-se estímulos para o outro, permitindo a construção da IDENTIDADE”

(TURKLE, 1997)

2.2 ABORDAGEM DO TEMA

Por se tratar de algo abstrato, a imersão não será alvo de discussão direta nas atividades do evento. O conceito será vivenciado pelo participante através da estrutura do encontro. A partir desta, estimula-se a formação de massa crítica permeando as atividades.

Para tanto, a abordagem do tema envolve o debate entre dualidades, como, por exemplo, Imersão vs. Dispersão, focando no imaginário coletivo e buscando o conhecimento através da discussão.

Saiba mais sobre como se propõe o funcionamento desta abordagem, e sobre os assuntos a serem discutidos, na seção dez: Soluções Propostas.

03 PROJETO VERDE

Todo ano, os encontros de estudantes de design, sejam nacionais, locais ou regionais, reúnem centenas ou até milhares de estudantes em um mesmo local. Nestes encontros são consumidas diversas matérias-primas de forma intensa, sejam elas virgens ou previamente processadas. Isto ocasiona um impacto ambiental adicional além do já ocasionado pela ação do ser humano no ambiente onde acontece o evento. Diante da quantidade crescente de eventos promovidos e de encontristas participantes, a pré-CONDe Curitiba buscou avaliar a dinâmica estrutural e propor a redução do impacto ambiental do N Design 2010.

Esta mudança da dinâmica estrutural do evento envolverá não somente a comissão organizadora, mas também os atores relacionados à estrutura onde será sediado o evento e os fornecedores de materiais a serem consumidos antes, durante e depois do evento, ou seja, em todo o seu processo. Durante o ciclo de vida do evento, existem diversas possibilidades de redução de consumo de materiais e conseqüentemente do impacto ambiental. As ações que antecedem o evento giram em torno de sua divulgação através de materiais gráficos, estes podendo ser impressos em papéis de origem reciclada. Durante o evento são diversas as possibilidades de redução de impacto ambiental: consumo de água, energia elétrica, combustível fóssil, papéis, impressões, etc. No pós evento, as possibilidades giram em torno do destino adequado dos materiais consumidos e não consumidos e também de impressos.

O Projeto Verde não é somente uma vontade exclusiva da pré-CONDe Curitiba, pois envolve também uma crescente preocupação da sociedade com relação aos seus impactos no meio ambiente, tornando o projeto uma questão social e ambiental. Além desta questão ambiental visível na sociedade contemporânea, o Projeto Verde torna-se uma necessidade para a pré-CONDe, devido ao seu propósito de cidade-evento.

Este propósito potencializa o impacto ambiental do evento no ambiente que ele será sediado, mas em contrapartida torna o impacto ambiental mais previsível e controlável.

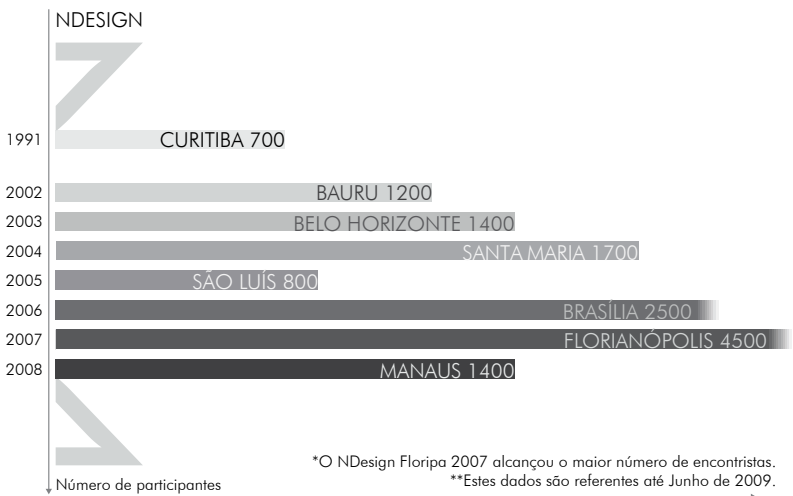
As formas de aplicação do Projeto Verde podem ser inúmeras, fugindo da compreensão desta primeira análise. Algumas formas são comumente encontradas em outras situações ou até em outros encontros de design já realizados como, por exemplo, a troca do uso de copos descartáveis por canecas individuais. A redução do consumo de matérias-primas e materiais é uma prática reconhecida e largamente aplicada em situações onde se busca a redução de impacto ambiental tornando-se uma premissa para o N Design 2010. Existe ainda espaço para análise de aplicações de tecnologias alternativas ou até a mudança da rotina tradicional do evento, envolvendo diretamente o encontrista. Enfim, todas as mudanças e ações tornarão o Projeto Verde intrínseco ao encontro.

Esta busca pela redução do impacto ambiental é vista como um 'investimento ambiental' pela pré-CONDe Curitiba. Este investimento beneficiará a imagem do N Design como um evento não somente preocupado com os problemas ambientais, mas que também propõe ações efetivas para esta questão.

04 OBJETIVOS

O N Design Curitiba 2010 tem como objetivos: construir e propor uma estrutura adequada e sustentável para proporcionar ao encontrista uma total imersão no encontro.

- **Propor um ambiente completo:** Realizando a cidade-evento, onde o participante possa aproveitar o encontro de forma plena a todo instante.
- **Construir uma realidade coerente com a sociedade:** Criando condições ideais para desenvolvimento do senso crítico e coletivo.
- **Proporcionar atividades que desenvolvam a pró-atividade:** Estimulando melhores soluções para a pauta em discussão e uma maior participação no Movimento Estudantil, principalmente através da consolidação e continuação de ações concretas.
- **Promover um evento de menor impacto ambiental:** Utilizando alternativas como o uso de novas tecnologias, otimização da estrutura física e dos recursos materiais.



05 ANÁLISE DE CONTEXTO

5.1 MOVIMENTO ESTUDANTIL E EVENTOS ESTUDANTIS DE DESIGN

Para fins desta análise será considerado um breve recorte histórico a partir do primeiro N Design.

- **NDesign:** Encontro Nacional de Estudantes de Design – é um evento sem fins lucrativos de caráter científico, político, acadêmico e cultural, realizado anualmente desde 1991. Organizado por estudantes vinculados a uma entidade de base, é um evento itinerante e atualmente o maior evento de design do Brasil e um dos maiores da América Latina. O N Design reúne em média 2500 participantes entre estudantes, professores e profissionais do ramo, comumente chamados de ‘encontristas’, vindos de todas as regiões do país e da América do Sul. No ano de 2007, na cidade de Florianópolis, teve o maior número registrado de participantes: 4500. A partir da vontade de possuir um espaço próprio e autônomo, os estudantes de design de várias cidades, se uniram e, em julho de 1991 foi realizada a primeira edição do N Design, em Curitiba, com a adesão de cerca de 700 pessoas de diversas universidades do Brasil.
- **CONE Design:** O Conselho Nacional dos Estudantes de Design (CONE Design), criado em 1996 e regulamentado em 1998, é uma instituição apartidária, sem fins lucrativos, de representação dos estudantes de nível superior de design do Brasil. Com a reforma estatutária ocorrida em 2006, foram extintas as secretarias regionais e a nacional, dando espaço para a representação direta das instituições estudantis de base e a aproximação dos estudantes no movimento estudantil (ME) nacional. Esta reforma teve como objetivo criar mecanismos para incentivar a criação de novos Centros e Diretórios Acadêmicos (CA’s e DA’s) e propiciar a participação direta e ativa do estudante. Existem

Leia mais: <http://br.groups.yahoo.com/group/conedesign/>

duas plenárias oficiais instituídas de acordo com seu novo estatuto: a primeira ocorre no mês de janeiro e a segunda ocorre na metade do ano, durante o N Design. No resto do ano as discussões e informes acontecem na lista nacional aberta a todos os estudantes.

- **R Design:** Em 2002, as lideranças e as então secretarias regionais do CONE Design sentiram a necessidade de criar um evento regional com objetivo e estrutura semelhantes ao N Design, mas buscando valorizar a cultura e o contexto local. Assim nasceram os Encontros Regionais dos Estudantes de Design (R's Design). A divisão dos R's foi feita de acordo com as extintas secretarias existentes no CONE Design, nas seguintes regiões geopolíticas: Sul, São Paulo, Rio de Janeiro/Espírito Santo, Centro-Oeste/Minas Gerais e Norte/Nordeste. Todas estes encontros regionais continuam acontecendo anualmente.
- **Expo Design:** Mostra estudantil realizada anualmente e organizada pelos próprios estudantes, cria a oportunidade dos estudantes de design exporem suas produções acadêmicas em uma mostra aberta ao público, a Expo Design promove e divulga o design brasileiro em formação, apontando tendências e revelando talentos. A intenção é proporcionar o ambiente necessário para que as empresas compreendam os ganhos que o design pode trazer, ao agregar valor a seus produtos e serviços. Sendo assim, a Expo Design contribui para o reconhecimento do valor e da criatividade do design brasileiro. A Expo Design é um evento pensado com uma grande vitrine em prol da valorização e divulgação dos projetos em design, que visa afirmar a importância do design na cultura e economia do país, e mostrar à sociedade uma produção acadêmica que cria a favor da competitividade, diferenciação e inovação dos produtos no mercado.
- **Megafônicas:** Nascido da necessidade de aumentar a comunicação e a integração dos estudantes de Design soteropolitanos, o Sistema Megafônicas, desenvolvido pela então graduanda da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Erica Ribeiro, tornou-se um evento consagrado no espaço estudantil baiano. O Megafônicas é constituído por mesas redondas simultâneas que, através de uma rotina

de rodadas, permite que os participantes discutam sobre diversos assuntos, sempre com um grupo diferente da mesa anterior e assim com referências diferentes, promovendo a construção de conhecimento de forma plural e dinâmica, integrando as mais diferentes classes sociais, étnicas e políticas, num mesmo espaço de debate. Após algumas edições o projeto começou a ser realizado por várias instituições em todo o território nacional.

5.2 BREVE HISTÓRICO DO MEDEDESIGN EM CURITIBA

É na cidade de Curitiba que está sediado o primeiro Centro Acadêmico de Design do Brasil, o CADI da UFPR, fundado e registrado como pessoa jurídica em 1987. Na sequência, o Movimento Estudantil de Design na cidade teve grande ascensão com a organização e realização do 1º Encontro Nacional de Estudantes de Design. Em 1991, estudantes de Desenho Industrial realizaram em Curitiba – Paraná, o 1º N Design.

O encontro foi um marco na história do Design no Brasil, cerca de 700 estudantes de todo país se reuniram no dia 14 de julho de 1991 para o primeiro dia do evento. O principal motivo para se promover o encontro foi a necessidade dos estudantes se articularem, discutirem e trocarem informações atualizadas sobre o design no Brasil.

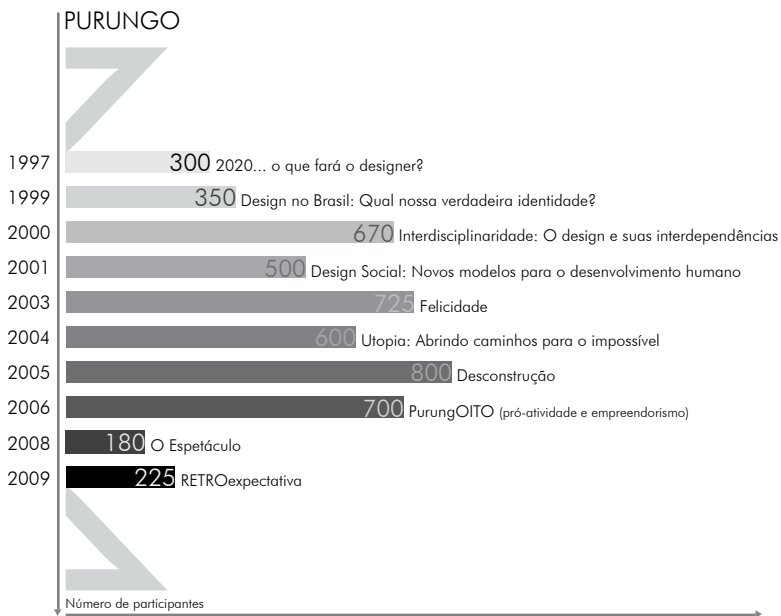
O acontecimento foi muito elogiado por todos e criou-se uma tradição, conjunta com uma necessidade, em realizar anualmente um Encontro Nacional de Estudantes de Design. Após seis edições em outras cidades brasileiras, em 1998, Curitiba realizou o 8º N Design, no qual estudantes da UFPR e PUC-PR se organizaram para receber novamente o evento. Para isso ser possível, já que a quantidade de estudantes crescia a cada encontro, foi necessário a criação de um pré-encontro, o PURUNGO, reunindo estudantes das duas instituições, que desenvolveram atividades e palestras, mostrando que Curitiba teria condições de sediar o 8º N Design.

Ainda em 1998, os estudantes da cidade tiveram participação ativa na regulamentação do CONE Design, assim como participaram novamente de sua reforma, no ano de 2006.

Após o 8º N Design, Curitiba organizou e realizou inúmeros eventos de menor porte, assim como eventos regionais,

a exemplo do R Design Ilha do Mel (2008), organizado pelos estudantes da UTFPR, e manteve o Purungo como um evento de referência. Além disso, os Centros Acadêmicos da cidade têm tradição de levar boa quantidade de participantes aos eventos no Brasil e na América Latina, a exemplo da maior delegação que se tem conhecimento, com mais de 325 participantes levados ao N Design Florianópolis. Nos Centros Acadêmicos curitibanos também destacam-se as organizações de diversas semanas acadêmicas pelos próprios estudantes, como a Charneira (PUC-PR) e o Algures (UTFPR) que reúnem mais de 500 participantes todos os anos, bem como ações rígidas no combate aos problemas encontrados no funcionalismo público. Foi no CADI-UFPR que nasceu o Sistema de Avaliação dos Docentes pelos Discentes de Design, hoje utilizado ou em processo de adaptação em mais de 15 entidades de base de todas as regiões brasileiras. A Pauta Nacional Unificada – PNU, em sua primeira versão, e posteriormente na sua versão aprovada, é outra ação com participação ativa dos representantes da cidade. Curitiba destaca-se também pela realização de diversos congressos científicos nacionais e internacionais de Design nos últimos anos, novamente com a participação ativa dos estudantes na organização e viabilização das atividades acadêmicas relacionadas com um dos 3 pilares da Universidade: a Pesquisa.

Para o ano de 2010 os estudantes da cidade têm agora a possibilidade de aplicar todas estas vivências acumuladas para uma nova meta de grande porte: a pesquisa, organização e realização do 20º N Design, propondo algumas mudanças na estrutura do Encontro.



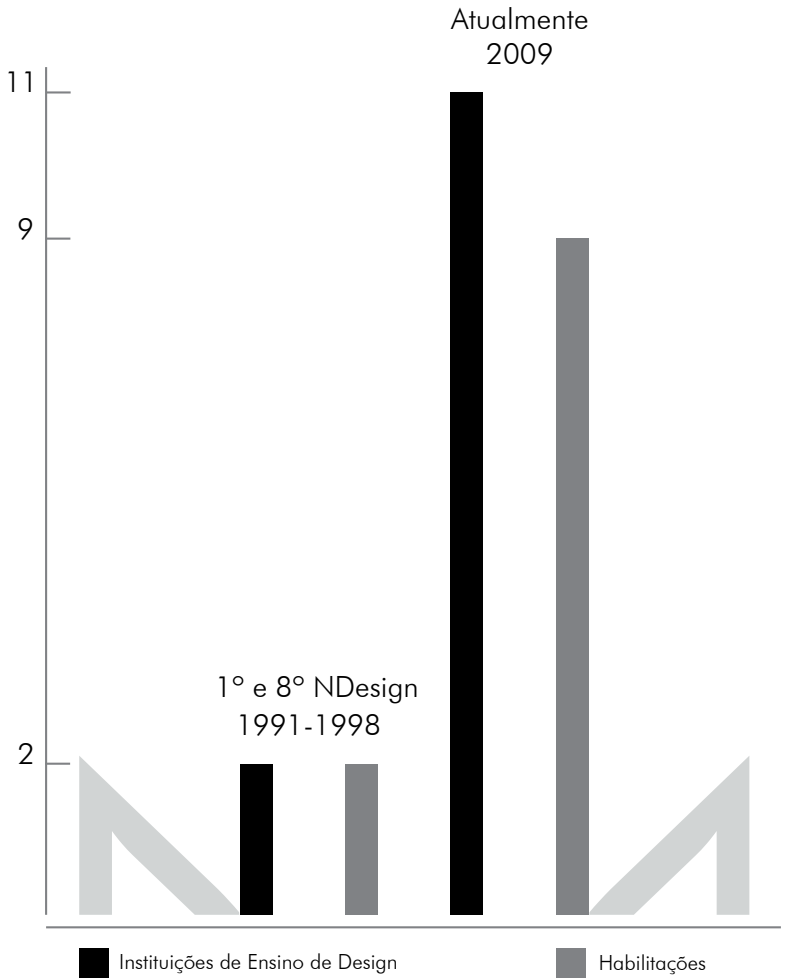
5.3 SOBRE OS CURSOS DE DESIGN EM CURITIBA

Se durante a organização do 1º e do 8º N Design a cidade tinha apenas 2 cursos superiores na área, e apenas 2 habilitações, agora a realidade é bastante distinta. São 11 instituições com cursos de graduação, somando cerca de quatro mil estudantes, distribuídos em 22 cursos com as habilitações de Bacharelado em Design, Design Gráfico, Produto, Móveis, Interiores, Moda, Web, e, as recém lançadas habilitações: Design Digital e Animação. Além destes cursos de graduação e dos diversos cursos técnicos e de especialização Lato Sensu, o Departamento de Design da UFPR possui o Programa de Pós-Graduação em Design, com Mestrado Strictu Sensu e previsão para iniciar o Doutorado em 2011, sendo uma das poucas opções de Pós-Graduação na área em Universidades Públicas brasileiras.

Purungo:

O seu objetivo inicial foi integrar os estudantes de Curitiba para a realização do 8º N Design, mas outras edições do evento foram realizadas nos anos seguintes. Desde então foi oficializado como o principal evento estudantil de design em Curitiba, realizado exclusivamente pelos estudantes e sem vínculos com instituições. Chegou ao ápice de 800 participantes no ano de 2005, ultrapassando a participação do N Design São Luís, realizado no mesmo ano, e reunindo estudantes de diversas regiões além do estado do Paraná. Atualmente com a 10ª edição realizada, é considerado um dos maiores eventos estudantis de design do país, sempre inovando dentro do cenário estudantil de design, através de uma estrutura alheia aos moldes utilizados nos R's Design e no N Design.

www.purungo.org



5.4 SOB O DESIGN EM CURITIBA

Referência no cenário acadêmico e profissional de design no Brasil e no exterior, Curitiba possui diversas instituições, iniciativas e projetos em design. Como um dos destaques pode-se citar o Centro de Design, OSCIP sem fins lucrativos, fundado em 1999 com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento sustentável e para a excelência da indústria brasileira, por meio da pesquisa e disseminação do design, sendo pioneiro na atuação a partir das necessidades do empresariado. Um dos programas de maior destaque é o Design Excellence Brazil, que busca promover o

reconhecimento internacional do design brasileiro e difundir no país uma cultura de produção e exportação de produtos de valor agregado. É uma iniciativa coordenada pelo Centro de Design em conjunto com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

Com diversas empresas voltadas exclusivamente para a produção em design e com destaque no cenário nacional e internacional, podemos citar a Inove, Lúmen Design, Tec Design, Megabox, Desmobilia e Flexiv. Outro destaque é o Centro de Design da Electrolux, instalado em uma de suas indústrias locais e reconhecido no cenário mundial do design.

Referência também na responsabilidade sócioambiental, Curitiba possui diversos projetos e ações voltados ao design sustentável. No ano de 2007 realizou o primeiro Simpósio Internacional de Design Sustentável (ISSD) através de uma parceria entre a FIEP, UFPR, Paraná Metrologia e Masisa, com apoio da AEND Brasil e do Score Network. Possui um Núcleo de Design & Sustentabilidade, com produção científica ativa e referência no cenário Sul-americano em pesquisa sobre sustentabilidade e design. Com diversas iniciativas obtendo destaque em Curitiba, a Unindus (Universidade da Indústria, programa da FIEP) criou o curso de Ecodesign, sendo um passo significativo dentro da capacitação para as indústrias em geral.

Curitiba também abriga a produção das publicações direcionadas ao Design no âmbito nacional, como por exemplo a renomada Revista Gráfica, e a revista ABCDesign, publicada pela Infolio e que retrata o Design nacionalmente.

5.5 SOBREACIDADE DE CURITIBA

Curitiba é uma palavra de origem Guarani: “kur yt yba”, cujo significado na linguagem dos indígenas, primeiros habitantes do território, é “grande quantidade de pinheiros”. A árvore que aqui cresce é a Araucária, ou pinheiro-do-paraná, símbolo do estado paranaense.

Foi no ano de 1693 que tudo começou oficialmente, a importante parada comercial que levava os bandeirantes do caminho do Viamão à São Paulo e Minas Gerais foi reconhecida como vila. A partir de então, a região às margens do rio Atuba

se desenvolveu e passou a desempenhar um papel econômico importante, a exploração do ouro perdeu intensidade e deu lugar a outras atividades como o extrativismo de madeira e erva-mate. Como essas eram atividades que demandavam mão-de-obra, a região tornou-se pólo de grandes imigrações. Para cá vieram: poloneses, alemães, italianos, ucranianos, franceses, ingleses, holandeses, japoneses, judeus e sírio-libaneses. É dessa pluralidade cultural que o atual caráter cosmopolita de Curitiba provém.

Já desde essa época surge a necessidade de um planejamento urbano eficiente que resolvesse a questão do rápido crescimento da cidade. Não é a toa que as “atuais” inovações urbanísticas e os cuidados com o meio ambiente renderam reconhecimento internacional. O Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC) é um dos grandes responsáveis pela elaboração do eficiente sistema de transporte coletivo, da criação da Cidade Industrial e implantação de um grande programa de proteção ao meio ambiente, atingindo ótimos níveis de qualidade de vida para os habitantes.

Ostentando um índice de 55,09 m² de área verde por habitante, programas de educação ambiental e reciclagem do lixo, Curitiba recebeu o título de Capital Ecológica do Brasil.

Apresenta várias faculdades e universidades, bem como uma das pioneiras no Brasil, a Universidade Federal do Paraná (UFPR), fundada em 1912. Ainda na área da educação, outra inovação curitibana são os Faróis do Saber, minibibliotecas que atendem à população. No plano de desenvolvimento da cidade, uma das metas é torná-la um grande Centro de Eventos, Encontros e Congressos na América Latina; a exemplo disso, sediamos COP8 e MOP3 da ONU em 2007. Ainda, o Festival de Teatro de Curitiba criou um período indispensável para a cultura e entretenimento brasileiros estarem reunidos.

É no Centro, local de fundação e área mais movimentada, que se concentra a maior parte das instituições financeiras e do comércio popular, o calçadão da Rua XV é um dos marcos da revolução cultural da cidade, palco aberto de vários artistas de rua que classificam o local como ideal para as suas manifestações, e símbolo da forma de identificação das pessoas com seu espaço coletivo de vida.

06 SOBRE A pré CONDE CURITIBA

A Pré-Comissão Organizadora do N Design - pré-CONDE Curitiba, iniciou-se com um grupo de 15 pessoas ligadas aos Centros Acadêmicos da cidade, além de apoios de fora da cidade e colaboração de professores como Maristela Ono e Naotake Fukushima, coordenador geral do 1º N Design. Durante 45 dias este grupo estruturou o pré-projeto apresentado no CONE de Janeiro de 2009 na cidade de Recife, oficializando a candidatura da cidade. Nos meses seguintes, outras pessoas se somaram à equipe, formando a atual pré-conde, responsável por este projeto de candidatura.

6.1 ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DA pré CONDE CURITIBA

Pensando numa forma de trabalho mais adequada para esta fase, foi proposto um modelo de distribuição de trabalho entre 5 células principais: Comunicação, Conteúdo, Estrutura, Finanças e Relações Públicas. Esta estrutura sofreu algumas alterações, com a transformação da Célula de Comunicação em Marketing, e a criação da Secretaria Geral da Pré-Conde. Cada célula possui um coordenador, responsável por representar o grupo no Conselho de Planejamento, e responsáveis por células. Além das reuniões deste Conselho, que são semanais, acontecem as Reuniões Gerais, atualmente com periodicidade semanal, bem como as reuniões de cada célula, que acontecem com periodicidade e calendário independente. Esta distribuição foi estruturada através da análise de prós e contras de vários modelos adotados por outras comissões organizadoras dos últimos anos.

A opção foi por um sistema que não tivesse decisões centralizadas em apenas uma pessoa, mas sim responsabilidades distribuídas entre todos da equipe, onde os interesses de cada célula são representados pelos seus coordenadores, que possuem direitos iguais em momentos consultivos e deliberativos do Conselho de Planejamento. Os demais

membros da Pré-Conde possuem direito igual de voto em sua Célula e nas Reuniões Gerais.



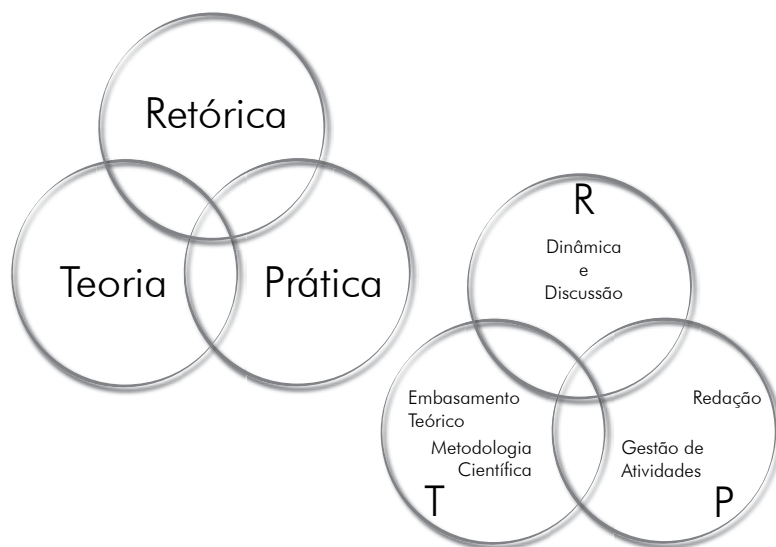
6.1.1 CÉLULA DE CONTEÚDO

A Célula de Conteúdo propõe uma contribuição conjunta por base de geração de ideias através de um embasamento teórico, calcado por um grupo de discussão sobre temas centrais de pesquisa científica e sugestões de leitura. Deste modo, o conceito e o formato do evento estarão sempre relacionados às atividades propostas pelos encontristas e pela própria Comissão Organizadora, evitando o desfoque do projeto quanto ao Encontro na prática. É a base para formar um plano sólido com o auxílio de um cronograma, sendo este revisado em toda reunião presencial.

Sua evolução sempre irá depender do contexto interno e externo da Comissão Organizadora, considerando os assuntos abordados. As produções textuais e os conceitos, por sua vez, se comunicam externamente por meio de atividades ligadas ao público, além de produções para mídias diversas em conjunto com outras células. Internamente, há filtragem por opiniões e discussões constantes até a publicação final por rede de contatos e serviços da internet.

O funcionamento subdivide-se em três ciclos chave:

- **Teoria:** Embasamento Teórico; Metodologia Científica;
- **Retórica:** Dinâmica de grupo; Discussão;
- **Prática** (execução): Redação; Gestão das atividades.



Célula de Conteúdo

Os ciclos citados referem-se ao mecanismo em que surgem cinco segmentos, ou seja, as cinco subcélulas:

a) Embasamento Teórico: grupo responsável por pesquisar fontes e referências úteis ao projeto do evento. *Pesquisa e filtragem.*

b) Metodologia Científica: responsável pelo registro e arquivamento de tudo o que for produzido dentro da célula

Em *Itálico:*
palavras-chave.

de Conteúdo e adequação ao método científico. *Pesquisa e arquivamento.*

c) Dinâmica e discussão: debate acima do contexto e das referências utilizadas. *Colaboração, mediação e anotação.*

d) Redação: grupo encarregado pela elaboração de todo e qualquer texto solicitado pela Pré-Conde Curitiba. *Articulação, redação e revisão.*

e) Gestão das atividades: planeja e define tudo que possa ser promovido antes, durante ou depois do N Design Curitiba, como palestras, oficinas, balaios, repentinas, festas, etc. Ressalta-se que não cabe a esta célula decidir quais as atividades que realmente irão acontecer, mas cabe a ela elaborá-la de acordo com a proposta conceitual. *Idealização, organização e relato.*

6.1.2 CÉLULA DE MARKETING

Oriunda da extinta célula de Comunicação, a célula de Marketing foi criada com o objetivo de coordenar a criação, a promoção do evento e os registros da organização. Segundo a nova definição de 2005 da AMA – American Marketing Association, marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado. É através desta célula que a Pré-CONDe terá um planejamento estratégico da comunicação da organização perante a sociedade, os estudantes, as entidades apoiadoras e os patrocinadores.

A célula de marketing possui três grandes divisões:

a) Promoção: A subcélula de promoção possui o objetivo de promover de forma qualitativa o evento, agregando tanto a promoção externa como a interna. A função de promoção externa se equipara à assessoria de imprensa, buscando promover o evento dentro dos meios tradicionais e não tradicionais de comunicação. Ela ainda busca promover também parcerias entre a pré-CONDe e outras instituições,

<http://www.marketingpower.com>

marketing@ndesignimersao.com

a fim de apoiar possíveis eventos relacionados ao design e ao meio acadêmico na divulgação destes. Dentro desta subdivisão, existe o interesse em desenvolver a imagem do evento para que ele seja reconhecido dentro da sociedade pela sua contribuição para a categoria profissional e o seu potencial construtivo. Isto visaria solucionar em partes a quarta hipótese apresentada neste projeto: “os escassos registros dos eventos e da história do ME de Design incorre na desvalorização e perda de identidade dos mesmos”.

A função de promoção interna busca criar meios de integração entre os participantes da pré-CONDe, bem como seu desenvolvimento pessoal e sua capacitação para a realização do 20° N Design. Estas ações poderão ser abertas ao meio acadêmico de Design para os interessados.

b) Criação: Esta subcélula, oriunda da subcélula de Comunicação Visual, continua responsável pelo desenvolvimento da identidade visual do evento e a produção dos materiais necessários para a divulgação e a realização do 20° N Design. Com uma forte ligação com a célula de Conteúdo, desenvolve a identidade visual e todo o material gráfico baseado nas referências utilizadas e nos estudos realizados.

c) Registro: Decorrente dos problemas analisados na quarta hipótese, observou-se a necessidade da criação de uma subcélula diretamente responsável aos registros ligados ao desenvolvimento do N Design.



Célula de Marketing

Esta célula possuía outra denominação inicialmente. A antiga célula de Comunicação possuía uma organização diferente da atual Marketing. Dentre algumas funções adicionais, a comunicação interna agregava o registro de atas e o fluxo interno de informações. Estas funções adicionais acabaram dificultando o andamento da célula, acarretando na sua mudança estrutural e na criação do cargo de Secretária Geral. Esta nova função, independente das células, cumpriria a função do registro das atas das reuniões de Planejamento e também do fluxo interno das informações, tornando-se o fator de coesão entre a organização como um todo.

6.1.3 CÉLULA DE RELAÇÕES PÚBLICAS

A Célula de Relações Públicas tem uma função de fomento ao Movimento Estudantil, e avalia as atitudes públicas, identifica as diretrizes e a conduta individual ou da organização na busca do interesse da Pré-Conde, além de planejar e executar um programa de ações para conquistar a compreensão e a aceitação pública.

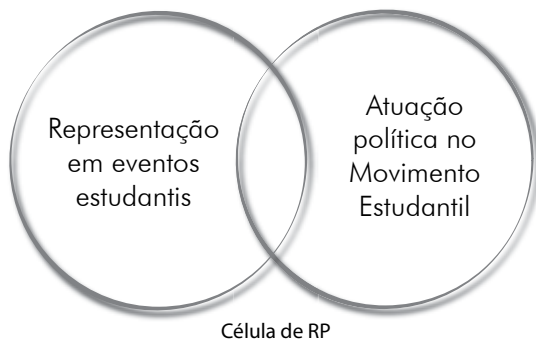
A finalidade desta célula é planejar, implantar e desenvolver a relação e a comunicação interpessoal da Pré-Conde com seus diferentes públicos e mediar todos os seus relacionamentos. A célula busca despertar no público credibilidade e boa vontade para com o Movimento Estudantil.

A célula de Relações Públicas coordena duas frentes de trabalho: representação em eventos estudantis e atuando politicamente no ME, organizando com os coordenadores de curso, líderes, estudantes e entidades de base, palestras e atividades a fim de fomentar discussões sobre o âmbito político-estudantil e através destas também divulgar o N Design, e outros eventos.

A célula de Relações Públicas atua:

- planejando e executando ações em prol do Movimento Estudantil;
- realizando a consultoria externa de Relações Públicas junto a dirigentes de instituições;
- informando a opinião pública sobre os nossos objetivos;
- promovendo maior integração da Pré-Conde na comunidade;
- orientando os membros da Pré-Conde na conduta diante da comunidade;

O estudante precisa conhecer para participar. A célula objetiva mostrar a importância da participação no Movimento Estudantil, organização através das entidades de base e atuação como líderes em suas instituições, assim como a relevância dos eventos e a atuação do encontrista.



6.1.4 CÉLULA DE FINANÇAS

A Célula de Finanças é responsável pela gestão jurídico-financeira. A principal função é conciliar a viabilidade do evento, qualidade e o menor custo possível para os encontristas, oficinairos, gestores e demais participantes do evento, de forma transparente.

Visando melhor controle e organização das atividades desenvolvidas, a célula se divide internamente em quatro subcélulas:

a) Tesouraria: responsável por fazer a contabilidade, o registro e a prestação de contas antes, durante e depois do evento. Recebimento de orçamentos de outras células, negociação e fechamento.

b) Bazar: venda dos produtos, organização e controle de estoque do bazar.

c) Captação de Recursos: elaboração do Projeto de Patrocínio do N2010, Cartas de Patrocínio, acompanhamento de editais e fomento à pesquisa, arrecadação e negociação de patrocínios, parcerias e apoios.

d) Assessoria Jurídica: Redação, revisão e fechamento de contratos e termos de compromisso, suporte para assuntos jurídicos.

financeiro@
ndesignimersao.
com

bazar@
ndesignimersao.
com



6.1.5 CÉLULA DE ESTRUTURA

A célula de Estrutura é responsável pela concretização da proposta física e temática, e possibilita que os objetivos do evento sejam alcançados. Visando a organização e melhores resultados, a célula de estrutura foi dividida em uma secretaria e três subcélulas:

a) Secretaria: organiza o conteúdo passado pelas subcélulas, além de realizar os orçamentos da célula.

b) Estrutura Física: local do evento e das partes que envolvem a organização do espaço físico interno e externo, considerando a redução do impacto ambiental.

c) Logística: coordenação da armazenagem e movimentação, tanto dos envolvidos no evento quanto dos materiais que os envolvem.

d) Serviços: gerenciamento dos serviços terceirizados necessários à realização do evento, tais como: alimentação, segurança, saúde, limpeza, comunicação interna, sinalização e tecnologia.

6.1.6 CONSELHO DE PLANEJAMENTO

O Conselho de Planejamento é o órgão responsável pela estratégia do projeto e da equipe como um todo. É neste espaço que são discutidos e definidos cronogramas gerais, planejadas as reuniões gerais e de imersão, e analisado o andamento das atividades. Em caso de qualquer situação emergencial ou não prevista anteriormente, é o responsável pela resolução imediata (se necessário) ou redação de proposta a ser enviada para a Reunião Geral.

Ao todo são cinco votos, um para cada célula, sendo que estas são representadas através de seus coordenadores, desta maneira compondo o colegiado com direito a voz e voto. Os coordenadores de subcélula e o secretário geral tem o direito de voz, mas não de voto, e os demais integrantes da Pré-Conde, assim como pessoas externas ao grupo, poderão ser convidados a participação, de acordo com a necessidade da pauta. Todos do grupo podem solicitar pontos de inclusão de pauta, ou direito a participação, e tem acesso aos resultados das reuniões, que são divulgados na forma de ata.

6.1.7 SECRETARIA GERAL

A Secretaria Geral da Pré-Conde é o órgão responsável pela organização e comunicação interna da equipe. Possui as seguintes responsabilidades: Controle de agenda interna, agendamento e convocatórias de reuniões (com exceção das reuniões de células), lembretes de responsabilidades assumidas no Conselho de Planejamento, recebimento de sugestões de pauta, redação e repasse das atas das reuniões de Conselho de Planejamento, recebimento, resposta e repasse de informações do e-mail geral <contato@ndesignimersao.com>. É ainda responsável pelo gerenciamento da lista de discussão, disponibilização e compartilhamento de textos gerais para trabalhos *on-line*, e pela gestão dos dados dos integrantes da equipe.

Criada a partir de uma necessidade percebida no desenvolvimento do trabalho, atua desde o início de maio de 2009, tendo começado as suas atividades através da reorganização interna, implementando o cadastro dos integrantes da equipe, onde todos os participantes responderam um formulário com

50 questões, fornecendo seus dados de contato, preferências, histórico de atividades, hábitos, rotina e opiniões sobre o pré-projeto e a equipe. Desta forma foi traçado um perfil do grupo, que facilita os contatos e agendamentos, e auxilia em momentos de tomada de decisão.

6.2 ORGANIZAÇÃO DOS ESPAÇOS COLETIVOS DE TRABALHO

A seguir um breve resumo sobre os diversos espaços coletivos de trabalho utilizados.

6.2.1 REUNIÕES DE CÉLULA

Realizadas com calendários próprios e periodicidade variável, conforme definido em cada célula. Tem função consultiva, deliberativa e executiva em itens relacionados a atividade específica de cada célula.

6.2.2 REUNIÕES GERAIS

Atualmente são realizadas semanalmente e objetivam a atualização do grupo sobre o andamento dos trabalhos em cada célula, através da apresentação e discussão de resultados e propostas, e a execução de atividades coletivas. É o principal espaço de recepção de interessados em somar-se à equipe.

6.2.3 REUNIÕES DE CONSELHO DE PLANEJAMENTO

As Reuniões Ordinárias do Conselho de Planejamento tem periodicidade semanal. É o espaço para o planejamento estratégico do projeto, onde participam todos os coordenadores de célula, com direito a voz e voto, e, o secretário, coordenadores de subcélula e convidados, com direito a voz. É um espaço consultivo e deliberativo, onde é necessária a maioria simples dos votantes presentes para a aprovação de qualquer encaminhamento. Eventualmente são necessárias Reuniões Extraordinárias, onde o caráter pode ser também executivo, ou decisões ad referendum, em caso de situações emergenciais. Em qualquer uma das situações acima a responsabilidade sempre está igualmente dividida entre todas as células, através de seus representantes.

Cada célula possui uma lista de discussão interna, onde agrega seus integrantes e colaboradores internos ou externos da Pré-Conde.

A Pré-Conde possui uma lista de discussão geral, onde participam todos os integrantes cadastrados. É o principal espaço para manter informes, discussões e ações além dos limites das reuniões.

6.2.4 REUNIÕES DE IMERSÃO

São espaços diferenciados que visam sobretudo a integração da equipe e longos brainstormings para construção do projeto. Estas reuniões não possuem periodicidade fixa, pois são realizadas de acordo com a demanda, geralmente associadas a momentos de início ou finalização de etapas importantes do projeto. As Reuniões de Imersão acontecem geralmente em um final de semana, em locais afastados, comumente fora de Curitiba, e os membros participam de atividades que ocupam praticamente as 24hs do dia, algo que só é possível devido a concentração exclusiva da equipe no projeto. Além disso, ocorrem dinâmicas de grupo, performances musicais e artísticas dos integrantes, cozinha coletiva e alojamento comunitário, desta forma fortalecendo os laços de amizade, consciência e comprometimento do grupo.

Apesar da quantidade de espaços presenciais, os trabalhos online ocupam praticamente todos os dias de um membro da Pré-Conde Curitiba. Nesse sentido adotou-se a tecnologia Google Docs para compartilhamento e trabalho coletivo simultâneo nos textos em andamento. Todos tem acesso e podem colaborar com sua opinião sobre o que qualquer outro escreveu, ou ainda adicionar novos trechos. Essa foi a forma encontrada para possibilitar o anseio de inclusão, e também para possibilitar um desenvolvimento mais ágil e centralizado das ações e textos necessários.

07 PROBLEMAS

De acordo com as inquietações motivadoras deste pré-projeto, optou-se pela abordagem dos três problemas a seguir.

7.1 DISPERSÃO DOS ESTUDANTES NOS EVENTOS DE DESIGN

É perceptível que uma significativa parcela dos estudantes encontra-se dispersa nos eventos de design. Objetiva-se investigar o fundamento lógico de sua dispersão e os fatores pelos quais esses conflitos de interesse são gerados, a fim de reconstruir o conceito de evento no movimento estudantil, aliando as aspirações individuais em prol do coletivo.

7.2 SUPERFICIALIDADE DE ALGUNS MÉTODOS APLICADOS EM EVENTOS DE DESIGN

Percebe-se a falta de foco dos estudantes nos eventos. Sua atitude dispersa, não revelada apenas nos encontros, mas também enquanto cidadão, com ações políticas e sociais alienadas e a aparente falta de interesse nas questões, abrangem o movimento estudantil. Nota-se a falta de atividades que priorizem a formação crítica do indivíduo, bem como a estrutura das mesmas.

7.3 DESVALORIZAÇÃO DE SOLUÇÕES COLETIVAS

Mesmo com as diversas iniciativas objetivando a formação da consciência coletiva, observa-se na maioria dos estudantes a desvalorização de soluções conjuntas. Dentro dos eventos de Design, a estrutura proposta não tem sido suficiente para proporcionar um ambiente de fomento à troca e utilização de experiências, sendo que ainda é possível perceber que boa parte dos encontros cede horários nobres para realização de atividades que estimulam o desenvolvimento individual

dissociado do desenvolvimento coletivo. Esta prática é também corriqueiramente observada nos métodos didático-pedagógicos postos em prática nas Universidades, que acabam por formar um profissional, porém dificilmente um cidadão.

08 PROBLEMATIZAÇÃO

Para efeitos da pesquisa a ser desenvolvida, foram formuladas algumas hipóteses, a seguir relacionadas.

HIPÓTESE 1: A forma superficial como a informação é transmitida na sociedade, a exemplo dos meios de comunicação em massa e da educação, não favorece a formação do indivíduo crítico.

A superficialidade das informações transmitidas para a sociedade não favorece a formação do indivíduo crítico. Na educação, muitas vezes o conhecimento é transmitido de maneira superficial e acrítica, prejudicando a formação do cidadão, e para os meios de comunicação em massa, é vantajoso manter o ser humano raso, pois, em se tratando de relações de poder, esse tipo de indivíduo é mais facilmente manipulável.

HIPÓTESE 02: A falta de interesses comuns gera conflitos e consequentemente o enfraquecimento da coesão dos estudantes.

Os indivíduos se articulam mais facilmente através da percepção de pontos de semelhança entre uma verdade interna e outra externa, proposta por um grupo ou outro indivíduo. A não detecção destes pontos ocasiona a perda de coesão de um grupo, pois as pessoas não se motivam a trabalhar por verdades puramente deliberadas de fora para dentro, mas sim por ideais coletivos que tenham um elo com suas afirmações e aspirações internas.

HIPÓTESE 03: Algumas formas de interação propostas priorizam interesses individuais ao invés da construção coletiva.

Através das atividades propostas, estrutura e abordagem, construídas empiricamente, muitas vezes observa-se como consequência a priorização do participante por atividades

individualistas, sendo esta geralmente uma decisão inconsciente. Com este distanciamento, o indivíduo não constrói em prol do coletivo, evitando assim uma evolução social. Além disso, a indústria cultural promove um falso individualismo, criando a competição, para incentivar a circulação de capital, fato que também é refletido nos eventos.

HIPÓTESE 04: Os escassos registros dos eventos na história do ME de Design incorrem na desvalorização e perda de identidade dos mesmos.

A falta de registro contínuo, ou a não valorização da história e evolução do Movimento Estudantil de Design, promovem a falta de interesse na promoção de aprimoramentos para os mesmos. Outra consequência é o risco de se repetir erros cometidos anteriormente. Se quem não conhece a própria história não conhece a si mesmo, ainda há o risco do ME perder a própria identidade em decorrência destes fatores.

09 ANÁLISE DAS HIPÓTESES

Neste item será realizada uma análise detalhada das quatro hipóteses já apresentadas, por sua vez relacionadas com os problemas a serem abordados.

9.1 HIPÓTESE 01

A forma superficial como a informação é transmitida na sociedade, a exemplo dos meios de comunicação em massa e da educação, não favorece a formação do indivíduo crítico.

Uma visão cínica das realidades humanas poderia levar à negação da riqueza e da complexidade dos meios de comunicação. Esta visão implica em ver como método principal apenas a utilização da sedução e, depois dela, o uso de puras relações de poder. Se esta tendência existe, não significa que ela constitui a “natureza” do homem contemporâneo ou que nós sejamos condenados a ela. Ao menos, não será este o ponto de vista adotado neste pré-projeto.

Entretanto, sabe-se que Horkheimer, Adorno, Marcuse, Walter Benjamin e outros filósofos fundadores da “Escola de Frankfurt” criaram o conceito de “Indústria Cultural” para definir a conversão da cultura em mercadoria. O conceito não se refere aos veículos (televisão, jornais, rádio...), mas ao uso dessas tecnologias por parte de uma suposta classe dominante. A produção cultural e intelectual estaria, deste modo, sendo guiada restritamente pela possibilidade de consumo mercadológico. Visto isso, ressalta-se que o foco aqui abordado se refere especificamente à facilidade de acesso à informação, em contraposição à superficialidade desta mesma informação facilmente acessada.

“Parece que enquanto o conhecimento técnico expande o horizonte da atividade e do pensamento humanos, a autonomia do homem enquanto indivíduo, a sua capacidade de opor resistência ao crescente mecanismo de manipulação das massas, o seu poder de imaginação e o seu juízo independente sofreram aparentemente uma redução. O avanço dos recursos técnicos de informação se acompanha de um processo de desumanização. Assim, o progresso ameaça anular o que se supõe ser o seu próprio objetivo: a ideia de homem.”

(HORKHEIMER, 1976.)

Observa-se na Teoria da Crítica Social, fundamentada na Escola de Frankfurt, que tanto o conhecimento quanto a própria “falsa sensação de liberdade individual” enaltecem a inevitável instrumentalização das relações humanas das sociedades contemporâneas. Tal raciocínio é levado adiante posteriormente pelo teórico e historiador Michel Foucault, ressaltando a ideia de que o excesso de informação impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e decidir conscientemente. Para Foucault, o saber está essencialmente ligado à questão do poder, a partir da idade clássica, por meio do discurso da racionalidade - a separação entre o científico e o não científico - efetua-se uma ordenação geral dos indivíduos, passando ao mesmo tempo por uma forma de governo e por procedimentos disciplinares. A “disciplinarização” do mundo por meio da produção de saberes locais corresponde à “disciplinarização” do próprio poder: na verdade, o poder disciplinar, “para exercer-se nesses mecanismos sutis, é obrigado a formar, organizar e pôr em circulação um saber, ou melhor, aparelhos de saber” (FOUCAULT, Michel. Michel Foucault Philosophe, 1989.), ou seja, instrumentos efetivos de acúmulo do saber, de técnicas de arquivamento, de conservação e registro, de métodos de investigação e de pesquisa, de aparelhos de verificação, etc. Ora, o poder não pode disciplinar os indivíduos sem produzir igualmente, a partir deles e sobre eles, um discurso de saber que os objetiva e antecipa toda experiência de subjetivação.

A articulação poder/saber(es) é, portanto, dupla: “poder de extrair dos indivíduos um saber, e de extrair um saber

sobre esses indivíduos submetidos ao olhar e já controlados” (FOUCAULT, Michel. *Le vérité et les formes juridiques*, 1976). Trata-se, por consequência, de analisar não somente a maneira pela qual os indivíduos tornam-se sujeitos de governo e objetos de conhecimento, mas também a maneira pela qual acaba-se por exigir que os sujeitos produzam um discurso sobre si mesmos, a fim de fazer da própria vida, tornada objeto de múltiplos saberes, o campo de aplicação de um poder controlador.

A transformação dos procedimentos de saber acompanha as grandes mutações das sociedades ocidentais: é assim que Foucault é levado a identificar diferentes formas de “poder-saber” que se sucedem na história ocidental: “medida” (ligada à constituição da cidade grega), “inquirição” (ligada à formação do Estado medieval) e sobre o “exame” (ligado aos sistemas de controle, de gestão e de exclusão próprios das sociedades industriais). A forma do “exame”, além de ser o modo de controle sob o qual a sociedade contemporânea está inserida, é central nas análises que Foucault consagra ao nascimento da governamentalidade e do controle social: ela implica em um tipo de poder essencialmente administrativo que “impôs ao saber a forma do conhecimento: um sujeito soberano tendo a função de universalidade e um objeto de conhecimento que deve ser reconhecível por todos como já estando ali” (FOUCAULT, Michel. *La maison des fous*, 1975.). O paradoxo encerra precisamente o fato de que não se trata, na verdade, de modificações do saber de um sujeito do conhecimento que seria afetado pelas transformações da informação, mas de formas de poder-saber que, funcionando no nível da informação, dão lugar à relação do conhecimento histórico determinado que se fundou sobre o par sujeito-objeto, ou de modo mais objetivo, “conhecedor” e “ser-informado”.

Visto isso, deve-se considerar a afirmação de Foucault de que não percebemos o poderio controlador das informações, lutamos para ter acesso aos objetos, porém não lutamos pelo direito de acesso tanto aos conhecimentos primários, como as pesquisas científicas, nem pelo direito de decidir seu modo de inserção na vida econômica e política de uma sociedade. Para a teórica Marilena Chauí, o “Ideal Científico” é definido como a confiança que a cultura ocidental deposita na razão como capacidade para conhecer a realidade. É a partir desta ilusão da

neutralidade científica que, segundo Marilena Chaui, surge o fenômeno social denominado “Cientificismo”: crença de que a ciência pode e deve conhecer tudo, confiança no progresso e na evolução dos conhecimentos que, um dia, explicarão totalmente a realidade e permitirão manipulá-la tecnicamente, sem limites para a ação humana. Chaui chega a descrever como se fosse uma “mitologia moderna”, que se configura pela “magia” e poderio ilimitado da ciência sobre as coisas e os homens, como uma religião, com verdades atemporais, absolutas e inquestionáveis. Tal “mitologia” configura a ideia de que existem os seres competentes, que têm o direito de mandar e de exercer poderes, e os incompetentes, que devem obedecer e serem mandados. Isso ocorre, para Marilena Chaui, simplesmente porque as pessoas encaram a ciência pelo prisma dos resultados e não pelo desenvolvimento científico. No entanto, a autora apela para a consideração de que hoje é mínimo ou quase inexistente o grau de neutralidade e de liberdade dos cientistas, já que o uso das ciências define os recursos financeiros que nelas serão investidos. Quando o cientista escolhe uma certa definição de seu objeto, opta por um determinado método e espera obter certos resultados. Portanto, sua atividade não é neutra, nem imparcial. Atualmente os cientistas trabalham coletivamente e as pesquisas são financiadas pelo Estado, empresas privadas ou ambos. Retomando o foco da superficialidade das informações, a maioria das informações e conhecimentos, resultantes das pesquisas científicas, que usamos em nosso cotidiano possui origem em investigações militares e estratégicas, competições econômicas e competições políticas.

Por fim, vimos que a crítica social frankfurtiana descreve a racionalidade ocidental como instrumentalização da razão. A razão iluminista pregava que conhecer é dominar e controlar a natureza e os seres humanos. Nesta perspectiva, a ciência vai deixando de ser uma forma de acesso aos conhecimentos verdadeiros para se tornar um instrumento de dominação, poder e exploração. Todavia, Chaui afirma que devemos distinguir entre o momento da investigação científica e o da ideologização – mitologização de uma ciência. A autora também ressalta que, atualmente, o uso das informações é definido antes do início das próprias pesquisas e fora do controle que a sociedade poderia exercer sobre ele.

Retoma-se que, para Foucault, a gestão da informação que se configura hoje é um instrumento de manipulação denominado “exame”, próprio das sociedades industriais. O excesso de informação sobrepõe-se às informações essenciais, eliminando assim uma hierarquia de valores entre todas as informações. O interesse dos meios de comunicação em massa é, desta maneira, controlar o indivíduo através de uma “poluição” de informações superficiais. Em se tratando de relações de poder, pode-se considerar, portanto, que o indivíduo raso é mais facilmente manipulável. Para Popper, o pensamento crítico não é somente um ideal básico da educação, mas parte essencial da atividade intelectual consciente. Na Filosofia das Ideias, Popper considera que “o ato de criticar e a discussão crítica são nossos únicos meios de aproximação da verdade”. Logo, a ciência se diferencia da pseudo ciência não por fornecer certezas, mas por sua abertura à críticas e até mesmo refutações.

9.2 HIPÓTESE 02

A falta de interesses comuns gera conflitos e consequentemente o enfraquecimento da coesão dos estudantes.

O objetivo de um encontro nacional de estudantes é, sobre todas as circunstâncias, obter uma coesão entre os estudantes por meio do público participante. Para isso, cada encontro oferece um intuito específico, como um tema, uma prerrogativa ou um questionamento, pretendendo que o público integre e partilhe a ideia colocada em questão. Tal processo, simplificado aqui ao extremo, é mais interativo do que se possa imaginar e ao longo dele, a opinião se transporta, em seu sentido estritamente inicial, para uma nova ideia, como um resultado naturalmente dialético e hermenêutico. Esta transformação desejada pode fracassar, pelo menos por duas razões segundo o teórico linguista Ludwig Wittgenstein (adaptado): se o contexto não está adequado/preparado e, neste caso, não há lugar para a ideia proposta; ou se o contexto é apropriado, mas nenhuma ligação foi estabelecida entre a ideia proposta e o próprio contexto. Ressalta-se que, dentre muitos outros fatores, os diversos interesses do público também constituem o contexto

aqui referido. E é restritamente este o principal fator que torna o contexto, quando não analisado, prejudicial ao objetivo pré-estabelecido, fato este que se tem observado nos últimos encontros nacionais de estudantes de design.

O primeiro objetivo do evento é, portanto, analisar os diversos interesses do público envolvido para então reconhecer um elo que envolva a maior parte deste público. É uma tarefa nada simples, mas é apenas depois disso que se deve introduzir a prerrogativa do intuito do evento. Esta definição implica em que se veja cada evento como particular. Trata-se de argumentos para um público específico e um contexto específico, que acaba tornando a organização de um encontro de estudantes algo tão delicado, além de definir o êxito ou o fracasso do mesmo. Dentre os eventos mais complexos e delicados de se organizar, pode-se eleger a guerra como o principal. Talvez seja por isso que muitos administradores de grandes empresas, políticos influentes ou mesmo líderes populares estudem o famoso livro "A arte da Guerra", de Sun Tzu. Um dos principais estratagemas propostos pelo autor é conhecer muito bem os dois lados: você mesmo e o seu inimigo, principalmente sua história e suas pretensões. Evidente que se trata apenas de uma metáfora para nós, afinal jamais pode-se tratar o público de um evento como inimigo. Logo, pode-se considerar a estrutura do N Design como você mesmo e as suas "armas" disponíveis para atuação, e o inimigo como sendo a dispersão gerada conscientemente pelos setores dominantes da sociedade, conforme apresentado na Hipótese anterior. Mas, o ponto onde queremos chegar é que, segundo o próprio Sun Tzu, aquele que sabe manter seus superiores e subordinados unidos de acordo com seus interesses consegue melhor administrar um exército, procurando assim evitar dúvidas e desentendimentos entre oficiais e soldados (TZU, Sun. "A Arte da Guerra"- Tradução de Sueli Barros Cassal, 2000). Ou seja, a geração do conflito interno promove o enfraquecimento de qualquer grupo que depende da interação mútua. Isso confirma, portanto, que a hipótese de que "a falta de interesses comuns gera conflitos e conseqüentemente o enfraquecimento da coesão dos estudantes" pode ser verdadeira.

No entanto, para comprová-la de fato, é preciso analisar cautelosamente os mecanismos do movimento estudantil. Antes

de mais nada, o movimento estudantil por si só não é deliberativo. Não cabe às organizações estudantis tomar decisões sozinhas. Geralmente o que coletivo dos estudantes precisa realizar será feito através de consenso não votado ou de subgrupos (que tem suas próprias vias de decisão). Consenso não votado significa que algumas coisas não precisam ser discutidas. Algumas coisas são simplesmente óbvias. A chuva não cai pra cima. Esse nível primário de entendimento compartilhado será tão mais útil quanto mais os indivíduos do grupo tiverem características em comum.

Essa forma de trabalho não vai gerar unanimidade sobre as “grandes questões”, mas ela sempre pode encontrar formas de ação que não dependam de uma interpretação única. A opinião de um estudante é sempre tão válida quanto a de qualquer outro. A organização estudantil sozinha não é validadora. A instituição não torna válidas ideias e ações que não seriam válidas por si mesmas. Uma ideia verdadeira não se torna mais verdadeira quando 50%+1 concordam com ela, apenas foi deliberada assim, mas se não for verdadeira e bem estruturada, não será colocada em prática pelo coletivo dos estudantes e vale lembrar que sem ação não há representação.

Infelizmente isso é um problema difícil de analisar, pois envolve não só os representantes e líderes estudantis, mas também organizadores, como os próprios estudantes de diferentes realidades. Como é sempre o indivíduo que “faz” qualquer coisa, uma política não deliberativa obtém resultados com menos burocracia, assim tornando ainda maior o desafio de criar mecanismos executivos através do coletivo dos estudantes, materializando as propostas votadas. O objetivo de um encontro nacional, diante do movimento estudantil, é a articulação, pura e simplesmente. Isso significa fazer com que o grupo de estudantes funcione como um grupo integrado ao invés de indivíduos isolados. Evita-se relações de dominação entre o grupo e o indivíduo. Qualquer um tem o direito de discordar de algo proposto, mesmo que este alguém faça parte daqueles que estão propondo. Deste modo, ninguém se torna empregado desse grupo e nem pode utilizar sua opinião particular de forma imperativa. Quando não há “representação” envolvida, os líderes têm poder por eles mesmos, ao invés de serem vistos como canais para o poder do grupo. Isso significa que a organização

não é perfeitamente igualitária, mas também que o esforço de equalizar é mantido continuamente. Esse esforço vem tanto dos líderes tentarem compreender o que os outros pensam quanto do surgimento de novos líderes.

A hierarquia de uma Comissão Organizadora do N Design (Conde) tem a mesma forma, mas funciona como mecanismo de comunicação. São as pessoas que podem se utilizar de um processo histórico de construção de entendimento mútuo. É importante lembrar que articulação é muito mais que comunicação. A construção do grupo é um ritual complexo, é o aprendizado de um grupo em agir junto. O encontro nacional de estudantes deve fornecer não apenas um espaço onde isso pode acontecer adequadamente, mas também uma tradição que facilite o processo. É quase uma cultura do grupo, um conjunto de ideias, expressões, normas e jogos que permite aos componentes interagir de formas frutíferas. Essa tradição certamente vai muito além das regras formais estabelecidas em reuniões ou textos como este. Ela inclui piadas, festas, conversas produtivas, conversas inúteis. E isso tudo também ajuda o grupo a trabalhar e a conseguir coisas - e é especificamente esta a conexão que é bem difícil de ver. Certamente é um dos recursos mais importantes que um grupo pode ter. Por exemplo, querer que todas as pessoas expressem suas opiniões sobre cada assunto não só é uma perda de tempo como também é tedioso ao extremo. Num grande auditório com milhares de pessoas, a opinião de cada um é pouquíssimo relevante. No entanto, se ao invés disso houverem vários pequenos grupos discutindo ideias diferentes, e níveis (preferencialmente vários) de liderança que não só discutem suas próprias questões mas também são informados do que os outros pensam, as melhores ideias vão sendo cada vez mais ouvidas, não só dentro da hierarquia mas em todo o grupo. Neste processo, as pessoas com interesses comuns vão se encontrando e começam a trabalhar juntas, assim como na proposição dos Balaios, feita para o 17. N Design.

Voltando à hipótese da falta de interesse, antes de sucumbirmos a esta tentação interminável de analisar o movimento estudantil, fato é que a dispersão ocorre e dificilmente haverá motivos em comum entre todas as pessoas envolvidas em um determinado evento. Entretanto, podemos examinar algumas boas razões que nos levam a aderir às

premissas de uma argumentação. Segundo o teórico Philippe Breton, tais razões podem ser de três ordens: a ressonância, a curiosidade e o interesse. Uma nova apresentação dos fatos pode entrar em ressonância com nossa visão mais geral do mundo, mesmo que ela apareça dotada de um certo coeficiente de novidade. Esta é a “ressonância” que tornará esta nova apresentação aceitável, sem outra conotação e com o sentimento de evidência imediata. Uma prerrogativa que se apoia em valores é um bom exemplo dos efeitos da ressonância. Por exemplo, pode-se convencer mais facilmente um homem de esquerda, preocupado com a igualdade, que a divisão das tarefas domésticas entre ele e sua mulher é necessária apoiando-se justamente no valor da igualdade. Será preciso, neste caso, que a montagem argumentativa consiga evidenciar a ressonância da igualdade do homem e da mulher com o princípio geral de igualdade, quando na verdade a prerrogativa se configura estritamente no “papel do homem nas tarefas domésticas”. A respeito deste tema, Chaim Perelman evoca a “inércia psíquica e social”, complemento, segundo ele, da inércia ideológica. Devemos justificar bem mais as nossas mudanças do que nossas permanências, nossas rupturas de conduta do que nossos hábitos. Como observam os célebres psicólogos Joule e Beauvois: “Na realidade, a inércia permite que contemos com o normal, o habitual, o real, o atual, e que o valorizemos. Quer se trate de uma situação existente, de uma opinião aceita ou de um estado de desenvolvimento contínuo e regular [...] um grande número de argumentações insistem em que nada justifique uma mudança” (1987, p. 142).

A “curiosidade”, no entanto, leva o público a examinar com boa vontade uma nova maneira de ver as coisas, na qual ele ainda não havia pensado. O gosto pela exploração, o desejo de mudança o incentivarão a admitir uma apresentação particular dos fatos e a analisar suas consequências. Para algumas pessoas, parece haver dificuldade em se desfazer do gosto por coisas intrigantes ou por hipóteses audaciosas, a ponto de aceitar que estas hipóteses entrem nestas pessoas e que passem a lhes oferecer uma existência suplementar. Os argumentos por dissociação do bom senso, como explica Breton, constituem uma boa ilustração da “curiosidade” que esta maneira de reenquadrar o real pode induzir. Deste modo, separar o homem

e sua ideologia abre perspectivas intrigantes para as quais nosso espírito não está preparado caso ele atenha à habitual coerência exigida entre o homem e suas ideias mais íntimas. Esta coerência fundará o argumento de integração social, que é por sua essência mais conservador. Enfim, o "interesse" descrito por Breton pode ser um formidável vetor de aceitação de uma visão de mundo que o público poderia avaliar como algo conveniente. O motivo é o benefício de ser mais geral que a opinião que ele engloba e "protege".

Por fim, uma política que respeite isso e incentive as pessoas a usarem o que têm de melhor se torna valorosa a um nível coletivo.

9.3 HIPÓTESE 03

Algumas formas de interação propostas priorizam interesses individuais ao invés da construção coletiva.

Os teóricos da argumentação privilegiam a classificação dos valores do ponto de vista de seu uso na ação de convencer ao invés de classificá-los do ponto de vista filosófico e moral. Deste modo Chaim Perelman distingue entre os "valores abstratos" como a justiça e a verdade e os "valores concretos", como a Igreja, a pátria. O autor acrescenta que "os raciocínios baseados em valores concretos parecem ser característicos das sociedades conservadoras. Ao contrário, os valores abstratos se prestam mais facilmente à crítica e estariam mais ligados à justificação da mudança, ao espírito revolucionário" (1988, p. 42). Observamos no item anterior que a questão dos conflitos de valores é um elemento importante em um encontro de estudantes. Mas agora se faz necessário analisar o efeito/consequência desejado tanto por quem levanta um questionamento quanto por quem resolve participar do debate. Distinguiremos, portanto, especificamente o ponto de vista do indivíduo, que pode ser oposto ao ponto de vista do coletivo.

Como vimos anteriormente, a indústria cultural, tão criticada pela Escola de Frankfurt, promove um falso individualismo, tendo-se em vista que é mais fácil convencer uma única pessoa do que um grupo. Deste modo, os críticos sociais frankfurtianos afirmam que acabou se criando uma

competição entre os indivíduos para incentivar a circulação de capital.

“Na indústria cultural, o indivíduo é ilusório não apenas por causa da padronização do modo de produção. Ele só é tolerado na medida em que sua identidade incondicional com o universal está fora de questão. Da improvisação padronizada no jazz até os tipos originais do cinema, que têm de deixar a franja cair sobre os olhos para serem reconhecidos como tais, o que domina é a pseudo individualidade. O individual reduz-se à capacidade do universal de marcar tão integralmente o contingente que ele possa ser conservado como o mesmo. Assim, por exemplo, o ar de obstinada reserva ou a postura elegante do indivíduo exibido numa cena determinada é algo que se produz em série, exatamente como as fechaduras Yale, que só por frações de milímetros se distinguem umas das outras.”

(ADORNO, 1971)

“Hoje, a indústria cultural assumiu a herança civilizatória da democracia de pioneiros e empresários, que tampouco desenvolveram uma fineza de sentido para os desvios espirituais. Todos são livres para dançar e para se divertir, do mesmo modo que, desde a neutralização histórica da religião, são livres para entrar em qualquer uma das inúmeras seitas. Mas a liberdade de escolha da ideologia, que reflete sempre a coerção econômica, revela-se em todos os setores como a liberdade de escolher o que é sempre a mesma coisa. [...] E até mesmo a vida interior organizada segundo os conceitos classificatórios da psicologia profunda vulgarizada, tudo isso atesta a tentativa de fazer de si mesmo um aparelho eficiente e que corresponda, mesmo nos mais profundos impulsos instintivos, ao modelo apresentado pela indústria cultural.”

(HORKHEIMER, Max. 1976)

O que se propõe aqui é a suposta repercussão desta busca pela “pseudo individualidade”, apontada pelos autores

citados, no planejamento e na proposta de alguns encontros nacionais de estudantes de design. Tal estratégia se apresenta de forma mais cômoda para os organizadores, uma vez que é sempre mais fácil conquistar o indivíduo com seus interesses particulares e imediatos do que com causas coletivas e universais; como também há comodidade por parte do indivíduo participante, já que está inserido em um contexto no qual é exigido uma individualidade supostamente única. Este mecanismo pode ser considerado hábito em uma sociedade que é favorecida pelo intuito individualista que esconde uma padronização pré-estipulada, afinal este hábito incentiva a competitividade e conseqüentemente a circulação de capital. Evidente que este objetivo nunca foi explicitado e, talvez, nem sequer notado em um encontro nacional de estudantes de design - simplesmente pelo fato disso ter se tornado um hábito. No entanto, o que cabe a nós refletir é se tal hábito é favorável ao Movimento Estudantil. Mas, antes disso, é preciso analisar a relação do indivíduo com relação ao grupo o qual está inserido.

“O que o ser humano utiliza para levar a bom termo o desenvolvimento em prol do coletivo é seu antagonismo no interior do grupo que está inserido, na medida em que o indivíduo é, no entanto, no final das contas, a causa de uma organização regular desse grupo. Entendo aqui por antagonismo a insociável sociabilidade dos homens, ou seja, sua inclinação natural para agir em conjunto, inclinação que é contudo acompanhada de uma repulsa geral a entrar em um determinado grupo, que ameaça constantemente desagregá-lo.”

(KANT, 1784)

O que Kant afirma em seus estudos sociais é que nenhuma sociedade é essencialmente boa e nem absolutamente ruim, mas apenas um ato natural do ser humano para manutenção da própria sobrevivência. Isso é ilustrado de modo mais direto com a seguinte citação do filósofo Émile Alain:

“Creio que a sociedade é filha do medo, não da fome. Ou melhor, eu diria que o primeiro efeito da fome deve ter sido mais dispersar os homens do que agrupá-los, todos indo buscar seu alimento justamente nas regiões menos exploradas. Só que, enquanto o desejo os dispersava, o medo os agrupava. Pela manhã, sentiam fome e tornavam-se anarquistas. Mas, à noite, sentiam o cansaço e o medo e amavam uns aos outros.”

(ALAIN, 1908)

A ideia de que o medo une os indivíduos também é compartilhada posteriormente por Foucault que, por sua vez, define este movimento como “a própria constituição de si mesmo como objeto de ação racional pela apropriação, unificação e subjetivação de um já dito fragmentário e escolhido; no caso de inserções sociais, trata-se de desalojar do interior da mente os receios mais escondidos de forma a poder deles se libertar.” (FOUCAULT, Michel. 1983).

Voltando à hipótese em si, contrapomos o hábito individualista ao medo que move o agrupamento. Ressalta-se que o “medo” aqui colocado é um termo de caráter antropológico que possui alguma relação com a própria manutenção da espécie. Deste modo, após a análise de ambos os lados, observa-se que o individualismo, quando praticado coletivamente, é favorável à circulação de experiências, sendo o coletivismo, por outro lado, a própria experiência compartilhada simultaneamente.

Tal fato nos leva a crer que a dispersão ocasionada pelo incentivo ao individual evita uma certa evolução social, uma vez que o indivíduo não compartilha de maneira construtiva as experiências vividas, guardando-as apenas para si mesmo. De fato, o termo “coletivo” pode vir a implicar duas consequências. De um lado, o verdadeiro exercício crítico do pensamento individual se opõe à ideia de uma busca metódica por uma solução. O objetivo da coletividade não é, no entanto, o de resolver ou substituir uma solução por outra, mas o de “problematizar” de forma construtiva. Não se pretende impor um posicionamento único, mas sim instaurar uma distância crítica, “desprender-se” de ideias fechadas, retomar os problemas com aqueles que também os enfrentaram, estão enfrentando-os ou virão a

enfrentá-los. De outro lado, esse esforço pelo coletivo não é, de maneira alguma, um antirreformismo ou uma resistência contra o sistema: ao mesmo tempo porque ele destaca uma real ligação com o princípio para o qual o homem é um ser pensante e porque, dentre suas principais motivações, busca fazer a história das relações que o indivíduo mantém consigo mesmo através do grupo; a história do próprio indivíduo, uma vez que ele está inevitavelmente inserido em um grupo ou outro. Quanto à história em si, é assunto a ser discutido logo a seguir na próxima hipótese. O estudo das relações entre o singular com o plural é, enfim, problematizado ao mesmo tempo como uma constante antropológica e enquadramento contextual, sendo, portanto, um modo de analisar, em sua forma restritamente singular, as questões de alcance geral de cada reflexão aqui levantada.

9.4 HIPÓTESE 04

Os escassos registros dos eventos e da história do ME de Design incorrem na desvalorização e perda de identidade dos mesmos.

Um fato aqui já pré-estabelecido é que os registros existentes dos eventos e da própria história do Movimento Estudantil de Design no Brasil são escassos, levando-se em consideração a progressiva evolução e transformação do mesmo. Antes de qualquer consideração a respeito, pretende-se aqui explorar um pouco mais o legado do pensador francês Michel Foucault. Sua obra está vinculada à análise do passado e à maneira como as pessoas conheciam esse passado. Para ele, não se pode pensar na própria história com neutralidade e despreocupação. Em seu livro mais famoso, "As palavras e as Coisas" (1966), Foucault desenvolve a ideia de que o homem não passa de uma invenção do pensamento moderno que desdenha a história que há por detrás deste mesmo pensamento, um simples efeito de uma mudança nas disposições fundamentais do saber, para concluir a seguir que, se estas disposições viessem a desaparecer, o homem também se desvaneceria. Deste modo, o autor explica que a história possui a função de tornar a questão de saber se é possível pensar diferente do que se pensa indispensável para ver e identificar quem se é.

O tema da história como interrogação sobre as transformações e sobre os acontecimentos é colocado pelo autor como estreitamente ligado à atualidade. Se para Foucault história não é memória, mas sim “genealogia”, então a análise histórica não é, na verdade, senão a condição de possibilidade de uma ontologia crítica do presente. Essa posição deve, entretanto, evitar dois obstáculos - que correspondem, de fato, às duas grandes objeções que foram feitas a Foucault durante sua vida, concernentes à sua relação com a história: a utilização de uma busca histórica não implica uma “ideologia do retorno” (Foucault não se ocupa da ética greco-romana a fim de dar um “modelo a seguir” que se trataria de atualizar), mas uma historicização de nosso próprio olhar a partir do que nós não somos mais. Afirma ainda que a história deve nos proteger de um “historicismo que invoca o passado para resolver os problemas do presente” (1982). Então Foucault define “acontecimento” como uma irrupção de uma singularidade histórica, desenvolvendo em seguida dois discursos. O primeiro consiste em dizer que nós repetimos sem o saber, na atualidade, “e eu tento apreender qual é o acontecimento sob cujo signo nós nascemos, e qual é o acontecimento que continua ainda a nos atravessar” (1978). O segundo discurso consiste precisamente em buscar na atualidade os traços de uma ruptura acontecimental: “a revolução [...] corre o risco de banalizar-se, mas como acontecimento cujo próprio conteúdo é importante, sua existência atesta uma virtualidade permanente e que não pode ser esquecida” (1984). A ideia de “arquivo”, por sua vez, ou o registro desses acontecimentos, não é para Foucault o traço morto do passado, pois este visa, na verdade, ao presente: “se eu faço isso, é com o objetivo de saber o que nós somos hoje” (1966). Colocar a questão da historicidade em contraposição à identidade é, de fato, problematizar nosso próprio pertencimento, ao mesmo tempo, a um regime de discursividade dado e a uma configuração de expectativas. O abandono do termo “arqueologia” em proveito do conceito de “genealogia”, logo no começo dos anos 70, insistirá sobre a necessidade de dirigir a leitura horizontal das discursividades para uma análise vertical - orientada para o presente - das determinações históricas de nosso próprio regime de discurso.

Se a história envolve a todos, cabe a nós compreender

que o que podemos ter de verdade não se obtém contra a inerência histórica, mas por meio dela. Outra característica pertinente da história é que quando ela é superficialmente pensada, ela pode destruir completamente uma verdade, mas, por outro lado, quando é pensada radicalmente, pode fundar uma nova ideia da verdade. “O distanciamento no tempo engana o sentido do espírito como o afastamento no espaço provoca o erro dos sentidos. O contemporâneo não vê a necessidade do que vem a ser, mas, quando há um abismo temporal entre o vir a ser e o observador, este vê então a necessidade, tal como aquele que vê à distância o quadrado como redondo.” (KIERKEGAARD, Soren. 1844). No entanto, o que é preciso compreender é que se retomamos hoje uma ontologia crítica do presente, não é somente para compreender o que funda o espaço de nosso papel social, mas para estabelecer os seus limites. Visto isso, nota-se o poderio indeterminado da própria história diante de qualquer contexto presente, embora toda história seja feita por nós mesmos, submetendo-a a uma constante transformação, assim como sua respectiva identidade e a daqueles que a ela pertencem.

Saber a própria história não é um luxo, mas uma necessidade. Não conhecê-la não seria uma das grandes causas recorrentes da desigualdade cultural, que se sobrepõe às tradicionais desigualdades sociais e econômicas, reforçando-as? Não saber localizar-se no próprio contexto não seria, no final das contas, uma das grandes causas da desvalorização de nossa profissão? Por outro lado, uma história que se configura apenas como uma ferramenta, um discurso argumentativo, isto é, ao alcance de todos os membros para se ter uma aparente competência ao tomar a palavra, definiria verdadeiramente alguma identidade? A existência de uma história, relatada por sua vez através de registros, é largamente tributária do uso que lhe é atribuído. Mas o exercício de uma reflexão histórica é indubitavelmente essencial para, no mínimo, se fazer partilhar uma opinião sobre um mesmo assunto, já que configura o mais rico culturalmente e o mais aberto parâmetro ou ponto de vista humano.

O poder dos atuais meios de comunicação em massa, a crescente facilidade ao acesso e ao registro da informação, o descrédito progressivo da integridade de cada informação

tornam cada dia mais necessária uma reflexão sobre a valorização do registro histórico do Movimento Estudantil. De todo modo, uma coisa é fato: a falta de registro histórico do Movimento Estudantil de Design dificulta a definição de uma identidade, até mesmo de um sentido da profissão. Isso certamente promove a falta de interesse com relação ao evento nacional, principalmente às discussões políticas que nele ocorrem. Além de que, evidentemente, acabe se repetindo erros cometidos anteriormente, prejudicando o crescimento do Movimento Estudantil que, caso continue menosprezando a própria história, pode correr também o risco de permanecer estagnado durante um longo período de tempo. Por fim, se quem não conhece a própria história não conhece a si mesmo, pode-se considerar a possibilidade do Movimento Estudantil perder completamente a própria identidade em decorrência da falta de registros históricos.

10 SOLUÇÕES PROPOSTAS

Relacionamos abaixo algumas ideias já discutidas, com o intuito de aprimorar este debate com a participação do público em geral.

10.1 ESTRUTURA FÍSICA

O N Design Imersão vem com a proposta de acontecer 100% em um único local, através da criação de uma espécie de cidade-evento. Nesta localidade possuiremos uma rotina diferenciada, mas ainda assim com hábitos, moedas, estudos, trabalhos, debates, interações, momentos de lazer, itens comuns de nosso dia-a-dia, mas apresentados de outra maneira que não na rotina convencional. Isso já acontece em maior ou menor grau nos eventos, especialmente nos regionais, mas queremos ir além, reduzindo o máximo possível a dispersão do encontrista, aquela que acontece através do distanciamento do espaço físico, tempo e dificuldades de deslocamento. Acreditamos que através da concentração das pessoas e atividades possibilitaremos uma maior reflexão, ação e quebra de paradigmas, a serem levados como resultados para o período pós-evento.

Utilizaremos o mínimo possível de produtos inorgânicos de curta duração. Inovaremos no kit, propondo reduzir o manual do encontrista, diminuindo a quantidade de papel impresso, bem como incluir itens como canecas ou garrafas, evitando a utilização maciça de copos e garrafas de plástico. Também propomos a utilização de novas tecnologias para transmitir as informações sobre oficinas, palestras, integrações e balaios aos encontristas.

10.2 FORMATO DO EVENTO

Através da pesquisa de investigação científica pretendemos validar algumas quebras de paradigmas para o N Design. Explica-se: Com o passar dos anos observou-se a solidificação

de atividades e prioridades padrão dentro dos encontros, muito embora nem sempre tenha-se parado para averiguar de maneira aprofundada os resultados de tal estrutura. Mesmo não havendo estatuto regendo tal inclusão, as mesmas atividades continuam lá, talvez pela lei do menor esforço ou pela simples falha de não percepção da utilidade delas para cumprimento do objetivo do agrupamento dos estudantes. Assim, temos por exemplo, apenas para citarmos dois problemas a serem tratados: o excesso de atividades simultâneas, que tem o intuito de oferecer diversos tipos de atividades, porém gera a dispersão e a falta de coesão do coletivo e da temática da proposta; e, o privilégio de atividades que não desenvolvam o senso crítico, mas trazem um mero acúmulo de informações, como ocorre na maioria das palestras e boa parte das oficinas. Com relação ao primeiro item, acreditamos que a limitação de atividades simultâneas, ao invés da diversidade em excesso, possa ser uma simples e eficaz solução, em função do embasamento apresentado na análise da Hipótese 1. Para estímulo do senso crítico, ao invés do mero acúmulo de informações, uma ideia seria transformar as palestras em debates, nos quais pessoas com opiniões distintas argumentariam, mediadas de acordo com o objetivo da atividade e com interação dos participantes, a exemplo do ocorrido com sucesso no Nono Purungo. Já as oficinas migrariam para uma evolução dos Balaies e da tentativa dos Grupos de Ação, realizados no N 17 e N 18, respectivamente, gerando assim conteúdo pré e pós evento visto que todo material (físico e intelectual) desenvolvido será registrado. Estamos falando do evento como incubadora de ideias e de soluções, como já acontece no Interdesign Workshop (ICSID/IDA) e DOT07 (Inglaterra), entre outros. Ou seja, as atividades geram soluções práticas para um problema a ser resolvido, através da construção coletiva, seja um produto, uma peça gráfica, um artigo científico, um protesto, um manifesto teórico, ou o que for.

10.3 ASSUNTOS ABORDADOS

O N Design Imersão terá uma espinha dorsal que guiará a formação das grades de atividades. Nela estarão presentes os assuntos relacionados com o tema proposto e haverá um

espaço privilegiado à Pauta Nacional Unificada (PNU) decidida por representantes de todo Brasil, conforme projeto aprovado na 2ª Reunião do CONE Design de 2008. Estas atividades serão a força motriz do encontro e estarão presentes conjuntamente com as Reuniões do CONE Design nos horários nobres da grade.

A pré-CONDe Curitiba acredita que há obrigação de realizar atividades relacionadas com a PNU, não apenas durante o N, mas principalmente antes e depois dele, em parceria com as lideranças estudantis e entidades de base das diversas cidades do país. Assim, visamos o reconhecimento e aplicação prática deste projeto que traz novos paradigmas ao Movimento Estudantil de Design, e principalmente o amadurecimento prévio das pautas nas diversas localidades, possibilitando uma discussão mais rica durante o encontro, através da soma e do debate entre as realidades regionais, buscando soluções globais para os assuntos abordados, conforme prevê o projeto da PNU.

Acesse o espaço de discussão sobre a PNU: <http://pnu.wikispaces.com/>

10.4 REGISTRO DAS ATIVIDADES

Independente do formato das atividades, uma solução proposta é o registro por escrito destas, além das formas já utilizadas hoje. Através do embasamento oferecido na Hipótese 4 percebemos os riscos em se possuir precários registros, ou ainda, a não valorização destes. Neste sentido sugerimos uma ideia simples e que poderá ter um grande impacto: O incremento desta função às já clássicas funções dos monitores do evento. Assim, estas pessoas receberiam treinamento prévio às atividades e entrariam com dados no formato digital, relatando a atividade. Não só dados de horário de início, término e número de participantes, mas também o conteúdo em si, conclusões e os resultados obtidos.

10.5 PESQUISAS QUALITATIVAS E CENSOS DOS ESTUDANTES

Na prévia do evento, esta comissão organizadora tem o intuito de realizar pesquisas qualitativas nas instituições superiores de ensino de Design. O objetivo é somar dados que possibilitem uma análise e compreensão das diferentes realidades e metodologias aplicadas, assim como as suas pautas de

discussão, visando à utilização destes dados no planejamento das atividades do encontro.

O Censo dos Estudantes de Design seria outra atribuição da CONDe Curitiba. Trata-se do agrupamento de informações relevantes e constituição de um banco de dados sobre o perfil destes estudantes, seja ele social, psicológico, profissional, etc. Estes dados poderão auxiliar no desafio de entender melhor este grupo e através da compilação e cruzamento dos dados pode-se realizar as mais diversas pesquisas científicas, bem como direcionar as ações focadas do movimento estudantil, ou ainda prever tendências dos futuros profissionais (e ter a possibilidade de trabalhar nelas). Antes de qualquer coisa é preciso que conheçamos os indivíduos em questão, para depois atuarmos sobre eles.

Preencher dados costuma ser algo relativamente demorado e maçante, algo que os indivíduos não fazem por livre e espontânea vontade. Logo, utilizar o momento da inscrição do N para já realizar tal pesquisa aparece como uma boa solução, pois o interessado teria que, necessariamente, preencher todos os dados para confirmar sua inscrição, assim resolvendo o problema da baixa adesão às pesquisas, pelo menos com o público do N Design.

10.6 DOCUMENTÁRIO E EXPOSIÇÃO DE 20 ANOS DE N DESIGN

Em Curitiba há arquivada uma grande parte dos documentos relacionados com o movimento estudantil de design a partir de 1987, ano de fundação do Centro Acadêmico de Design (CADI-UFPR), único local onde pode-se encontrar os cartazes de divulgação de todos os N's Design, por exemplo, além de centenas de documentos manuscritos e cartas da época da organização e divulgação do 1º N Design (1991), quando ainda não contávamos com as atuais facilidades da comunicação online. A pré-CONDe Curitiba criou, dentro da célula de Marketing, a subcélula de Registro, incumbida de coordenar um trabalho de levantamento e digitalização destes documentos, registros fotográficos e audiovisuais, com o intuito de organizar uma exposição itinerante comemorativa de 20 anos de N Design. Esta exposição, utilizando o 10º Purungo como esboço, será lançada

durante o 20º N e que percorrerá todos os encontros regionais no ano a seguir, possibilitando a visitação de milhares de pessoas em todo Brasil. Além disso, esta subcélula, irá colaborar com a realização de um vídeo documentário, contendo imagens originais das fitas gravadas no 1º N e nunca divulgadas, além de depoimentos dos organizadores e participantes. Entendemos que estes seriam passos importantes na proposição do resgate histórico do ME de Design, evitando as possíveis consequências já explanadas na Hipótese 4.

10.7 CARÁTER LÚDICO

Acreditamos que atividades de caráter lúdico consistem em um recurso sociológico, ao passo que seu potencial de compreensão social é bem evidente. Elas se mostram como um elemento relevante na construção das relações entre indivíduos, além de refletirem a personalidade dos envolvidos.

O formato simbólico e material do sistema característico das atividades que apresentam um enfoque lúdico, permite a autoafirmação e autocrítica do participante, como também a compreensão da realidade.

Uma das soluções propostas para este projeto é adaptar, em um evento estudantil, jogos ou brincadeiras facilitadoras da inserção do participante dentro do evento, proporcionando a este uma reflexão autocrítica e uma competição saudável. Seguindo essa linha, também pretendemos realizar atividades com enfoque em estreitar o relacionamento dos encontristas provenientes de diversas regiões do país, possibilitando o compartilhamento cultural, bem como o estímulo à discussão a respeito das diferentes realidades e opiniões.

Acreditamos na necessidade de desenvolver e utilizar novos meios de estímulo à inserção construtiva do participante no evento, como por exemplo, oferecendo premiações exclusivas de acordo com a participação e o comprometimento do encontrista com o formato proposto pelo evento. Todo esse esforço busca o incentivo não só ao entretenimento, mas também ao trabalho coletivo, de caráter cultural, lúdico e artístico. O N Design possui um grande potencial de construção coletiva, como pode ser visto nos balaios que são realizados desde 2007, e através de atividades lúdicas este potencial pode

ser melhor aproveitado.

Este caráter lúdico pode ser aplicado também nos meios de transmissão de informação do evento com o objetivo de capturar a atenção do encontrista para informações importantes, possibilitando ainda a autoafirmação e autocrítica já citadas neste tópico. Sobre essa possibilidade, a PNU se encaixa como uma fonte de informações que necessita de autocrítica por parte do encontrista e também da discussão e troca de informação dentro das atividades de construção coletiva.

11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes de tudo, agradecemos a você que chegou até esta parte do texto e pedimos que suas anotações sejam levadas até nosso grupo, pois temos consciência que através do debate poderemos aperfeiçoar a proposta e realizar um encontro de qualidade e bons resultados.

Nestes seis meses de trabalho uma das constantes foi o amadurecimento desta proposta, através de itens provenientes da ida de representantes para alguns eventos, visitas em instituições e a participação de novos membros na equipe, que transformaram o conceito iniciado por algumas pessoas em um projeto de dezenas. Todos estudantes, apreendendo a cada dia, superando as limitações antes existentes. Fizemos uma escolha de investir mais nas pessoas e, por isso, estruturamos a equipe, visitando o maior número possível de universidades. Numa dessas visitas, ao perguntar sobre quantos conheciam o N Design, tivemos uma resposta afirmativa de apenas 4, num auditório com mais de 200 estudantes do curso. Isso aponta que ainda há muito para ser feito o que alimenta ainda mais a nossa vontade de mudar este panorama.

Recebemos o retorno de dezenas de pessoas, nacionalmente, enviando seu apoio, comentários e sugestões. Cada mensagem é de grande importância para percebermos as diferentes visões e possibilidades, e sempre é analisada e discutida. Muitas vezes o conteúdo diz respeito a itens de execução, que somente poderão ser considerados com a devida atenção a partir de uma confirmação da sede do N2010. Neste caso, aproveitamos a oportunidade deixando um convite para que todos construam as atividades do evento, em especial através da PNU 2010.

Agradecemos também aos nossos patrocinadores, coordenações de curso, apoios de empresas, fornecedores, grupo Parêntesis, espaços cedidos para reuniões, Comissão Organizadora do Algures 4 e do Purungo 10, CORDe

Campos'09, CONDe PE, Centros Acadêmicos, líderes estudantis, e todos aqueles que de alguma maneira participaram do desenvolvimento deste projeto de candidatura, que é um espaço aberto para construção.

Convidamos todos a participarem e nos comprometemos na realização da vigésima edição do Encontro Nacional dos Estudantes de Design, se eleitos formos.

Nesta etapa, contamos com:

Galera da pré-CONDe - Alexander Czajkowski, Ariely Oselame, Augusto Sobieski, Camila Cavali, Cassio E. de Oliveira, Daniel Koganas, Diego Silvério, Fabiano Braga, Flávia Andreoli, Gabriella de Campos Borges, Jaqueline Diedam, Jessica Bochnia, Laís Isfer, Lais Glück, Leoriane Setti, Letícia Gonçalves, Livien Ullmann, Loara Feix, Ludmyla Gaudeda, Marcelo Leite, Marcos Beccari, Mariana Pavão, Mario Ohashi, Rafael R. Borba, Rafael Pastorin, Thalita Cristina da Silva, Thiago de Lara, Wagner Alcantara dos Santos e Wilder Ianke.

Participaram também - Camila Simão, Estelle B. Flores, Giulie Freitas do Amaral, Gustavo Henrique Batschke, Mariana Fonseca, Marina Moraes de Araujo, Mayara Carvalho Gonçalves Clebsch, Renata dos Passos Schwegler, Rodrigo Puppi Brenner e Sarah Eloísa Scholz Dias.

Agora, contamos com você também!

12 REFERÊNCIAS

12.1 REFERÊNCIAS TEXTUAIS

- TURKLE, Sherry. A Vida no Ecrã. Tradução de Paulo Faria. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.
- HORKHEIMER, Max. Filosofia e Teoria Crítica, em Textos Escolhidos. Coleção Os Pensadores, p.163. 1968
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pósmodernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.
- FROMM, Erich. Ter ou ser?. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1987.
- FERREIRA, A. B. H. Novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. 3 ed. rev. e atual. Curitiba: Positivo, 2004.
- FOUCAULT, Michel. As Palavras e as Coisas. Editora: Edições 70. Coleção: Signos Tema: Linguística Ano: 2002.
- KANT, Immanuel. Crítica da Razão Pura. Editora Ícone, 1 ed., 2005.
- KIERKEGARD, Soren. É preciso duvidar de tudo. Editora Martins Fontes, 1 ed., 2003.
- CHAUI, Marilena. Convite à Filosofia. São Paulo, Editora Ática, 1 ed., 2001.
- TZU, Sun. A Arte da Guerra. São Paulo, Editora L&PM, 1 ed., 2000.
- HORKHEIMER, Max. Eclipse da Razão. Editora Centauro, 2002.
- BRETON, Philippe. A Argumentação na Comunicação 2 ed. São Paulo: EDUSC, 2003.
- ALAIN, Émile-Auguste Chartier. Sistema das Artes Plásticas, 1 ed. Porto Alegre: Gallimard, 1963.

12.2 REFERÊNCIAS VIRTUAIS

- Sítio Oficial Instituto de Planejamento e Pesquisa Urbano de Curitiba. IPPUC <<http://www.ippuc.org.br/>> Acesso em 16/06/2009.
- Guia da Cidade. CURITIBA-PARANÁ <<http://www.curitiba-parana.com/>> Acesso em 16/06/2009.
- Referências de Marketing. AMA <<http://www.marketingpower.com/Pages/default.aspx>> Acesso em 15/06/2009.

Pós N PE |

SBDS | RCentro | R N/NE | discussão PNU 2010 |
 PREPARAÇÃO PARA O CONE | PRÉ EVENTOS | N2010

Novembro 2009 | Dezembro 2009 | 2010

reunião de imersão

01

02

03

dados Pré-seleção de convidados co de dados para as inscrições GERAIS	Seleção de atividades e colaboração com todas as células	IMERSÃO	Recolhimento de materiais, registros e relatórios Conclusão do Projeto N2010
ização de Atividades e participação em itos, RCentro e R N/NE	CONE 20 a 24/01	Discussão da PNU 2010 e Apoio as outras células	
RCentro Preparação para CONE; Finalização de patrocínios; Pagamentos; Encomendas bazar	Inscrições, últimos pagamento, Encomendas bazar (camisetas, kits, produtos de bazar em geral)		Prestação de contas
aterial e divulgação ações e resultados da PNU; ormações sobre o CONE/jan	preparação para o CONE;	Reformulação dos materiais de divulgalção; contato com eventos e com a imprensa	IMERSÃO
CONE, alojamento e reuniões. arios para o kit e alojamento	Serviços de Logistica, numero de monitores, locais para as atividades, relocação da CONDE durante o evento. Organizar as festas e montar kits.	IMERSÃO	Verificação de integridade dos espaços e multas a pagar

NI

2010

venha construir conosco!
www.ndesignimersao.com

qualidade:

