

O DESIGN COMO AGENTE NA PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS EXTENSIONISTAS: PROJETO ECOGAPE

AMANDA PACCANARO MARINO¹; SUZANA ANTIQUEIRA DE CASTRO²; ANA DA ROSA BANDEIRA³; HELOISA HELENA DUVAL DE AZEVEDO⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – amandapaccanaro@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – suzanaantc@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – anaband@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – profa.heloisa.duval@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Grupo de Ação e Pesquisa em Educação Popular abraçado pelo Programa de Ensino Tutorial (PET GAPE) é um grupo multidisciplinar integrado ao curso de Pedagogia da UFPel. Seus integrantes são oriundos de cursos de diversas áreas do conhecimento (como Design Gráfico, Nutrição, Biologia, entre outros), o que permite ações interdisciplinares a partir de diferentes temáticas. Com foco na educação popular, o GAPE tem forte atuação nas ações extensionistas com a comunidade de Pelotas e região, utilizando de abordagens essencialmente participativas que visam o empoderamento da comunidade como meio de transformação social.

Dentre as ações do grupo promovidas no último ano, está incluído o projeto “Zine-se”, que pretende, a partir da aplicação de conceitos e técnicas do design gráfico, promover a divulgação e produção de conteúdo do grupo para a comunidade e da comunidade para o grupo através de *fanzines*¹ e outros materiais gráficos editoriais. Assim, ele pode ser considerado, assim como o próprio Design, um projeto “guarda-chuva²” por servir como um canal de divulgação do conteúdo que o grupo desenvolve tanto para seus próprios membros quanto para e com a comunidade.

Alguns dos materiais desenvolvidos foram as *fanzines* “08.03.2023”, uma produção colaborativa entre as integrantes dos cursos de Design Gráfico e Nutrição do grupo por oportunidade do Dia da Mulher, que foi distribuída nos banheiros dos Campus ICH e Centro de Artes da UFPel no dia 08 de maio. Outro exemplo são as *fanzines* “Come, bem!”, idealizadas para a promoção do *ebook* com mesmo nome que está sendo confeccionado pelo grupo; e finalmente as *fanzines* “Xepa do GAPE: Sabor, simplicidade e nutrição!”, feitas para o projeto EcoGAPE.

O objetivo deste trabalho, portanto, é descrever a construção visual do material desenvolvido para o projeto EcoGAPE, criado para a promoção da sustentabilidade por meio do consumo consciente de alimentos e através da produção ecológica de hortaliças. Criado de forma colaborativa com as integrantes dos cursos de Design Gráfico, Nutrição e Biologia do grupo, as ações foram planejadas para acontecer nas feiras livres de Pelotas e na feira do produtor de São José do Norte.

¹ Revistas de produção independente e/ou autoral com formato variados que podem integrar textos de tamanhos intermediários com temáticas efêmeras (opiniões e abordagem de objetos sazonais), mas que agregam valores perenes (ações culturais, políticas e sociais). Fonte: journals.openedition.org/spp/2088. Acesso em: 02 set. 2023.

² Termo conhecido para designar projetos que abarcam outros subprojetos desenvolvidos de forma colaborativa com áreas ou instituições diversas. Fonte: <https://encurtador.com.br/yJU39>. Acesso em: 02 set. 2023.

2. METODOLOGIA

O projeto foi construído a partir de uma pesquisa exploratória e documental que utiliza revisão bibliográfica acerca dos temas sustentabilidade, alimentação e design gráfico vernacular³ que foram propostos conforme a área trabalhada por cada uma das integrantes do projeto.

A produção do material visual se dá por meio de uma metodologia projetual adaptada de *Design Thinking* a partir de Cavalcanti e Filatro (2017), que a desenvolvem especificamente para a área da educação. As autoras apontam a prática do design como colaborativa e interdisciplinar, gerando inovação e o ensino-aprendizagem. Além disso, desde as primeiras concepções de ideias também foi levado em consideração a empatia com o público com o qual nos propusemos trabalhar.

De modo geral, o projeto foi proposto para ser desenvolvido a partir de três principais etapas que envolvem a inspiração, ideação e implementação (BROWN, 2009), com um desenvolvimento mais apurado à fase de implementação, que envolveu também uma fase de análise dos produtos gráficos produzidos e do conteúdo abordado durante as ações.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com Cavalcanti e Filatro (2017), a primeira etapa projetual é aquela que envolve a contextualização do problema e busca por inspiração que motive soluções. Desse modo, o grupo fez um levantamento das possíveis abordagens e conteúdos a serem desenvolvidos para a ação levando em consideração o ambiente e o público-alvo que a ação pretendia. Sendo assim, foram planejadas demonstrações dos processos de limpeza dos alimentos, mostras de possíveis plantios de cultivo doméstico e degustações de receitas de aproveitamento integral de alimentos, contando com o apoio de um material gráfico especificamente criado para tal. Com os conteúdos estabelecidos, uma pesquisa exploratória, teórica e visual foi redigida considerando ainda o contexto social no qual as ações ocorreriam.

Uma vez estabelecida a imersão ao tema, se iniciou a segunda etapa do projeto que consiste na projeção de soluções ponderadas pela empatia com o público alvo e também, pelos recursos de que o grupo dispunha. Desse modo, foram decididos os formatos dos materiais gráficos como panfletos projetados para abarcar os conteúdos de limpeza das frutas e vegetais e cultivo de hortas urbanas, atentando à eficiente navegação e seu fácil transporte que material dispõe, além de ter um baixo custo de produção. Já o material relativo ao aproveitamento integral dos alimentos é apresentado em formato de *fanzine*, que permite uma maior variabilidade de formatos com múltiplas páginas, pluralidade de conteúdos e ainda a possibilidade de periodicidade.

Além do material físico, sentiu-se a necessidade de produzir um material para a divulgação, promoção e documentação do projeto nas plataformas digitais e de redes sociais do grupo como o Instagram e o Wordpress, que são tidos como espaços virtuais propícios aos objetivos descritos devido sua ampla visibilidade e acessibilidade pela comunidade. No primeiro momento, as peças digitais

³ É o design gráfico popular, provido e criado por aqueles que não possuem estudos específicos da área de design para sanar suas próprias necessidades. Fonte: encurtador.com.br/esGPR. Acesso em: 02 set. 2023.

elaboradas foram *stories* de chamadas individuais e cronograma das ações e publicações no formato de carrosséis⁴.

A identidade visual dos materiais do projeto tem base na estética do design vernacular, comumente encontrado em ambientes de vendas populares locais, feiras e outros materiais promocionais de produção independente. Suas características são incorporadas ao material a partir da tipografia, imagens e cores, elementos fundamentais do design gráfico (AMBROSE; HARRIS, 2009).

Para os títulos e subtítulos, foram usadas tipografias com características manuscritas e caligráficas, semelhantes às de letreiros de ofertas ou de *letterings* urbanos. Já as imagens, que abarcam a função de auxiliar nas informações escritas e atrair a atenção do espectador, são desenvolvidas por ilustrações de estética que dialogam com as tipografias escolhidas. Já a paleta de cor foi feita utilizando referências do design vernacular que, por questões orçamentárias, se restringiu somente ao meio digital.

Antes de seguir com a implementação e produção dos materiais, o grupo se debruçou sobre a definição do nome do projeto e da *fanzine*, que é tratado como um periódico. As escolhas foram feitas a partir da área de conhecimento, possibilidades de atuação do projeto e *pregnância*⁵ da escrita e do som das palavras, sendo definido “EcoGAPE” (junção da palavra “Ecologia” com “GAPE”) para o projeto e “Xepa do Gape” para a *fanzine* com as receitas de aproveitamento de alimentos.

A próxima etapa aborda a execução e produção das ideias propostas. Os materiais gráficos tiveram o *layout* definido, com a função de intensificar a *pregnância* da identidade dos panfletos. A *zine* tem seu formato definido a partir do conteúdo que foi selecionado e, principalmente, pela simplicidade de manejo, navegação e produção. Quando finalizados, os materiais gráficos foram submetidos a testes de impressão para a apuração da sua visualidade e adequação. Após as ações, ele também é recorrentemente revisado conforme a recepção do conteúdo pelo público:

Figura 1 e 2: Panfleto sobre higienização correta de frutas e verduras; segunda edição da *zine* “Xepa do Gape”.



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Como forma de extensão das promoções do projeto, houve a adaptação dos materiais impressos para os meios digitais, que foram feitos no formato de *stories*

⁴ Publicações do Instagram que apresentam mais de uma imagem.

⁵ Diz respeito à percepção das formas e figuras de um elemento visual. A alta *pregnância* é caracterizada pela harmonia e fácil compressão.

para publicação no Instagram do GAPE. Conforme a realização das ações, se teve uma demanda da produção de adesivos, que como um meio provisório, serviu para a identificação das integrantes do grupo. Além disso, também surgiu a necessidade de um material visual para atrair a atenção do público que informasse sobre os materiais ofertados e o local exato em que o grupo estaria na feira. Daí surgiram cartazes que são colados entre as barraquinhas dos feirantes. Em razão das baixas tiragens de impressos desses materiais, eles puderam ser impressos em cores, que seguiram a mesma paleta dos materiais digitais.

4. CONCLUSÕES

O projeto teve ao todo quatro ações, sendo três no município de Pelotas e uma no município de São José do Norte, onde foram distribuídos à comunidade cerca de 150 zines e mais de 80 panfletos. Portanto pode-se dizer que o projeto obteve uma ampla aceitação e acolhimento do público, em especial o conteúdo sobre aproveitamento integral dos alimentos, que pode se justificar pelo modo da sua abordagem durante a ação (apresentado junto a degustações) e também, pelo seu formato e conteúdo que incita a interação de forma mais objetiva. E apesar das temáticas serem pensadas e abordadas como método de educação rápida, os materiais gráficos possibilitaram um maior envolvimento do público justamente pela facilidade e fluidez da transmissão da informação.

Durante a execução do projeto foi possível experienciar duas maneiras de se fazer a educação popular, uma que aborda um público-alvo com maior acesso de informações e outra, que é feita com um público de menor acesso, leigo. Em ambos os casos, a troca de aprendizagens é feita de maneira horizontal, na qual o educador assume um papel de igualdade frente ao educando, instigando a participação mútua e validando toda informação que retorna.

Com a devida exposição do processo de construção do projeto e seus materiais gráficos postos neste trabalho, é evidente a desenvoltura do design como um eixo interdisciplinar e colaborativo que estimula a inovação e enriquece a aprendizagem, ações primordiais para a educação popular que constrói o conhecimento junto a comunidade (BRANDÃO, 1986), assim como a extensão.

Ter a oportunidade de estar presente como educador em ambientes tão voláteis e suscetíveis ao imprevisível, como as feiras livres, garantiu às autoras deste trabalho a vivência de toda a filosofia e teoria da educação popular. É a chance de levar o conhecimento científico, e muitas vezes rígido, da universidade para o público que a constrói.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRANDÃO, C. R. **Educação Popular**. 3ª edição. São Paulo, Brasiliense, 1986.
- BROWN, T. **Change by design**. New York: Harper Business, 2009
- FILATRO, A. C.; CAVALCANTI, C. C. **Design thinking na educação presencial, a distância e corporativa**. São Paulo, Editora Saraiva, 2017. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547215804/>. Acesso em: 02 set. 2023.
- AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Fundamentos de design criativo**. Porto Alegre, Grupo A, 2012. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701281/>. Acesso em: 09 set. 2023.