



Ensino e Design

Emilio Moretti

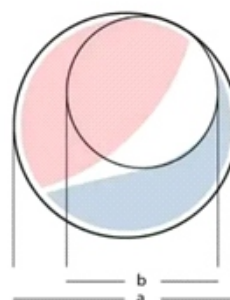
As empresas estão cada vez mais preocupadas com a contratação e com a retenção de bons talentos e para isso precisam colocar em prática iniciativas de employer branding para serem reconhecidas como boas marcas empregadoras.

“Uma iniciativa de employer branding engloba boas práticas de marketing e de recursos humanos (RH) e tem como objetivo comunicar os benefícios que uma organização oferece aos seus funcionários, de modo que ela seja reconhecida no mercado como um bom lugar para se trabalhar, sendo identificada por meio de uma marca empregadora.”

Por outro lado, em um mundo cada vez mais tecnológico e competitivo, fica cada vez mais complexa e difícil a tarefa de se sobressair no mercado de trabalho e conseguir uma colocação em uma boa marca empregadora. Não basta para o profissional de hoje e do futuro se capacitar e comprovar as habilidades conhecidas como hard skills: domínio de uma língua estrangeira, curso de ensino superior, especializações, cursos técnicos, certificados em softwares e programas, por exemplo. Em geral, essas competências podem ser avaliadas por meio de testes específicos e são importantes e necessárias para determinados cargos. O mercado exige mais. É preciso também desenvolver as soft skills: empatia, resiliência, liderança, boa comunicação, criatividade, flexibilidade, espírito de equipe, por exemplo. Apesar das soft skills serem habilidades pessoais, é possível adquirir algumas dessas características muito importantes que o mercado tem valorizado cada vez mais e utilizado como indicador decisivo em um processo seletivo.



A criação do logotipo começa no papel, depois virá o computador.



A proporção áurea na marca da Pepsi.

É no desenvolvimento das soft skills que se insere predominantemente o ensino do design. Embora o design seja uma área de conhecimento muito demandada na comunicação e no marketing, ela tem se mostrado muito útil e eficaz na resolução de problemas em todas as funções gerenciais, principalmente as estratégicas. Infelizmente o design ainda não faz parte do currículo obrigatório dos cursos da área de negócios como economia, administração e contabilidade. Por isso a necessidade de oferecer uma capacitação complementar. Segundo o prof. Eduardo Spers, Professor Titular do Departamento de Economia, Administração e Sociologia na USP/Esalq, já são oferecidas aulas abertas sobre design de marcas nas disciplinas obrigatórias e eletivas de marketing e em cursos de extensão que focam a sua aplicação como

“design e sustentabilidade” e “design e agronegócios”. Em parceria com a **Moretti Design** foi oferecido o “**Curso prático de design de marcas**”.

A ideia é que o aluno tenha uma visão teórica e bem prática sobre a História do Design (da Tipografia à Web, História e Desenvolvimento do Design, Tipografia Grid do Design, Gestalt, Semiótica, Estruturalismo, A Percepção das Cores, Processos Criativos, A metodologia de Ulm e a Síntese Intuitivo-Lógica), sobre a Metodologia de Design (com exercícios práticos em papel sobre Construção da marca, Programa de Identidade Visual, Projetos e Construção de Marcas) e sobre a Gestão do Design (com exercícios práticos no computador sobre Tipologia, Fontes, Geometria da marca, Legibilidade e Visibilidade).



Combinação:
Complementares divididas



Harmonia das cores para design de produtos e ambientes.

O início do ensino do design no Brasil

O design brasileiro, como prática empírica, nasceu junto com a cultura nacional. Sinais de atividades ligadas ao design já aparecem nitidamente no século XIX, embora sem uma estrutura de ensino regular e mesmo sem seu reconhecimento como atividade distinta da arquitetura, da arte e da indústria de objetos utilitários. O professor Guilherme Cunha Lima considera que Eliseu Visconti, precursor do moderno design brasileiro, foi também pioneiro no ensino dessa atividade em nosso País. Convidado em 1934 por Flexa Ribeiro, à época diretor da Escola Politécnica da Universidade do Rio de Janeiro, Visconti organiza e ministra um curso de extensão universitária em arte decorativa e arte aplicada às indústrias.

A importância do IAC-Masp

O chamado Instituto de Arte Contemporânea (IAC-Masp), foi fundamental para a história e ensino de design no Brasil. Considerada a primeira escola de design no país, funcionou entre 1951 e 1953, e contribuiu para a formação profissional de diversos designers, como Alexandre Wollner (1928-2018), Antonio Maluf (1926-2005), Maurício Nogueira Lima (1930-1999), Emilie Chamie (1927-2000), Ludovico Martino (1933-2011), Aparício Basílio da Silva (1936-1992), Luiz Hossaka (1928-2009), entre outros.



A oficina de maquetes do IAC. “IAC: primeira escola de design do Brasil”, p. 45. Foto Peter Scheier [Acervo fotográfico da Biblioteca e Centro de Documentação do Museu de Arte de São Paulo As]