

4. PILOTO – O DESIGN NO RIO DE JANEIRO

4.1. Metodologia de pesquisa

Esta pesquisa classifica-se como exploratória/explicativa e quantitativa/qualitativa.

“As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2011, p. 27); portanto, esta pesquisa constitui-se como exploratória em sua etapa inicial, de levantamento bibliográfico e documental, por buscar identificar as diferentes conceituações sobre design existentes no campo acadêmico e no discurso dos formandos.

Optamos por trabalhar com o discurso dos formandos porque grande parte da pesquisa está pautada nas percepções daqueles que constituem o campo. Sol (2009) apresenta os conceitos sobre design na perspectiva dos profissionais, o *ranking Business Insider* estabelece seu ranqueamento a partir das perspectivas dos designers, onde, novamente a voz do profissional é importante. Sendo assim, as possíveis identidades do design aparecem nas narrativas, na voz dada aos interlocutores, por isso foi importante ouvir os alunos,

a narrativa torna-se forma de tranquilizar o ser humano quanto às suas feridas na passagem do tempo. Afinal, a vida pode adotar rumos inesperados, mas a história, criada pelo ser humano, segue seus desígnios e cumpre uma lógica programada. (OLIVEIRA, 2014, p. 96)

Ou seja, a fala dos alunos, a narrativa apresentada por eles pode transparecer as influências históricas da constituição do design, de sua identidade.

Entende-se esta como uma pesquisa explicativa porque busca, por meio da análise dos dados, compreender e elucidar quais são as influências que perpassam o discurso do aluno formando. “São aquelas pesquisas que têm como preocupação central identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência de fenômenos” (OLIVEIRA, 2014, p. 28).

Trata-se de uma pesquisa quantitativa, porque realizaremos uma análise de conteúdo, que

pode se aplicar a uma grande diversidade de materiais, como permite abordar uma grande diversidade de objetos de investigação: atitudes, valores, representações, mentalidades, ideologias etc. Pode-se assim usá-la no estudo de embates políticos, de estratégias, ou, ainda, para esclarecer fenômenos sociais particulares. (LAVILLE; DIONNE, 1999, p. 215)

Buscamos, como realizado no capítulo 3, os termos que mais se repetem na fala dos estudantes, a fim de que, sequencialmente, selecionemos as respostas que apresentam esses termos, para uma análise do discurso, ou seja, uma análise qualitativa.

A análise do discurso considera a polifonia, ou seja, considera que a construção do discurso é permeada por uma ideologia estruturada por diferentes vozes.

as estruturas da língua se prestam igualmente ao fenômeno da camuflagem prolongada do discurso de outrem. Vimos que a ação camuflada desse discurso citado encaixado no contexto narrativo está na origem de um fenômeno gramatical e estilístico específico. Mas trata-se aí de uma outra variante do discurso citado. O discurso indireto livre funciona de *rosto descoberto*, embora tenha duas faces. (BAKHTIN, 2006, p. 174)

Percebemos, então, que a análise do discurso tem como objetivo desvelar as ideologias presentes nos interdiscursos, nos textos produzidos pelos participantes de uma enunciação. Tenta explicar a produção de um enunciado.

O termo “ideologia”, dentro da análise do discurso, pode ser compreendido como:

a separação que se faz entre a produção de ideias e as condições sociais e históricas em que são produzidas.

[...] a maneira pela qual os homens vivem a sua relação com as condições reais de existência, e esta relação é necessariamente imaginária.

[...] uma visão, uma concepção de mundo de uma determinada comunidade social numa determinada circunstância histórica. (BRANDÃO, 2004, p. 28)

Utilizei a Análise do Discurso Francesa (AD), porque essa linha busca relacionar o texto e sua história, ou seja, compreender a construção do discurso nos âmbitos linguístico, histórico e psicológico,

a análise do discurso ocupou boa parte do território liderado pela antiga filologia, porém com pressupostos teóricos e métodos totalmente distintos.

[...]

O analista do discurso vem, dessa forma, trazer sua contribuição às hermenêuticas contemporâneas. Como todo hermeneuta, ele supõe que um sentido oculto deve ser captado, o qual, sem uma técnica apropriada, permanece inacessível. (MAINGUENEAU, 1997, p. 11)

A AD considera a língua polissêmica (múltiplos sentidos). O sujeito se encontra em um determinado recorte social, por isso analisa-se o texto, pois nele se apresenta a formação discursiva, ou seja, a forma como a ideologia é apresentada, se materializa, já que a ideologia, por si só não é palpável (BIAR, 2015).

Para compreender a análise do discurso, na figura 4, apresentamos a estrutura de Biar (2015):

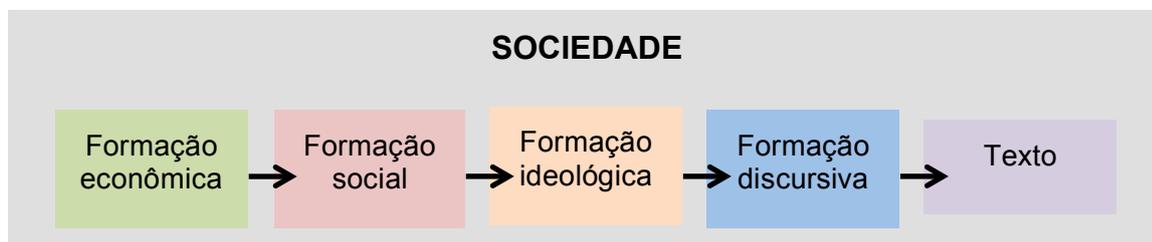


Figura 4 – Estrutura da análise do discurso segundo Biar (2015)

A formação discursiva é primordial para a AD. Ela apresenta um conjunto de discursos que fazem parte de uma mesma posição de classe, vêm de uma mesma formação ideológica, e o texto é o discurso, fala sobre a formação discursiva que ele traz.

Para identificar a possível formação discursiva dos alunos, meu público respondente, temos a seguinte amostra ou “pequena população escolhida” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 186): alunos formandos (último período do ensino superior) em Design Gráfico, de uma faculdade na cidade do Rio de Janeiro. O recorte inicial se dá pela necessidade de desenvolvermos um piloto da pesquisa, que “tem, como uma das principais funções, testar o instrumento de

coleta de dados” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 210). O piloto ou pré-teste auxilia na verificação da fidedignidade (mesmos resultados?) validade (todos os dados foram considerados?) e operatividade (vocabulário compreensível?) dos dados e quais mudanças são necessárias no questionário, além de suas questões para o desenvolvimento do estudo de caso.

4.2. A abordagem por meio de questionários on-line

Essa pesquisa visa, em um segundo momento, obter respostas de alunos espalhados pelo território nacional. Sendo assim, para obter os dados junto aos alunos, optamos por utilizar um questionário *on-line*, já que não seria viável para a pesquisadora realizar entrevistas com os participantes, tendo em vista os custos e a disponibilidade de tempo.

“O questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 184).

Optou-se pela criação de um questionário postado na plataforma Google Docs, no qual o participante é informando, por meio de um termo de consentimento livre e esclarecido (figura 5), sobre como suas respostas serão utilizadas no decorrer da pesquisa.

Design: o quê, quem, atuação
 Pesquisa com formandos em Design
 * Required

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) para participar, como voluntário, em parte de uma pesquisa de pós-graduação (doutorado) desenvolvida na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Após ser esclarecido(a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, marque, ao final deste documento, que concorda, inserindo seus dados para contatos futuros. Em caso de recusa você não será penalizado(a) de forma alguma. Apenas assinale sua não concordância e finalize a sessão.

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:
 Título do Projeto: Design no Brasil: uma cartografia sobre os formandos em Design e a identidade do campo no país
 Pesquisador Responsável : Luciana dos Santos Claro França (Jackeline Farbiarz – orientadora; Alexandre Farbiarz – co-orientador)
 Telefone para contato (inclusive ligações a cobrar): (21) 999354444
 Pesquisadores participantes: Luciana dos Santos Claro França
 Telefones para contato : (21)25892604 / 99354444

- ◆ Esta pesquisa tem como intuito verificar quais as percepções, dos formandos, sobre o campo do Design. Objetivamos, através de poucas perguntas, compreender o que o aluno pensa e reflete sobre o campo.
- ◆ A coleta de dados será realizada com alunos de último período de várias faculdades do Rio de Janeiro, por meio de formulário online.
- ◆ Todas as informações registradas nos formulários serão utilizadas somente para este estudo. Caso suas palavras sejam citadas na tese, você não será identificado por meio de seu nome ou descrição física. Você será designado por uma letra do alfabeto ou pseudônimo.
- ◆ Participando desta pesquisa você contribuirá para um estudo original e para a constituição de uma cartografia sobre a percepção dos futuros designers acerca do campo e suas expectativas atuação futura.

Figura 5 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido disponível no questionário

O questionário foi disponibilizado a partir do segundo semestre de 2014 e os dados foram compilados até o final do primeiro semestre de 2015. Nesse período, de quase um ano de coleta, apenas 24 alunos responderam ao questionário, dentre os quais, 3 foram desconsiderados por cursarem habilitações diferentes de Design Gráfico ou Comunicação Visual. Assim, o recorte apresenta respostas de alunos de uma mesma universidade do Rio de Janeiro.

O questionário foi composto por três perguntas abertas e genéricas, ou seja, que dão liberdade ao respondente para emitir suas opiniões, minimizando os direcionamentos. As perguntas abertas visaram conseguir respostas abrangentes, contudo sabíamos da possibilidade de respostas pontuais ou óbvias, mas os respondentes tiveram a oportunidade de refletir e exprimir toda e qualquer opinião, podendo, assim, alcançar algo mais profundo e complexo.

Nas questões abertas solicita-se aos respondentes para que ofereçam suas próprias respostas. [...] Este tipo de questão possibilita ampla liberdade de resposta. Mas nem sempre as respostas oferecidas são relevantes para as intenções do pesquisador. (GIL, 2011, p. 122)

Assim, com esse questionário, objetivou-se diagnosticar o quão efetivas foram as perguntas/respostas características do público-alvo e mudanças necessárias para a implementação do questionário final.

O piloto foi composto pelas questões:

1. Para você, o que é design?
2. No campo do design, quem te inspira?
3. Após o término da faculdade, como você pretende atuar no campo do design?

4.3. O design para os alunos de uma universidade do Rio de Janeiro

Iniciamos a apreciação dos dados coletados no piloto por meio da análise de conteúdo. Novamente utilizamos a ferramenta Many Eyes, da IBM, para a construção de um quadro imagético de conceitos recorrentes que serão utilizados como parâmetro para a seleção da amostra a ser analisada.

Optamos por utilizar a questão 1 como recorte inicial, já que apresenta a questão alicerce da pesquisa. Ao inserirmos os discursos dos alunos na plataforma Many Eyes, obtivemos o seguinte quadro de resultados:

n°	Para você, o que é design?	No campo do design, quem te inspira?	Após o término da faculdade, como você pretende atuar no campo do design?
1	Design para mim é melhorar os aspectos funcionais, ergonômicos e visuais de um produto, de certa forma que melhore o conforto, a segurança e a satisfação dos usuários. O design é o meio de adicionar valor aos produtos e ou mensagem. A palavra-chave do design no meu ponto de vista é "função" e se não há função, não pode existir design. Como afirma Alexandre Wollner "design é projeto ".	Tudo me inspira no campo do design, mas mesmo assim segue alguns: Alexandre Wollner, Raphael Eifler, Montalvo Machado, etc. etc. etc.	Já sou atuante na área, sou Diretor de Arte em uma agência, e criei um estúdio de Design com mais um amigo... e sou ilustrador nas horas vagas. kkk
Análise do discurso 1	Nesse discurso, percebe-se o design como algo que transforma, melhorando um produto. O enunciador cita a funcionalidade como centro do design, ou seja, há uma relação direta entre design e usabilidade. A palavra <i>projeto</i> surge como citação de um designer famoso no campo.	Influência de designers atuantes no campo.	Já possui experiência no campo, com direção de arte. Parece ter uma <i>expertise</i> voltada para o mercado.
2	É o resultado do processo no qual um problema é submetido. Esse processo é o projeto que tem suas etapas: Problematização, levantamento de dados, geração de alternativas e a solução. O problema pode ser um objeto real ou virtual e também um serviço pra atender as necessidades do homem.	Artistas gráficos que atuam nos mais variados segmentos do audiovisual (Cinema, TV, Web, Games e dispositivos móveis).	Pretendo atuar no campo do audiovisual como Motion Graphics. Essa expressão é relativamente nova e está cada vez mais tornando-se uma linguagem. Tendo em vista que se multiplica em várias pré-formatações do cinema, TV e vídeo usando linguagens do design. Mas o meu trabalho não se restringe apenas às artes visuais. A sonorização das peças e

			programas de TV também estão inclusos nas minhas competências profissionais. Por isso acredito que essa expressão Motion Graphics possa sofrer alguma modificação no futuro.
Análise do discurso 2	Nesse discurso, o design é apresentado pelo enunciador como solução para problemas relacionados ao homem e à sociedade. É o resultado de uma ação para sanar o problema, contudo podemos perceber o design como uma metodologia também, já que o enunciador cita etapas do processo de design. A palavra <i>projeto</i> especifica uma metodologia de projeto.	Não especificou pessoas, apenas segmentos do setor audiovisual.	Pretende atuar em um nicho específico do mercado – audiovisual.
3	Design é a atividade que soluciona problemas relacionados a projetos gráficos e de produto. Seus conceitos são utilizados também para desenvolver projetos relativos a sistemas e à sociedade, sempre com foco no usuário, no ser humano.	Steve jobs ainda é o cara. Pensava como gestor, como empresário e como usuário.	Já estou no mercado há alguns anos, mas o foco agora é desenvolver projetos de <i>branding</i> , projetos também que tenham benefícios muito claros ao usuário e pra sociedade, além de aplicar conceitos de design em empresas.

Análise do discurso 3	Nesse discurso, novamente o design é relacionado à solução de problemas com vistas a atender necessidades da sociedade, dentro das principais vertentes do campo: comunicação visual e projeto de produto. As palavras <i>sistema</i> , <i>sociedade</i> , <i>usuário</i> e <i>humano</i> demonstram que o enunciador tem uma ideologia pautada na ergonomia e usabilidade. A palavra <i>projeto</i> surge apenas para designar duas vertentes nas quais o designer pode atuar	Inspira-se em um empreendedor/gestor de negócio.	Atuação voltada para a gestão de marcas e de empresas.
4	Design é criar com um propósito útil. A expressão da criatividade trabalhada a fim de encontrar uma necessidade e projetar o que é preciso para supri-la. Seja em qual for a área, um bom design traz boas soluções para um problema.	Me inspiro ao conhecer pessoas bem-sucedidas e satisfeitas pessoalmente trabalhando apenas com design, em uma área tão concorrida atualmente. Mas, me inspiro também pelos jovens que não desanimam com as dificuldades da profissão e reinventam formas novas de fazer design.	De qualquer forma, de qualquer lugar, mas atuando no campo de design. Nos próximos meses, meu principal objetivo é apenas me manter na área que estudei com muito interesse nos últimos anos para, em um futuro próximo, estar em uma grande corporação ou lecionando em uma universidade.
Análise do discurso 4	No discurso 4, o design é abordado, pelo enunciador, como algo transformador que traz sentido à existência de um produto: utilidade. Existe para detectar necessidades e supri-las em qualquer campo, pode-se entender o design como interdisciplinar. A palavra <i>projetar</i> representa a ação de fazer design.	Não especificou designers/acadêmicos. Cita, de forma geral, pessoas que atuem no campo.	Atuação na área docente/acadêmica. Apresenta desejo de atuar em uma grande empresa, mas sem especificar em qual nicho.

5	Design é projetar , é desenvolver todo um projeto atendendo as necessidades do cliente.	Me inspiro em pessoas criativas, em especial, um videografista que trabalha comigo; além de me inspirar, ele me incentiva e me apoia em tudo o que eu faço.	Pretendo fazer cursos para especialização em <i>softwares</i> e atuar com desenvolvimento de SIVs [Sistema de Identidade Visual], edição de imagens e manipulação de vídeos.
---	---	---	--

Análise do discurso 5	Nesse discurso, design é sinônimo da palavra <i>projetar</i> : a ação de fazer design. Essa ação está atrelada ao propósito de suprir lacunas apresentadas por um dado cliente. Ao usar a palavra <i>cliente</i> , o enunciador transmite uma percepção mais mercadológica do design	Tem como referência o parceiro de trabalho.	Atuação voltada para projetos de identidade visual e audiovisual.
---------------------------------	--	---	---

6	Entendo por design como a parte conceitual das etapas de criação de projetos voltados para o desenvolvimento de peças gráficas ou industriais por exemplo. Consiste também na profissão a qual aprimora as necessidades de diversas áreas do saber (correlatas ou não) de modo que otimize cotidiano humano.	Não respondeu.	Desenvolvendo projetos de identidade visual e web.
---	---	----------------	--

Análise do discurso 6	No discurso 6, identifica-se o design como conceito e atuação (profissão). O enunciado demonstra que projeto é o centro da questão, e o design seria um alicerce conceitual. A palavra <i>projeto</i> se relaciona à profissão e atuação dentro das vertentes design gráfico e de produto, mas também se relacionando com outros campos do saber, demonstrando, assim, uma interdisciplinaridade do design objetivando atender às necessidades humanas. A palavra	Não respondeu.	Atuação pontual nos setores de desenvolvimento de identidades visuais e sites.
---------------------------------	---	----------------	--

humano demonstra uma formação ideológica vinda da ergonomia.

7	É o ato de projetar e desenvolver itens para as diversas áreas, que sejam funcionais e ao mesmo tempo com beleza capaz de chamar atenção para si. É também saber fazer diferente o que já existe e transformar em algo cada vez melhor.	Sou apaixonada por capas de livros, CDs e cartazes sobre música e filme. Essa paixão, inclusive, foi o que me levou a estudar design.	Ainda não tenho total certeza de que campo seguir, pois a área do design tem se mostrado cheia de profissionais e com pouco reconhecimento. Por já ter formação em Pedagogia, é possível que siga para o campo dos estudos ou pesquisa na área de design.
Análise do discurso 7	Nesse discurso percebe-se que o design é atuação, desenvolvimento e transformação, com vistas a tornar um produto belo e funcional. O enunciador entende que o design é o desenvolvimento de produtos para diferentes áreas da sociedade. A palavra <i>projeto</i> aparece como a ação de fazer design. Entende-se o design como melhoria.	Não especificou designers/teóricos, apenas a vertente que lhe interessa.	Pesquisa na área acadêmica do campo.

Tabela 7 – Respostas e análises para o piloto da pesquisa

4.4. Análise preliminar

No primeiro discurso apresentado, o enunciador 1, por já atuar como diretor de arte e ter como inspiração designers atuantes no mercado, apresenta um discurso mais voltado para negócios, no qual o design é função, funcionalidade, teria um caráter mais pragmático, voltado para a usabilidade.

O enunciador 2 percebe o design como metodologia fragmentada em quatro grandes etapas voltadas para a solução de problemas. Por atuar no segmento audiovisual, seu olhar e inspirações encontram-se nesse setor.

No terceiro discurso, o enunciador 3 apresenta um foco para a atuação em gestão de marcas e negócios, o que se reflete no enunciado, já que apresenta como inspiração Steve Jobs; e entende design como solução para problemas gráficos e de produto, com uma ideologia pautada na ergonomia e no utilitarismo.

O enunciador 4 deseja trabalhar no mercado e no âmbito acadêmico e tem como inspiração pessoas atuantes no setor. Seu discurso corrobora essa visão voltada para o mercado, por definir design como utilidade voltada para suprir demandas.

No quinto discurso, o enunciador 5 explicita design como ação, como um fazer voltado para suprir necessidades. Já atua como designer e tem como inspiração um colega do setor audiovisual. Uma visão de design bastante voltada para a vertente gráfica e para o mercado desse setor.

O enunciador 6 entende o design como uma conceituação, um alicerce de projeto, e fragmenta o campo nas vertentes visual e produto. Não tem atores que lhe inspirem na atuação e busca uma atuação nos nichos de sistemas de identidade visual e desenvolvimento de sites. Por meio de seu enunciado, transparece uma percepção de design como método, com formação ideológica advinda da ergonomia.

Finalmente, no sétimo discurso, o design é apresentado como ação, transformação. Inspira-se em trabalhos editoriais, mas sem atores específicos, e pretende atuar com pesquisa acadêmica. Identificamos, assim, uma percepção múltipla sobre o design.

Nesse levantamento, pode-se perceber uma formação discursiva na qual a ideologia predominante é a do design relacionado à resolução de problemas voltados para o mercado, ou seja, uma formação discursiva baseada na **escola americana de design (EA)**, com algumas influências da ideologia ergonômica. Suprir necessidades, ter utilidade, ter função, sempre considerando o usuário/cliente.

4.5. Considerações preliminares

Considerando os dados levantados nesse piloto, foi possível criar um paralelo deste com o quadro de Biar (2015), obtendo-se o resultado da figura 7:

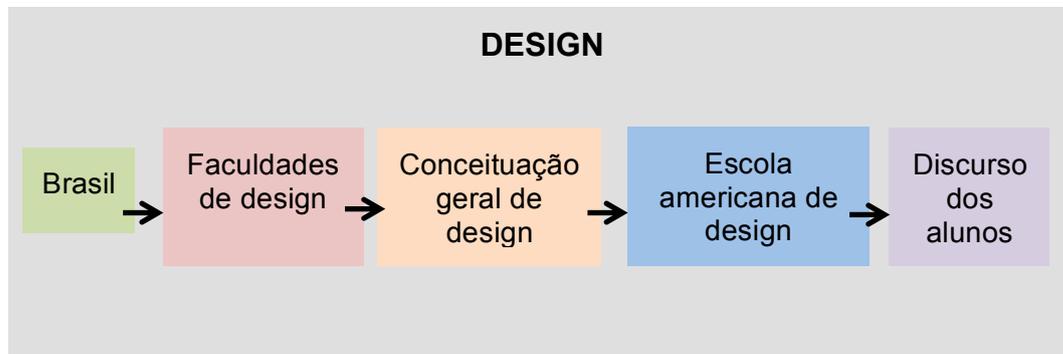


Figura 7 – Paralelo entre a estrutura da análise do discurso de Biar (2015) e a presente pesquisa

Os termos mais recorrentes, na análise de conteúdo, foram *projeto(s)*, *problema (problematização, problemas)* e *vida*. No capítulo 3, ao realizar a análise, obteve-se os seguintes termos recorrentes: *forma*, *produto* e *designer*. Mesmo com termos diferentes, é possível estabelecer o paralelo entre eles, demonstrado na figura 8:

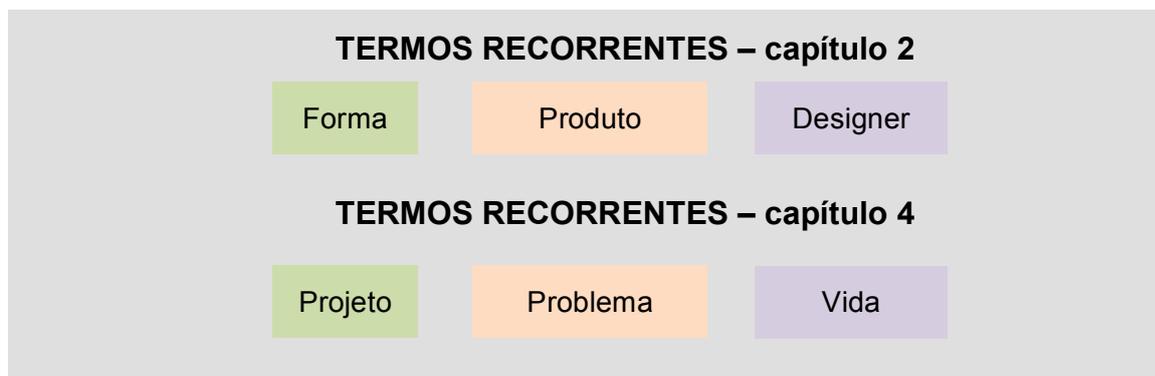


Figura 8 – Termos recorrentes nos capítulos 2 e 4

Entendemos como *projeto* a metodologia a ser desenvolvida, aplicada; *problema* como um direcionamento à resolução a ser adotada em um projeto; e *vida* como a relação social que o campo apresenta: design feito, pensado, para e com a sociedade, suprimindo necessidades. Leite (2008, p. 272) afirma que:

O projeto em Design – em nosso entendimento mais restrito do termo – difere do projeto em outras disciplinas projetuais, por nele haver um procedimento e uma postura transdisciplinar que implica a apropriação compreensiva do problema a ser enfrentado.

Ou seja, o projeto parte da busca de solução de um problema para o aprimoramento de objeto, serviço, situação, ação, que impactará diretamente na sociedade.

É possível concluir, a partir dos discursos analisados, que, na amostra em questão, há uma forte influência de percepções estrangeiras sobre design e atuação. O design nos Estados Unidos, ou a **EA**, tem uma forte relação com metodologia e processo de produção (produção em larga escala, produtos modulares e padronizados, sequência de produção, organização/gestão e tecnologia de produção), além de estabelecer ligação com a ergonomia e com o tecnicismo. Essa escola busca a eficácia, a eficiência dos produtos e o lucro, visto que se estabelece em uma sociedade capitalista, com foco no consumidor/cliente. Na **escola britânica (EBt)**, o design tem uma forte relação com inovação, linguagem, processo. O design é entendido como serviço que tem impacto social, um papel social, e sempre busca/direciona a uma reflexão e não apenas ao “fazer”, “executar” design. Seu caráter interdisciplinar é inerente. E a **escola brasileira (EBr)** tem grande relação com a britânica, contudo com um caráter fortemente social, compreendendo a responsabilidade social do design para a melhoria da vida das pessoas e da sociedade. O design é visto como processo, projeto, pensamento, tecnologia, atividade artística, intelectual e técnico-industrial, buscando sempre uma forma de mostrar/considerar a identidade brasileira e a cultura local em seus resultados.

O design voltado para a supressão de lacunas e para as demandas sociais por produtos é característico da **EA** e as respostas obtidas nas questões 2 e 3 do piloto reforçam essa percepção. Na questão 2, apenas dois indivíduos da amostra citaram personalidades do campo do design. Nos demais retornos, as respostas são mais voltadas para uma determinada área/vertente do design, não a pessoas. E, na questão 3, as respostas transmitem uma atuação diretamente ligada à produção e não ao design enquanto serviço.

Com esse piloto, é possível identificar que muitas respostas se demonstraram genéricas e com pouca familiaridade com personalidades do campo do design, sugerindo um distanciamento do universo escolar (faculdade/universidade) da realidade. Assim, faz-se necessário mudar as questões e sua ordem. Na questão 2, buscávamos repostas focadas em figuras atuantes no campo ou importantes na academia.

Na questão 3, detectamos alguns formandos já atuantes no mercado. Talvez esse fator influencie suas percepções e a ideologia inscrita no discurso. Sendo assim, acreditamos ser necessário iniciar o estudo de caso com as seguintes questões: “Você já trabalha ou trabalhou no campo de design (estágio, *freelancer*, contrato, carteira assinada)? Explícite com o que você trabalha ou deseja trabalhar”, ou ainda, “Dê exemplo de um projeto que você desenvolveu, profissionalmente ou como estudante de design, que você tem orgulho de ter no seu portfólio. Exemplifique também um projeto que você preferia esquecer ou não ter participado. Por que você se sentiu assim com cada um desses projetos?” .

Por meio dessa questão inicial, buscou-se engajar o aluno na pesquisa, relatando um pouco da sua realidade ou da que almeja.

Sequencialmente, foram arguidos sobre: “No campo do design, nomeie uma pessoa que te inspira. Explique o porquê.”

E, após essas primeiras reflexões, espera-se que o aluno esteja envolvido o suficiente com a pesquisa para responder a principal questão: “E para você, o que é design? Se você tivesse que dizer para alguém o que é o design, como você descreveria?”.