

é necessário que a carga de trabalho da equipe seja superior à capacidade de execução de um único indivíduo, para que o grupo tenha maior chance de sucesso.

Assim, é possível inferir que a complexidade da tarefa é um fator relevante para o desempenho de um grupo de trabalho. Designers precisam trabalhar em equipe para conseguir lidar com a alta complexidade dos projetos. Por outro lado, o grau de complexidade também influencia o nível de colaboração.

### 3. ESTUDO DE CASO

A presente seção trata da aplicação do workshop de DT em duas turmas do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, do Centro Universitário Curitiba - UNICURITIBA nos anos de 2014 e 2015. Conforme as classificações de Gil [22, p. 139] este artigo trata de um estudo de caso instrumental, pois tem “o propósito de auxiliar no conhecimento ou redefinição de determinado problema”. Assim, visa oferecer uma contribuição à prática do DT no contexto da educação superior. Para a compreensão sobre como se desenvolveu o estudo, a seguir são apresentadas as etapas que culminaram na avaliação dos alunos do quarto e último módulo do referido curso, na disciplina de *Marketing* e Design.

#### 3.1 Justificativa

A escolha da utilização do workshop de DT como instrumento de ensino e avaliação deveu-se à busca por uma configuração diferente e talvez inovadora no contexto universitário brasileiro. A proposta objetivou explorar a forma de pensamento e processo projetual colaborativo do designer para o encontro da solução a partir de um desafio proposto.

Outro aspecto a ser aqui enfatizado é que, não obstante o fato de tal avaliação ser considerada não usual pelos alunos, os mesmos foram estimulados a abordar o conteúdo da disciplina da mesma forma como estão habituados, como se fossem ser avaliados pelo modo tradicional.

De acordo com as premissas do DT, um workshop torna-se mais rico à medida que materiais de representação tridimensional e gráficos são utilizados para simbolizar os

conceitos a serem propostos pelas equipes durante o desenvolvimento do processo criativo. Assim, foi solicitado anteriormente às equipes, formadas por 4 ou 5 integrantes, que trouxessem tais materiais. Entre eles, folhas de papel sulfite tamanho A0, bonecos, minibrinquedos, papéis coloridos, tesoura, cola, fita adesiva, canetas hidrográficas e outros à livre escolha. Os alunos foram avisados previamente que o workshop aconteceria durante 4 horas.

#### 3.2 A Proposição do Desafio

Na proposta original de um workshop de DT [7] o desafio a ser solucionado é compreendido como uma das fases. Contudo, neste estudo, optou-se por propor aos alunos um desafio previamente determinado. Tal decisão foi tomada por dois motivos: 1) o objetivo do workshop era o de substituir uma avaliação formal previamente preparada; 2) se a proposição do desafio ocorresse com a colaboração dos alunos, seria necessário aumentar o tempo de desenvolvimento do workshop, e isso, inviabilizaria sua aplicação.

#### 3.3 O Desafio e seu Contexto

A disciplina de *Marketing* e Design tem por objetivo apresentar o universo da prática de marketing e sua interface com o design, especialmente na área do design gráfico. Assim, no primeiro bimestre o conteúdo fundamenta o conceito de *Marketing Mix*, ou seja, as ferramentas de marketing (composto de produto, composto de preço, composto de distribuição e composto promocional). No workshop, optou-se por apresentar uma linha de produtos de uma empresa paranaense que atua num segmento de mercado direcionado a produtos saudáveis e de baixas calorias. Os produtos escolhidos foram os chocolates Diet em suas diversas apresentações. Esta empresa sofre forte concorrência de outras mais conhecidas e que atuam em todo o território nacional.

Diante de tal contexto, o desafio proposto foi: utilizando os recursos do design, como fazer com que mais clientes consumam os chocolates diet da empresa, no mercado de Curitiba? Para atender ao desafio proposto os alunos foram orientados a se pautar no mix de marketing e no planejamento de marca (que faz parte do