

Uma revisão das estratégias de design no Brasil

Review of the strategies for design in Brazil

Raulik, Gisele; Mestre; University of Wales Institute Cardiff

graulik@designwales.org

Fonseca, Ken; Mestre; Universidade Federal do Paraná

ken@ufpr.br

Pougy, Geraldo; Diretoria Superintendente; Centro de Design Paraná

pougy@centrodedesign.org.br

Miasaki, Deborah; Diretora Geral; Ingetech

deborah@centrodedesign.org.br

Resumo

O presente artigo apresenta uma visão em perspectiva das estratégias de promoção e disseminação do design no Brasil com fins de desenvolvimento econômico e aumento da competitividade da indústria brasileira. Com ou sem suporte do governo, programas de design têm sido desenvolvidos com frequência no país, desde o século 19. Este estudo apresenta uma revisão desta história e, a partir dela, um quadro do atual plano estratégico do governo nacional para o fomento do design no Brasil e recomendação para a avaliação do impacto deste plano na economia brasileira.

Palavras Chave: políticas de design; desenvolvimento; gestão.

Abstract

This paper presents a review of the strategies for promotion and dissemination of design in Brazil for purposes of economic development and improvement of industry competitiveness. With or without government support, strategies for design have been taking place in Brazil since the 19th century. This study presents a review of this history and an overview of the current government strategic plan for the promotion of design in the country. The paper concludes with recommendation for the evaluation of impact of this plan on the Brazilian economy.

Keywords: *policy, development, management*

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Introdução

Hoje, a grande maioria dos países dedica esforço para o fomento ao uso do design. As estratégias adotadas variam em cada país: alguns optam por programas isolados, outros desenvolvem políticas para o design em planos mais elaborados. Em muitos países a promoção do design é parte integrante das estratégias de exportação, promovendo a imagem do país internacionalmente e melhorando a competitividade dos produtos (Cawood et al. 2004).

No Brasil, com ou sem suporte do governo, programas de design têm sido desenvolvidos desde o século 19. Este artigo apresenta uma revisão desta história e, a partir dela, uma visão do atual plano estratégico do Governo Federal para o fomento do design no Brasil e recomendações para a avaliação do impacto do design na economia brasileira.

Estratégias de Design

Para facilitar compreensão das estratégias de design este artigo usa as categorias Suporte, Promoção, Educação e Políticas (Raulik 2008), de acordo com abrangência, função e público.

Iniciativas de **Promoção** são focadas no público geral e empresas, geralmente com o objetivo de fomentar o reconhecimento dos benefícios do design através de exposições, prêmios, conferências, seminários, publicações.

Suporte pode ser resumido em 3 palavras: prática, assessoria e indústria. O objetivo: suprir a deficiência das empresas, principalmente pequenas e médias, que não possuem recursos para integrar design em suas atividades.

Educação inclui ensino formal e treinamento profissional. Um país deve formar bons profissionais a fim de suprir as demandas criadas por programas de promoção e suporte.

Planos estratégicos ou políticas governamentais são necessários para articular e direcionar os diversos programas. Juntos, os 4 elementos formam o sistema de design em um país (figura 1).



Figura 1: Diagrama representativo do sistema nacional de design

Metodologia de Pesquisa

Este estudo está baseado em informação coletada entre 2006 e 2008. Entrevistas semi-abertas foram realizadas em dezembro de 2007 com pessoas atuantes na área do design no país. A coleta de informação primária, revisão de literatura disponível, consulta a documentos institucionais das organizações citadas completaram a metodologia de coleta de informação.

Revisão Histórica das Estratégias de Design no Brasil

Não está claro quando as estratégias ligadas ao design começaram no Brasil, mas é possível levantar fatos relevantes no século 19. Em 1809 o Brasil se tornava a quinta nação no mundo a ter uma legislação dedicada a patentes, desenvolvendo um “efetivo sistema de proteção para o desenvolvimento da indústria nacional” (Rodrigues 1973 apud Rezende 2005). Em 1875 um sistema para registro de nomes e imagens também foi desenvolvido. Cardoso (2005) explica que o ensino do design também iniciou na metade deste século quando uma disciplina correspondente a “desenho industrial” passou a ser ministrada na Academia Imperial de Belas Artes.

No entanto o reconhecimento do design como atividade, disciplina e profissão só aconteceu na metade do século 20, com dois marcos: o Instituto de Arte Contemporânea IAC do Museu de Arte de São Paulo em 1951 e a Escola Superior de Desenho Industrial ESDI (RJ) em 1963 (Cardoso 2005; Niemeyer 2007). A partir destes dois acontecimentos, o design no Brasil passou a se estruturar e iniciativas tomaram força nos estados brasileiros.

Foi a época da abertura da Associação Brasileira de Desenho Industrial ABDI em 1963, e das Bienais Internacionais no RJ (68, 70 e 72). O Instituto de Desenho Industrial IDI do MAM-RJ e o Núcleo de Desenho Industrial do CETEC em MG foram abertos em 1968 e 1970, tornando-se responsáveis por importantes projetos institucionais. Em 1975 a Federação das Indústrias de SP estabeleceu o primeiro Núcleo de Desenho Industrial NDI e no mesmo estado aconteceu o 1º Encontro Nacional de Design.

Nos anos 80, com a participação de Gui Bonsiepe, o CNPq implementou um programa de apoio ao design e três centros de design foram abertos. O LBDI (1984-97), associado ao centro tecnológico da UFSC, tornou-se um dos mais importantes institutos de pesquisa em design da América Latina.

Um programa de âmbito nacional só surgiu em 1995, quando o Governo Federal lançou o Programa Brasileiro do Design PBD com 5 subprogramas: promoção; informação; capacitação; integração; articulação e fomento.

Iniciativas institucionais e privadas também surgiram na década de 90 como o Brasil Faz Design e Objeto Brasil (Leal 2007).

O PBD também incentivou a criação de programas estaduais de design na década de 90 como em SP, BA e PR. Em alguns estados incluía a criação de centros de design. Este foi o caso do Centro SP Design e do Centro de Design do PR ambos ainda operantes. O centro paranaense destacou-se na assessoria a empresas com o programa Criação Paraná (2002 e 2005).

Em 2002 o SEBRAE lançou o Via Design, provavelmente o mais audacioso plano e investimento em design no Brasil. Cem centros e unidades de design foram implantados no país em uma rede concebida para oferecer apoio a micro e pequenas empresas e artesãos. O apoio financeiro do programa foi mantido até 2005. Após este período cerca de 30% das iniciativas fecharam.

Em 2004, foi lançado o edital para a indução e operacionalização de Incubadoras de Empresas de Design contemplando 19 projetos em diversos estados.

Em 1990 e 1992, o governo do Paraná organizou a 1ª e 2ª Bienal Brasileira do Design para promover o design brasileiro. Em 2006 uma nova mostra denominada 1ª Bienal Brasileira de Design teve lugar em SP e tornou-se um importante evento de promoção do design brasileiro, organizada pelo MDIC e o Movimento Brasil Competitivo.

Entre 2004 e 2006, um programa de capacitação de unidades de design foi implementado pela Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica ABIPTI em parceria com o SEBRAE e o Ministério da Ciência e Tecnologia.

Em 2007 o Programa Brasileiro de Design lançou o documento PBD 2007-12, que estabelece prioridades e objetivos para as estratégias de design no país (PBD 2007).

Panorama Atual

As principais instituições de design do país estão representadas na figura 2.

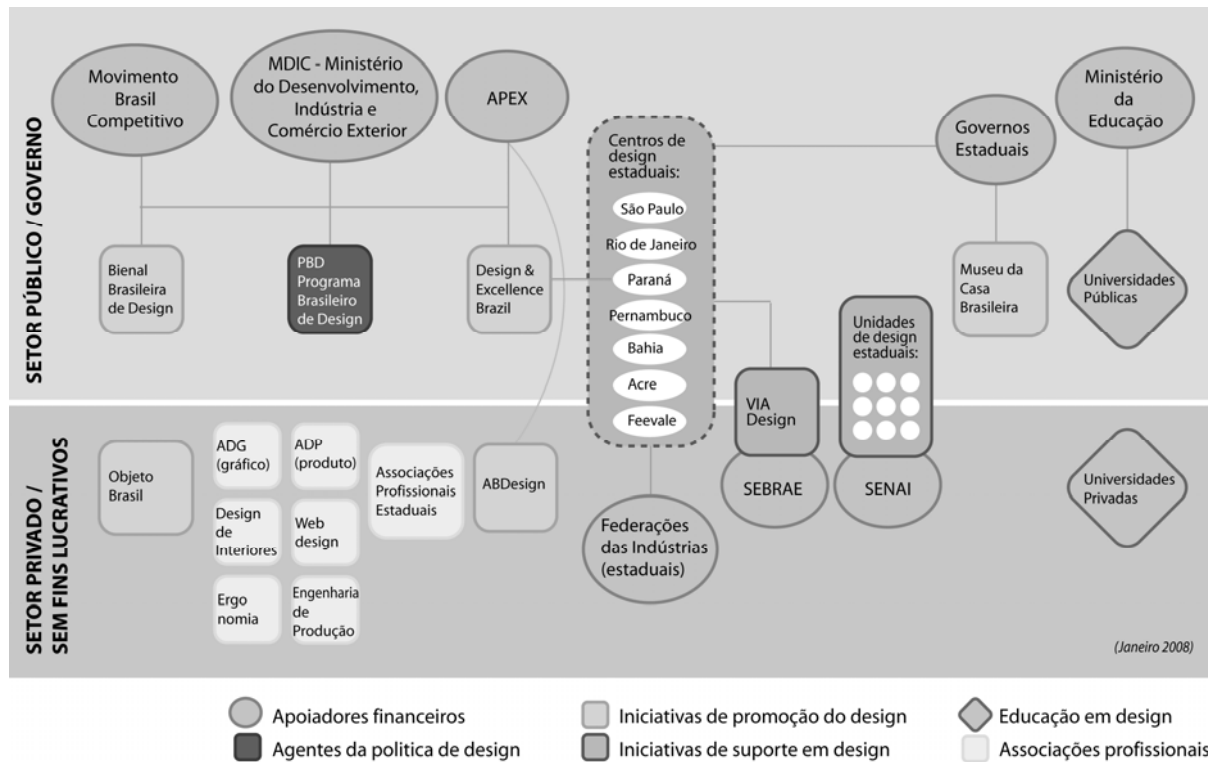


Figura 2: Representação do sistema de design no Brasil (Janeiro 2008)

São várias as iniciativas em **promoção do design** que acontecem todo ano em todo o território nacional. Entre elas, o Design Excellence Brazil visa promover o reconhecimento internacional do design de produtos brasileiros. O portal DesignBrasil mantém uma rede de informação em design na internet desde 2004. O número de prêmios e concursos é crescente, com destaque para o prêmio Museu da Casa Brasileira, uma das poucas mostras de design que se mantêm regular no calendário nacional, além da Bienal da ADG Associação de Designers Gráficos do Brasil desde 1990. O Prêmio CNI de Gestão do Design é exclusivamente voltado para empresas desde 1998. Seminários de destaque no calendário nacional: Mostra ABRE de Design de Embalagem; Circuito Gaúcho de Design, Design Fórum e Design to Business.

Dois programas de **suporte** se destacam: o Senai de Gestão do Design e o Via Design. Núcleos estão ligados a Universidades ou entidades de classe para o atendimento de cadeias produtivas específicas. SENAI dispõe de uma rede de 26 núcleos especializados. Algumas incubadoras tecnológicas também trabalham em inovação e design. A infraestrutura brasileira para suporte em design também conta com centros nos estados (ex: SP, PR, RJ, PE, RS).

Educação em design em nível superior cresce de tal modo que não há informações exatas sobre o número de cursos. Segundo o Ministério da Educação são mais de 300 cursos de graduação ou tecnólogo. Pós-graduação conta atualmente com seis instituições com programas de mestrado e o primeiro doutorado foi lançado em 2002 pela PUC-Rio.

Em 2007 o PBD lançou o **planejamento estratégico** para o período 2007-12. O plano define que o PBD será resultado de diversos projetos conduzidos de forma independente pelas muitas organizações que vierem a compor a rede, com dois objetivos: aumentar a capacidade inovadora das empresas brasileiras e aumentar o reconhecimento dos produtos brasileiros no mercado internacional.

Considerações gerais

Este artigo apresenta uma visão das estratégias de disseminação do design no Brasil. A narrativa histórica dessas estratégias teve o objetivo de apresentar uma revisão do que já foi realizado. O quadro atual para o fomento do design no país fornece um panorama do potencial deste setor.

Estratégias de design são estabelecidas para suprir uma deficiência de mercado ou da sociedade. No Brasil ainda é preciso aumentar a percepção de que o design possa ser efetivamente estratégico para benefício do país. Uma das razões para esta deficiência é a falta de avaliação dos impactos desses programas na economia nacional. Sugere-se que este tema seja mais amplamente debatido dentro dos meios acadêmicos, com o estímulo a estudos regionais e setoriais que gerem referências e métodos melhor estruturados de modo a aprimorar a avaliação de impactos econômicos causados por programas de design.

Esse artigo buscou contribuir para a discussão de políticas e programas de design no Brasil. Muito mais do que simplesmente valorizar a profissão “design”, o que se procura é aumentar a competitividade das empresas brasileiras e, ao final, beneficiar toda a sociedade.

Referências

- CARDOSO, R. **O Design Brasileiro Antes do Design**. Cosac Naify. São Paulo. 2005.
- CAWOOD, G. LEWIS, A. & RAULIK, G. **International Perspectives on Design Support for SMEs**. Design Management Review, Vol 15, Nº. 4. 2004.
- LEAL, J. J. ‘**An Overview of the History of Brazilian Design**’. In 1st Brazilian Design Biennial, arte3, São Paulo, pp. 54-115. 2007.
- NIEMEYER, L. **Design no Brasil: Origens e Instalação**. 4ª Edição. Editora 2AB. Rio de Janeiro.
- RAULIK, G. LARSEN, P; CAWOOD, G; LEWIS, A. **A comparative analysis of strategies for design in Finland and Brazil**. DRS2008 - Design Research Society Conference. 16-19 Julho 2008. Sheffield, Inglaterra. 2008.
- REZENDE, L. L. ‘**A Circulação de Imagens no Brasil Oitocentista: Uma História com Marca Registrada**’. In O Design Brasileiro antes do Design: Aspectos da História Gráfica, 1870-1960, R. Cardoso, ed., Cosac Naify, São Paulo, pp. 20-59. 2005.