EXCELÊNCIA NO DESIGN: UMA NECESSIDADE DE FORMAÇÃO E DE COMPETITIVIDADE NO MERCADO

Prof. Me. Luis Emiliano Costa Avendaño[1]

Resumo

A globalização dos mercados, a necessidade de ganhar competitividade nas empresas fez com que aumentasse a procura pelo diferencial vindo do design, ao mesmo tempo esta competitividade veio para os designers, onde se percebe que cada vez mais existe uma pressão para atender aos desafios deste mercado sem fronteiras, não simplesmente com qualidade e criatividade, mas com excelência e visão estratégica, até para poder concorrer com escritórios de design estrangeiros que acabam concorrendo com os nacionais, urge então, desenvolver estes parâmetros de excelência na formação dos designers e na atuação dos próprios profissionais para se inserir, cada vês mais, com competência num mundo global.

Palavras-chave: Design, Competitividade, Excelência.

Abstract

The markets globalization, the need to gain a competitive edge in business caused by increased demand from the differentia coming from design, while this competitiveness came to the designers, where realize that every one you see there is more pressure to meet the challenges of this market without frontiers, not just with quality and creativity, but with excellence and strategic vision, in order to compete with design offices that end up competing with foreign nationals, it is urgent then develop these parameters of excellence in the training of designers and the performance of professionals themselves to enter each more competently in a global world.

Keywords: Design, Competitiveness, Excellence.

[1] Graduado em Desenho Industrial pela Pontifícia Universidad Católica de Valparaíso - Chile, mestre pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, professor de graduação e pós-graduação do Centro Universitário Belas Artes, consultor de design

Sumário

Introdução	03
O ensino do design	03
O trabalho de Conclusão de Curso - TCC	05
A procura de uma excelência	06
Considerações finais	08
Referencias bibliográfica	10

Introdução

O design e o designer em especial estão passando por um momento de amadurecimento que implica no reconhecimento de um novo pensar deste oficio. Desde o inicio da construção da profissão no Brasil, nos idos anos 50', que estava profundamente enraizada na fundamentação vinda das escolas de design da Bauhaus e Ulm, já passamos por um processo de emancipação muito bem defendido por posturas de designers competentes tanto nas suas análises teóricas como na prática da profissão, neste último caso este fato pode ser observado pelo reconhecimento da competência através dos diversos prêmios nacionais e internacionais[2] e pela vasta produção bibliográfica destes últimos dez anos. O reconhecimento do design brasileiro é dado pela *"...energia e a força da sua contínua renovação estética e cultural ...começa, por tanto, a apresentar como unicidade, após mais de quarenta anos de seu amadurecimento... sua identidade começa a ser reconhecida como sendo genuinamente brasileira"* (MORAES, Pág. 262). Mas isto não é suficiente para colocar o design/designer num patamar de reconhecimento no mercado que ainda o percebe como um ser estético e não como componente essencial para o sucesso de uma empresa. A empresa, independente do seu porte, acredita que o designer, com raras exceções, existe para dar um valor estético que em tese redundaria em aumento das vendas, sem perceber que o valor do design vai além do belo e da funcionalidade, esta análise acaba prejudicando o próprio designer que fica desvalorizado como profissional.

No Brasil, o design como negócio ainda não se estruturou, o próprio designer perde espaço para outros agentes já que não consegue pensar estrategicamente seu próprio oficio e menos a necessidade do cliente, o designer em particular, em especial o recém-formado ou com pouca experiência de mercado tende a se colocar como projetista de ideias, mas não como estrategista. Esta dificuldade nasce, não necessariamente da postura do próprio designer com todas suas deficiências cognitivas de base, vem do próprio ensino do design onde o aluno acaba saindo da faculdade sem uma formação empresarial, de empreendedorismo e de gestão que lhe permita não só se colocar como um ente competitivo, mas principalmente como um solucionador de negócios da empresa. É necessário resgatar o design dentro destes parâmetros iniciando este processo pelo ensino do oficio.

O ensino do design

Esta deficiência precisa ser corrigida com urgência em virtude das mudanças de mercado pelas quais não só o Brasil está passando nestes últimos anos, como também o avanço das tecnologias que acabam mostrando as carências de mão de obra competitiva para resolver problemas de competitividade, deixando espaço para a inovação vindo de outros mercados e não gerando a própria inteligência. Viramos países produtores e não geradores de marcas e de inovação. Em parte a questão da inovação no Brasil tem mudado para melhor seja no âmbito das tecnologias ou em outras áreas do conhecimento, mas no momento de gerar novas experiências no consumidor final, área de atuação do designer, esta inovação ainda está engatinhando. Não se pode colocar a responsabilidade total no empresário já que este, por cultura própria, visa principalmente não só mostrar sua

[2] iF Product Design Award 2011, o Brasil teve seu melhor resultado dos últimos anos com 23 produtos premiados, o que mostra o potencial de produção do país.

competência num mercado altamente competitivo e geralmente engessante pelas leis, mas tem uma percepção clara da necessidade do lucro, e para chegar neste valor não necessariamente passa pela pesquisa e inovação. A relação entre empresa, designer e academismo precisa se integrar ainda mais.

A articulação destas novas estratégias de pensamento começa pelo próprio ensino do design e mais do que isso, pela estruturação de uma nova filosofia competitiva, por um lado precisamos formar acadêmicos de qualidade no ensino, por outro lado trazer experiências e novas estruturas didático-pedagógicas que visem a excelência da formação.

Esta estruturação passa por três pilares que tem que trabalhar em conjunto:

Escola; como fonte dos recursos humanos, não mais simplesmente técnicos da estética, mas nexialistas[3]. Escolas criativas que fogem das estruturas acadêmicas conservadoras dos últimos séculos, em especial do próprio layout da sala de aula, do professor que só passa conhecimento, mas não experiências.

Empresa; como ente competitivo e de inovação, espaço onde se desenvolve o ofício do designer.

Governo; como fonte de recursos e leis que permitam a esse estudante ser a solução qualitativa nos desafios da formação de uma mão de obra pensadora, criativa e executora da inovação.

É necessário estruturar uma grade que incluía:

- **Pensar o design** – através de disciplinas teóricas que permita que o aluno raciocine seu papel e ofício no ato de ser designer, principalmente que aprenda a compreender-se com ser humano e como componente social. O aluno deve pensar o design através da observação.
  Disciplinas básicas: Antropologia (conhecer as tribos, grupos sociais, movimentos sociais etc.), Filosofia (conhecer o eu e o outro), Sociologia (conhecer a sociedade), História da Arte e do Design Contemporâneo, História do Design Brasileiro (a procura de uma linguagem brasileira), Linguagens do Design.

- **Praticar (experimentar) o design** – indo além da prática simples da modelagem em ateliês, o aluno deveria se integrar mais na prática produtiva das suas ideias. Para que isto aconteça as IES deveriam gerar convênios com entidades que possuem laboratórios de experimentação de processos, seja gráfico ou de produto. O aluno deve pensar na experiência de quem vai usar ou interagir com a sua ideia,

[3] O profissional nexialista diferencia-se dos generalistas e dos especialistas por sua maneira de observar, apreender, refletir e concluir, procuram o nexo das coisas. Dono de interesse variado e incansável curiosidade, o nexialista atua como um roteador estratégico na solução de problemas. O nexialista é um eterno insatisfeito, não aceita o que é normatizado e padronizado. Tem o "por quê?" como seu mantra cotidiano. Tem dúvidas sobre tudo o que os outros tem certeza, e a certeza absoluta de que a solução de qualquer problema não está em receitas prontas, mas em uma abordagem *taylor made* e sinérgica de múltiplos ingredientes. É uma pessoa multidisciplinar por opção, e não por falta dela. Tem uma visão gestáltica e abrangente, mas não deixa de ir fundo naquilo que faz sentido para resolver o problema.
Fonte: http://www.nexial.com.br/iphone/nexialistas.html

Disciplinas básicas: Observação e Criatividade, Projeto do Objeto, Projeto Gráfico, Inovação e Tendências, Desenho de Observação, Desenho Técnico, Computação Gráfica (ensinar a criar com o *software*), Materiais e Processos (teoria e prática em campo), Ergonomia / antropometria (de interfaces de produto, gráfico e conforto ambiental).

- **Gerenciar o design** – necessariamente deverá passar por uma compreensão das disciplinas que gravitam em torno da gestão (marketing, sociologia, antropologia, entre outras). O aluno deve praticar a gestão através da montagem de casos reais, e esta prática pode ser iniciada no próprio TCC, que deveria ser uma oportunidade de negócios, um passo na empregabilidade, do inicio de um empreendedorismo, e não ser mais um TCC que fica nas prateleiras das IES. O aluno graduado tem dificuldade para gerar um diálogo estratégico com a empresa – seu cliente.
  Disciplinas básicas: Metodologia de Projeto, Gestão do Design, Marketing e Endomarketing, Empreendedorismo, Gerenciamento de projetos através de Softwares, Legislação e Normas, Praticas Gerenciais.

Em paralelo a estes três focos do ensino do design, as IES deveriam dar apoio prático que complemente as atividades normais do currículo através de cursos livres, como: Softwares Gráficos (ensinar o software), Fotografia (aprender a prática do observar), Modelagem (aprender o espaço tridimensional), entre outras.

Percebo como acadêmico, que o aluno é criativo, suas ótimas idéias de produtos e projetos gráficos são esquecidas nos intramuros das escolas de design, que poderiam alavancar a competitividade da indústria brasileira, mas, as vezes, por falta de vontade ou por falta de apoio, as mesmas ficam só na intenção. Chegamos até o ponto de que os próprios prêmios de design, em especial os primeiros lugares, não são inseridos no mercado, o interessante é que as próprias indústrias incentivam a criação deste prêmios (muito louvável e espera-se que continue assim), mas as mesmas, poucas vezes, viabilizam o próprio prêmio concedido.

O Trabalho de Conclusão de Curso – TCC

É importante colocar que um TCC pode ser um projeto conceitual que não necessariamente nasce de um problema observado, por outro lado sabe-se que o aluno entra na universidade majoritariamente com intenções de entrar no mercado. Deveria ser um grande momento de avaliação de competências e talentos dentro de um curso de design, mas esta avaliação ainda está longe da excelência. O aluno geralmente faz um TCC sem uma visão de mercado, sem pensar que poderia ser seu cartão de visita para conseguir um emprego, as IES exigem qualidade técnica e criativa na obra e nestes itens algumas escolas se destacam, mas poucas vezes cobram do aluno uma visão estratégica, de negócios, da proposta apresentada, geralmente não há um embasamento metodológico e raras vezes têm um cronograma.

O TCC, que tem que ser um trabalho de graduação absolutamente individual (nunca em grupo) deveria não só mostrar a solução ao problema apresentado como também dar

solução ao processo de inserção da proposta no mercado, analisando aspectos de interfaces, de experiência do usuário, de ergonomia, de sustentabilidade etc., ou seja, uma visão de realidade, urge então preparar o aluno para este desafio e exigir deles uma visão de contexto do seu projeto. Algumas escolas exigem que o aluno gere seu tema a partir de um cliente real, de um briefing já definido por uma empresa, outras colocam um tema genérico que deverá ser desenvolvido dentro de uma temática mais detalhada. As vezes as soluções ficam como hipótese que de fato não se sabe se vão dar certo ou não, ou seja, finaliza-se na idéia sem nenhuma interface com a sociedade real.

À procura de uma excelência

Dias atrás li numa publicação semanal brasileira de grande circulação[4], um ponto de vista sobre o significado da excelência dentro da construção de uma orquestra sinfônica em São Paulo, que em virtude desta procura de ser uma das melhores orquestras de referência no mundo o novo diretor teve que demitir quase que um terço dos componentes da orquestra devido ao conformismo com as antigas estruturas. Os demitidos não gostavam do risco, há muitos anos faziam o mesmo, estavam acomodados, era necessário mudar ou mudar-se. Vários entenderam que não é possível parar no tempo, era necessário perseguir a perfeição, ser o melhor.

Esta leitura me fez refletir sobre a excelência no ensino do design brasileiro e a primeira pergunta que veio à mente foi; qual é a escola de design do Brasil que pode ser considerada como referência em excelência? Qual seria a escola onde todos gostariam de estudar independente do investimento econômico? Não achei uma resposta. Ainda que haja várias escolas de qualidade no Brasil, dificilmente poderiam ser reconhecidas no mundo como referência. MORAN (2009, pág. 14) comenta *"poderemos criar algumas instituições de excelência, mas a grande maioria demorará décadas para evoluir até um padrão aceitável de excelência".* Lá fora temos o Politécnico de Milão (Itália), o Royal College of Art – RCA (Inglaterra), o Instituto Europeu de Design - IED (Itália), o Pratt Institute (Estados Unidos) entre outras, todas sonho de consumo dos alunos e recém-graduados das nossas escolas de design.

Numa lista apresentada pelo *Bloomberg/Businessweek*[5] com as melhores escolas de design no mundo, conforme critérios relacionados a **cenários de negócios** (*Design Thinking / Management Design),* onde as universidades estão tentando manter-se através da promoção do ensino que oferece suporte a uma abordagem interdisciplinar para resolver problemas. Apresentam os programas, oferecidos em escolas de negócios e de faculdades de design (por vezes em conjunto por ambos), um instantâneo atual do nascente movimento de ensinar o pensamento do design e da inovação para uma **nova geração de líderes empresariais globais**.

Nesta relação de 29 escolas de excelências, o único pais da America Latina que aparece na lista é o Brasil com a Pontifícia Universidad Católica do Paraná

[4] Revista VEJA, edição 2.215 - ano 44 - nº 18, págs. 23 a 27
[5] http://images.businessweek.com/ss/09/09/0930_worlds_best_design_schools/1.htm

Pais	Número de escolas
Estados Unidos	13
Inglaterra	03
China Continental	02
Suíça	02
Japão	01
China nacionalista	01
Coréia	01
Índia	01
Brasil	01
Holanda	01
Itália	01
Finlândia	01
Canadá	01

Com relação às escolas de design analisadas pelos critérios dos seus **programas**[6] **de estudo** temos o Brasil com a Escola Superior de Desenho Industrial ESDI // Rio de janeiro.

Pais	Número de escolas
Estados Unidos	29
Inglaterra	04
China Continental	03
Japão	02
China nacionalista	02
Coréia	02
Holanda	02
Canadá	02
Índia	02
Suécia	01
Brasil	01
Itália	01
Finlândia	01
França	02
Alemanha	03
Dinamarca	01
Noruega	01

Pelo mapa é possível ver onde fica esta última listagem de excelência:

[6] http://images.businessweek.com/ss/07/10/1005_dschools/index_01.htm?chan=innovation_special+report+--+d-schools_special+report+--+d-schools. Acesso em 29/08/2011

Pelas duas listas é possível perceber que somente duas entidades de ensino brasileiro se encaixam dentro dos critérios de excelência da *Bloomberg/Businessweek,* o que de fato é muito importante ainda verificando que o Brasil é o único país na América Latina que tem duas escolas de excelência.

Podemos até criticar os critérios de análise desta competitividade, mas seria interessante que esta leitura não nos levasse a uma análise nacionalista da situação, pelo contrário, que nos mostra-se que devemos ainda melhorar muito mais para que outras universidades, tão excelentes como as mencionadas, aparecessem nestas listas e em outras. Para isto seria interessante desenvolver os critérios de excelência, independente da visão do MEC, mas estes critérios devem levar em conta a proposta qualitativa global do ensino.

A procura de uma excelência nas escolas de design no Brasil deve começar não só para mudar as atitudes dos docentes e discentes, mas principalmente as próprias IES devem deixar de ver o aluno como cliente. Este paradigma do "cliente" precisa ser quebrado e somente nesta quebra é que a excelência terá sentido.

Considerações Finais

Assim como temos como desafio criativo procurar novas experiências junto aos usuários do objeto criado, por que não criarmos novas experiências no ensino do design? O discurso profissional não é praticado no âmbito acadêmico da mesma maneira como é praticado no oficio de ser designer. Nos processos de ensinagem, ANASTASIOU (2009, pág. 19) coloca que o ensino não é "*...assistir ou dar aulas. Nesse fazer aulas é que surgem as necessárias formas de atuação do professor com o estudante sobre o objeto de estudo e a definição, escolha e efetivação de estratégias diferenciadas que facilitem o novo fazer*", em fim, uma nova didática, neste sentido começaria propondo que a questão didático-pedagógica deveria quebrar um dos grandes paradigmas do ensino, começando pela sala de aula.

As salas de aula atuais seguem o *layout* definido no inicio do século XVIII, o professor na frente dos alunos enfileirados em suas mesas estáticas tentando passar conhecimento sem perceber que o aluno mudou, que a sociedade mudou, que as tecnologias mudaram e que os mercados mudaram, está na hora de permitir, mais do que transferência de conhecimento, uma visão da aprendizagem pela experiência, onde aluno através de um

diálogo com o professor ou diria melhor com o orientador/tutor, criaria um ambiente de construção do discurso onde o conhecimento é construído pela prática da teoria, no momento instantâneo da análise teórica.

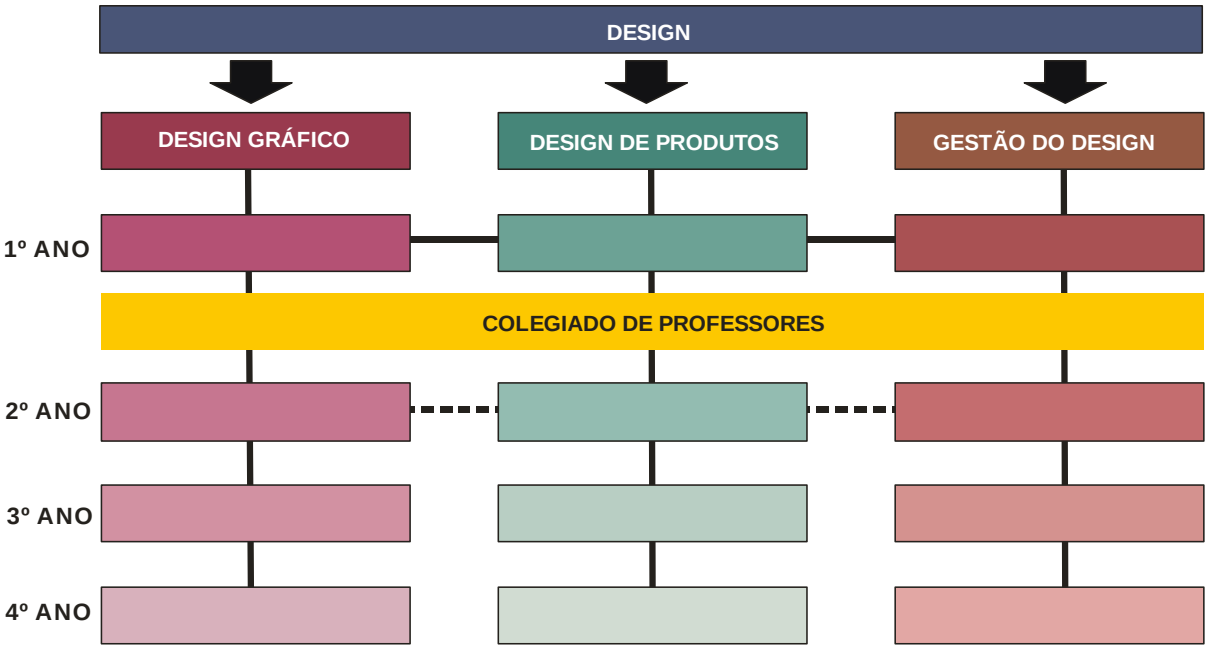
Esta experiência inicia-se pela construção de um ambiente criativo, com mesas que possam mudar de layout com facilidade ou até com outro tipo de sentar, o orientador/tutor comanda o ambiente[7] deixando a liberdade de expressão do aluno.

O professor deverá possuir outras didáticas, criando empatias para desenvolver o diálogo construtivo e criativo, que nos momentos atuais não acontece, seja pela falta de estrutura ou pelo conformismo com velhas sistemáticas de ensino ou por uma crítica social indicando que o aluno está cada vez mais com maior deficiência cognitiva, aliás esta deverá ser o grande desafio da educação tendo em vista estas deficiências, atacando-as com criatividade e não com o conformismo.

Nesta experiência acadêmica de longa data percebo como as vezes o ensino do design pode ser frustrante para quem quer somente criar, que tem talento e o demonstra nas soluções apresentadas, mas no processo acadêmico o aluno é solicitado a elaborar estruturas engessantes e administrativas que tolhem o próprio talento, relatórios e mais relatórios, provas diversas etc., mas por outro lado também se percebem alunos com talento para a gestão do projeto, verdadeiros líderes que poderiam muito bem gerenciar processos de design, neste sentido poderia ser interessante elaborar uma proposta de grade que colocasse no mercado alunos criativos e com talento, e alunos criativos e bons administradores, sem que um negue ao outro.

No gráfico a seguir propõe-se uma visão integralista no primeiro ano das competências de design gráfico, design de produto e gestão do design, as duas primeiras são as disciplinas tradicionais, a segunda, que seria nova no âmbito da graduação, vem ao encontro de novos desafios de formação de profissionais com visão de gestão de projetos. As disciplinas deste primeiro ano seriam comuns para todos, e ao mesmo tempo os alunos seriam confrontados junto a estas três competências, pensando numa futura escolha. Sabemos que no primeiro ano ainda o aluno está tomando decisões sobre seu futuro. Antes de ir para o segundo ano, um colegiado de professores se reúne e analisa o perfil de cada aluno e lhe indica, pelo seu perfil e talento, uma carreira a seguir, mas fica só como sugestão, quem decide finalmente é o próprio aluno, desta maneira reduzir-se-iam as dúvidas da escolha da profissão e por conseqüência a saída de alunos, fator preocupante para as IES. No segundo ano ainda poderá haver algumas disciplinas integradas, tendo em vista que o designer acaba, do ponto de vista profissional, atuando dentro das três habilidades, mas a partir do terceiro ano as disciplinas estão focadas na habilidade escolhida. No fim teremos um excelente e talentoso profissional criativo em design gráfico ou em produtos, e um gestor com capacidade de liderar projetos. O objetivo principal desta proposta é formar alunos talentos (procura da excelência) dentro da criatividade de soluções de design, sem prejudicá-los com atividades de gestão, potencializando sua capacidade criativa, e por outro lado inserindo na graduação a formação de gestores em design, capazes de entrar no mercado já com uma visão de negócios que posteriormente poderá ser aprimorada por uma pós-graduação.

[7] Na concepção ergonômica do ambiente o contexto deve ser analisado, como: iluminação, temperatura, ruídos, acessibilidades e interfaces tecnológicas, entre outras.



A excelência no ensino no design virá não só pela quebra de paradigmas, mas por uma constante compreensão das mudanças sócio-culturais e tecnológicas que acontecem no dia-a-dia que vão interferir na própria formação dos alunos. Design é experiência, o ensino do design também deverá ser experiência.

Referencias bibliográficas

ANASTASIOU, Léa Das Graças Camargos; ALVES, Leonir Pessate (Org.). **Processos de Ensinagem na Universidade:** Pressupostos para as estratégias de trabalho em aula. 8. ed. Joinville, Sc: Univille, 2009. 156 p.

MORAES, Dijon de. **Análise do Design Brasileiro:** entre mimese e mestiçagem. São Paulo, Sp: Edgard Blucher, 2006. 292 p.

MORAN, José Manuel et al. **Novas tecnologias e mediação pedagógica.** 15ª Campinas, Sp: Papirus, 2009. 176 p.