



Pós-graduação em design no Brasil: cenários e perspectivas

Design's postgraduate courses in Brazil: scenarios and perspectives

Dijon de Moraes, Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG.
dijon.moraes@uemg.br

Resumo

O desafio para produtores e designers, na atualidade, ao atuarem em cenários mutantes e complexos, deixa de ser o âmbito tecnicista e linear, passando à arena ainda pouco conhecida e decodificada dos atributos intangíveis dos bens de produção industrial. Isto faz com que o design interaja, de forma transversal, com disciplinas cada vez menos objetivas e exatas, passando a confluir com outras que compõem o âmbito do comportamento humano. A complexidade se caracteriza pela inter-relação recorrente entre a abundância das informações hoje facilmente disponíveis e desconectadas e, através de bruscas transformações, impõe contínuas adaptações e reorganização do sistema em nível de produção, das vendas e do consumo.

Acreditamos que um novo modelo para as escolas de design tende a ser múltiplo, deve ser uma escola transversal e atravessável, deve fornecer conteúdos culturais, históricos, críticos e reflexivos em maior escala de formação. Uma escola com valores mais humanistas que tecnicistas e com mais conteúdos experimentais que previsíveis.

Considerando que os primeiros programas em nível *stricto sensu* em design no Brasil, surgiram a partir dos anos noventa, com forte ênfase em um cenário estático do passado, colocamos para reflexão neste artigo, a existência de sintonia entre os cursos de pós-graduação *stricto sensu* em design no Brasil com a realidade social, mercadológica e produtiva existente na atualidade.

Palavras-chave: Pós-graduação em design no Brasil, Design em cenário complexo, Perspectivas do *stricto sensu* em design no Brasil

Abstract

The challenge for producers and designers, nowadays, when acting in complex and mutants scenarios, ceases to be the technical and linear scope, passing to the still little known and decoded arena of intangible attributes of industrial production assets. This causes that design interacts, transversely, with disciplines increasingly less objective and accurate, passing to converge with others that compose the human behavior scope, of aesthetics and psychological factors. We believe that a new model for design schools tends to be multiple, a school with values more humanist than technical and with contents more experimental than predictable.

Considering that our schools act like if they still are in a static scenario from the past, we place for reflection in this article, the existence of harmony between the design's postgraduate courses in Brazil with a social, marketing and productive reality existent today.

Keywords: *Design's postgraduate courses in Brazil, Design in a complex scenario, Stricto sensu perspectives in design in Brazil*

Introdução: o design em cenário complexo

Há muito tempo vivenciamos grandes transformações nos âmbitos conceituais, estéticos e formais inerentes às disciplinas de cunho projetual, especialmente no que se refere à razão e causa do design. As escolas e correntes tradicionais encontram-se, atualmente, no dúbio dilema entre inovar ou permanecer com métodos cartesianos e racionais para a prática em design. Uma realidade, portanto, já pode ser percebida: as novas práticas em design se alinham também com as novas formas de inovação ora se aproximando da alta tecnologia, muitas vezes distantes do ensino em design, ora se aproximando do artesanato ou da arte, ou seja, do “não projeto”. Toda esta nova realidade coloca também em cheque a capacidade do projeto racional-funcionalista moderno em continuar como modelo preponderante e referência para o design contemporâneo e seu ensino.

Um passado remoto, antes da globalização de fato, época reconhecida por diversos autores como sendo o da “primeira modernidade”, tudo que se produzia vinha facilmente comercializado, uma vez que a demanda era reconhecidamente maior que a oferta, e o mercado delimitado como sendo de cunho e abrangência regionais. Período este que vários estudiosos definiram como sendo o do “cenário estático”, onde prevaleciam mensagens de fáceis entendimentos e decodificações previsíveis.

O nivelamento da capacidade produtiva entre os países, somado à livre circulação das matérias-primas e à fácil disseminação tecnológica, reafirmaram o estabelecimento deste novo cenário mundial, promovendo, por consequência, uma produção industrial de bens de consumo esteticamente massificados, composto de signos imprevisíveis e por fim repletos de conteúdos frágeis, o que contribuiu, em muito, para a instituição de um cenário reconhecido como sendo “dinâmico” ou mesmo como nos diria Andrea Branzi, “constantemente fluido”.

[...] da época das grandes esperanças passamos à época da incerteza permanente, de transições estáveis. Uma época de crise que não é um intervalo entre duas estações de certezas, aquela passada e outra futura, mas uma época submetida a um processo contínuo de atualização, de mudanças, de inovação sem fim e também sem um fim. O futuro não é mais uma meta, mas uma realidade que trabalha para o tempo presente [...] A essa *débâcle* ético-política pode ser anexada a crise da esperança na modernidade racionalista européia, falida diante da complexidade incontrolável das suas próprias criações: um progresso constituído de um crescimento industrial e social, ao todo, diferente (se não oposto) àquele universo de ordem e de lógica sobre o qual essa sociedade havia fundado a sua profecia purista. (BRANZI, 2006, p. 13-18)

O desafio para produtores e designers, na atualidade, ao atuarem em cenários mutantes e complexos, deixa de ser o âmbito tecnicista e linear, passando à arena ainda pouco conhecida e decodificada dos atributos intangíveis dos bens de produção industrial. Isto faz com que o design interaja, de forma transversal, com disciplinas cada vez menos objetivas e exatas, passando a confluir com outras que compõem o âmbito do comportamento humano, dos fatores estéticos e psicológicos, até então pouco considerados na concepção dos artefatos industriais.

Por outro lado, a complexidade também se caracteriza pela inter-relação recorrente entre a abundância das informações hoje facilmente disponíveis e desconectadas pelos meios virtuais. A complexidade tende a tensões contraditórias e imprevisíveis e através de bruscas transformações, impõe contínuas adaptações e reorganização do sistema em nível de produção, das vendas e do consumo.



[...] São principalmente os aspectos relativos à *distinção* e à *conexão* a fornecer uma primeira chave de leitura às coordenadas conceituais sobre as quais construir a complexidade: a distinção corresponderá à *variedade* das partes, à heterogeneidade, assim como reconhecemos que as partes possam apresentar comportamentos diferentes; a conexão corresponderá ao *vinculo*, ao fato de que as partes não são independentes umas das outras, mas que podem se condicionar reciprocamente. Então: a *distinção* pode significar um movimento em direção a um estado de desordem e de caos. A *conexão*, ao contrário, tenderá à ordem; assim sendo, a complexidade somente existe quando ambos estejam presentes: nem a desordem e a ordem perfeita são complexas. O *complexus* está entre a ordem e a desordem (PIZZOCARO, 2004, p. 58-59)

Hoje assistimos, de igual forma, a uma das maiores transformações de cunho comportamental, ético e social já vividos, primeiramente através da popularização das tecnologias digitais até o processo de globalização que colocou em cheque a velha dicotomia entre Centro-Periferia agora denominada de eixo Norte-Sul. Com este novo cenário que se prefigura, o mundo deixou, portanto, de ser dividido em espaços visivelmente delimitados entre ricos e pobres, cultos e ignorantes, civilizados e bárbaros. É como se o os containeres, uma vez rígidos e protegidos, fossem abertos e seus conteúdos misturados entre si como nos atesta Ézio Manzini. O mundo então, como se percebe, ficou rapidamente mais complexo.

[...] no mundo sólido do passado, existiam “*containers* disciplinares seguros”, nos quais qualquer um poderia se posicionar sentindo-se bem definido com sua própria identidade profissional (e, em consequência, no sentido amplo, também na esfera pessoal). Agora não é mais assim: no “mundo fluido contemporâneo” os *containers* foram abertos e as suas paredes não são mais protegidas, as definições profissionais e disciplinares se dissolvem e qualquer um deve cotidianamente redefinir a si mesmo e à sua própria bagagem de capacidade e competência [...] é nesse contexto que colocaremos as nossas observações sobre o tema que aqui mais nos interessa: o que realmente é um produto, o que significa projetar e, por fim, o que farão os designers em um mundo fluidificado (MANZINI, 2004, p.10-17)

O design neste contexto repensa seu percurso e novos desafios vêm inseridos como: a questão do alinhamento sócio-econômico-ambiental que interessa tanto aos países ricos como aos países pobres. A questão da identidade local que passa a ter valor percebido por preservar estilos de vida ameaçados pelo processo de aculturação via massificação global. Os valores antes tidos como intangíveis e imateriais ganham também novos espaços junto às questões projetuais e chegam mesmo a superar os valores técnicos e objetivos, como as relações cognitivas e os fatores estéticos sensoriais. O design, portanto, se apresenta como uma disciplina transversal (e até mesmo “atravessável”) ao aceitar e propor interações multidisciplinares que se relacionam com a precisão das áreas exatas, passando pelas reflexivas áreas humanas e sociais até chegar à liberdade de expressão das artes. Na verdade, o design amplia ainda o seu diálogo com as disciplinas tecnológicas, econômicas e humanas, bem como com as do âmbito da gestão, da semiótica e da comunicação. Novos modelos surgem como linhas guias para a Cultura do Projeto onde o velho *briefing* deixa de ser uma certeza com demandas precisas e respostas exatas, cedendo lugar ao modelo metaprojetual que indica caminhos possíveis mas que não mais determina rotas definidas dentro da complexidade estabelecida.

No que tange à complexidade na identidade cultural, imaginem diversas matrizes culturais se encontrando em um mesmo território e trazendo consigo diferentes formas de comportamentos, idéias, éticas e estéticas próprias? Imaginem que estas matrizes se unam e comecem a gerar novas formas e estilos que permaneçam ainda hoje em pleno processo de evolução? Podemos



tecer a hipótese, que foi justamente isso o que ocorreu com o Brasil durante seu percurso formativo como Estado Nação, desde a chegada dos europeus no início do século XVI, passando pelos africanos e asiáticos até os dias atuais. Proporcionando ao nosso país, por vez, ser um laboratório de experiências como um verdadeiro “caldeirão cultural” em constante estado de ebulição. Utilizo das sábias palavras do antropólogo Darci Ribeiro que descreveu de maneira bastante peculiar que “a identidade étnica e a configuração do Brasil foram formadas desindianizando índios, desafricanizando negros e deseuropeizando brancos” (RIBEIRO, 1995, p.205). Esta passagem exposta por Ribeiro demonstra que a formação multicultural, multireligiosa e multiétnica do país levou a um sincretismo que se pode presenciar na base da cultura local brasileira. Tudo isso nos faz refletir sobre a diversidade estética, icônica, simbólica e, ainda, sobre os ritos religiosos e a riqueza culinária proveniente desse *mix* racial que possibilitou uma vasta gama de caráter e sentido múltiplo em um mesmo território. Isto é: não houve no caso do Brasil uma sobreposição cultural a ponto de aniquilar a outra cultura existente da sua base formativa mas, ao contrário, se integraram entre si gerando novos matizes e matrizes possíveis.

Por outro lado, como bem sabemos, a complexidade extrapola a questão étnico-cultural e se caracteriza também pela inter-relação recorrente entre empresa, mercado, produto e consumo. A complexidade tende a tensões contraditórias e imprevisíveis e através de bruscas transformações impõe contínuas adaptações e reorganização do sistema em nível de produção, das vendas e do consumo.

[...] o designer tornou-se um operador chave no mundo da produção e do consumo, cujo saber empregado é tipicamente multidisciplinar pelo seu modo de raciocinar sobre o próprio produto. Por estar ao centro da relação entre consumo e produção, pela necessidade de entender as preferências e as dinâmicas da rede de valor e, sobretudo, pelo fato de que as suas ações devem conseguir modificar ou criar novos valores aos produtos por meio de suas intervenções projetuais. Os designers de igual forma tendem a promover a síntese e os conceitos teóricos, bem como transferi-los como resposta formal de satisfação, desejo ou necessidade (CELASCHI, 2000, p. 3)

Neste sentido, torna-se imperativo para produtores, designers e mesmo para cada país como *player* global, a capacidade de interpretação do estilo de vida local (*local culture* e *local lifestyle*), para ser inserido como componente diferencial dos produtos que competem hoje em nível internacional. Necessário se faz, portanto, nos dias atuais, o reconhecimento dos valores fruto da ambiência e cultura local, a serem interpretados e decodificados como atributos imateriais e intangíveis dos produtos industriais.

É fato que o percurso do Brasil como nação nos conduziu a uma estética multicultural, híbrida e mestiça. Foi aberta, através do pluralismo étnico e estético local, uma forte presença de signos múltiplos e de uma energia particularmente brasileira. Torna-se então estratégico para o design local, pesquisar e decodificar as diversas referências culturais brasileiras, advindas da fauna, flora, arquitetura, festividades e religiosidades locais. Passando por fim, pelo artesanato e pelas topografias e tessituras existentes na nossa ambiência, em busca de, posteriormente, traduzi-las em signos e ícones decodificáveis como elementos possíveis de aplicação na indústria e na produção local.

O design brasileiro, dentro deste modelo complexo, poderá nos revelar temas e mensagens que traduzam o estilo de vida brasileiro (o *brazilian lifestyle*), as cores e a energia de um país



plural, mestiço e alegre, proporcionando por vez aos consumidores locais e principalmente do exterior, como nos diria Flaviano Celaschi: “novas experiências de consumo”. Um modelo de consumo onde a identidade brasileira viria apresentada como relevante diferencial competitivo e que, ao mesmo tempo, refletisse a vasta gama de uma cultura híbrida e as nuances de um país mestiço. Neste sentido, o design brasileiro poderá, em muito, se destacar como referencial dentro de uma produção massificada, homogênea e globalizada predominante na atualidade. O design do Brasil, dentro deste contexto, pode apresentar uma nova abordagem transversal como estética, que pesquisa, interpreta e produz novos significados e significâncias de estilo e comportamento, que metaboliza diferentes saberes e sabores e ainda promove novas linguagens e conteúdos que tendam a promover novos ordenamentos tipológicos, conceitos estéticos diversificados, valores de estima e usos diferenciados.

O ensino do design em transformação

O ensino do design, que ainda se ressentia da queda do modelo racional-funcionalista como referência exata e precisa, teve também que procurar respostas para as novas perguntas que os jovens estudantes promovem nas faculdades de design, as quais, seguindo a complexidade estabelecida, também não são mais objetivas e racionais. Muitas vezes, as respostas não se encontram nem mesmo no âmbito das escolas de design. As mesmas podem estar nas disciplinas antropológicas, sociológicas, psicológicas e tantas outras das áreas humanas, artísticas e sociais com aparentemente mais ou menos afinidades e aproximações com o design.

Muitas das escolas ainda apresentam dificuldades em aceitar as mudanças ocorridas, porque é bem mais fácil repetir o que é facilmente repetível e gerir o que for de mais fácil gestão. Os novos estudantes de design hoje, tendem a completar suas aprendizagens longe dos bancos escolares, em locais como os museus de arte contemporânea, nos filmes Cult, nas músicas experimentais, nas viagens para destinos exóticos, o que não apresenta nenhum demérito à academia que deve justamente contar com esta nova realidade que se prefigura que é o modelo de auto-gestão do conhecimento. Não seria tarefa fácil, para nenhuma escola de design do mundo, querer preencher todos os requisitos que se fazem necessários para essa formação. A nova escola de design deve ser aberta, fluida, dinâmica e indutora e não mais pretensiosa de haver um único modelo formativo de ensino em design com valores previsíveis.

[...] O valor contemporâneo não é mais um simples incremento em relação a uma condição inicial pela qual o próprio valor, como elemento de projeto, pode ser reinventado. Trata-se de uma operação fortemente projetual, que ganha vida e forma dentro de um contexto de *networking* necessariamente inter e transdisciplinar [...] Vem assim definido, um panorama decisivamente mais fluido, governado pela lógica da rede, estruturada sobre fluxos que atravessam e colocam em relação diversos pontos, não organizados de forma hierárquica, criando esquemas de processos produtivos de forma menos cristalina [...] A cadeia do conhecimento representa um modelo de transmissão unidirecional, que segue uma estrutura hierárquica piramidal, enquanto a constelação do conhecimento é composta por uma estrutura aberta, absolutamente não hierárquica, dentro da qual diferentes competências interagem sobre uma plataforma de discussão ainda por se fazer e, por isso mesmo, sempre inéditas (BIAMONTI, 2007, p. 21-23)

A nova escola tende a ser múltipla como múltiplo é o modelo de globalização, deve ser uma escola transversal e atravessável, deve fornecer conteúdos culturais, históricos, críticos e

reflexivos em maior escala de formação. Uma escola com valores mais humanistas que tecnicistas e com mais conteúdos experimentais que previsíveis. Somente assim, a nova escola de design poderá preparar os novos alunos para as mudanças que ocorrem de maneira frenética neste terceiro milênio apenas iniciado dentro de um cenário reconhecido como sendo de grande complexidade.

Isto posto, podemos então intuir que as relações do design com o homem do futuro pode agora estar centrado no projeto de novos estilos de vida, em novas experiências de consumo e em novas percepções estéticas e sensoriais tendo como base a sustentabilidade ambiental e a felicidade humana através da simplicidade de vida.

É sabido que o modelo de formação acadêmica do design brasileiro, a partir dos anos sessenta, teve acentuada ênfase nos aspectos eminentemente racionais que serviu de formato para a sua disseminação em todo o território nacional. Esta prática, aparentemente correta, ia ao encontro das necessidades de uma industrialização ainda incipiente que ocorria naquele mesmo momento, principalmente no Sul e Sudeste do Brasil.

Vale recordar que para atender a um modelo de industrialização altamente padronizado, com ênfase na estandardização e no rígido controle produtivo, o design funcional e racionalista poderia atender às demandas locais no tocante à indústria e ao processo produtivo em evoluções. Isto é, o modelo adotado colocava no centro do problema principalmente as questões fabris e as limitações tecnológicas em detrimento à da identidade cultural local, a nossa realidade tropical particularmente multi-estética.

Com o passar dos anos, já nos anos setenta, época do assim denominado “milagre brasileiro”, percebe-se que o projeto de industrialização local ocorreria a qualquer preço, uma vez que o Governo Militar instituiu a prática de abertura de mercado às empresas multinacionais que transferiam seus produtos da matriz para o Brasil inserindo apenas pequenas alterações de cunho incrementais e a redução do preço produtivo, minimizando, por consequência, a qualidade final do produto local.

[...] Além do baixo conteúdo tecnológico e conseqüente pequena agregação de valor nos produtos privilegiados na estrutura produtiva nacional, destaca-se a permissividade para com a ineficiência que prevalece na indústria brasileira. De um lado, existe a passividade do consumidor final, que prioriza preço acima de qualquer atributo, gerando tolerância para com a falta de qualidade e não-conformidade de produtos, com reflexos negativos também a montante das cadeias produtivas; de outro, a inflação crônica gerou uma ‘cultura’ nociva à competitividade sob diversos aspectos” (COUTINHO e FERRAZ, 1995, p. 252)

O projeto racional no design brasileiro acaba, portanto, por não impulsionar um design com características próprias locais – entenda-se a instituição de uma forte identidade através da nossa cultura material industrializável – e se confronta com a realidade imposta da “tropicalização” dos produtos importados (dos países de origens) através das grandes multinacionais. O design brasileiro dessa época atende mais à indústria que ao povo, culturalmente e sociologicamente falando.

Nos anos oitenta, época das grandes contestações nos âmbitos conceituais, estéticos e formais na arquitetura e no design, as escolas brasileiras se encontravam no dilema entre apoiarem ou contestarem o denominado radical design, contracultura, pós-modernismo e outras sinalizações de mudanças que ocorriam em diversos campos da arte e da cultura, principalmente



em países da Europa e dos USA. Uma coisa, portanto, era certa: todos elas colocavam também em cheque a capacidade do projeto racional moderno em continuar como único modelo formativo dentro dos currículos das disciplinas projetuais que permeiam as áreas sociais aplicadas como o design e a arquitetura.

[...] Seguindo a opinião de Jeremy Bentham, Michel Foucault assinalava que o fluxo de controle de cima para baixo e o fato de tornar a ação de supervisionar uma atividade profissional de alta competência eram traços que uniam uma série de invenções modernas, como as escolas, as casernas militares, os hospitais, as clínicas psiquiátricas, os hospícios, os parques industriais e os presídios. Todas essas instituições eram fábricas de ordens; e como todas as fábricas eram locais de atividades deliberadamente estruturadas em busca de se obter resultados previamente estabelecidos: nesse caso se tratava de restaurar a certeza, eliminar a casualidade, tornar o comportamento dos próprios membros regulares e previsíveis, ou melhor, torná-los “certos”. Essa nova ordem, observa cuidadosamente Bentham, exigia de igual forma “vigilância, separação, solidão, trabalho forçado ou instruções”, uma série de elementos suficientes para “punir os rebeldes, vigiar os loucos, reformar os depravados, confinar os suspeitos, fazer produzir os ociosos, ajudar os mais fracos, curar os doentes, forjar a vontade em cada campo de interesse ou formar as próximas gerações no longo itinerário da educação” [...] Dessa forma, os homens eram destinados a serem felizes, o quanto parece, a fonte mais profunda da infelicidade seria a incerteza; eliminar, portanto, a incerteza da existência humana, colocar em seu lugar somente a certeza, que por sinal é um pouco triste e doloroso, assim nós humanos já estaríamos quase à metade do feliz mundo da ordem reconstituída (BAUMAN, 1999, p. 102)

De certa forma, as escolas de design do Brasil ainda estão praticando o modelo que se prefigurou para o projeto Moderno do século XX e, isto pode, em muito, retardar o processo de inovação através do design, essa instigante disciplina que teve como esperança a de possibilitar uma melhor relação entre a máquina e os produtos industriais ao inserir novos fatores de uso e novas percepções estéticas. Pode-se então perceber que as relações do design com o homem do futuro podem agora estar centradas no projeto de novos estilos de comportamentos e em novas estéticas possíveis tendo como base a busca por um mundo melhor.

Perspectivas da Pós-graduação em design no Brasil

O Brasil conta na atualidade com cerca de 267 instituições de ensino superior que ofertam cursos na área de design, sendo na sua maioria (quase 80%) compreendida por instituições privadas. Este universo de instituições de ensino superior sedia aproximadamente 538 cursos de design, sendo os mesmos divididos em um total de 422 privados e 116 públicos, o que confirma a hegemonia do privado sobre o público. Ao todo vêm sendo oferecidas cerca de 55.000 vagas distribuídas por diversificados endereços em design no Brasil e em diferentes modalidades como: design de produto; design gráfico; design de ambientes; design de moda; design digital; design de multimídias, entre várias outras variações e vertentes.

Esses expressivos números da graduação em design nos levariam a intuir, supostamente, que existia no país um grande suporte para a instituição de programas *lato* e *stricto sensu* nesta área do conhecimento no Brasil. A realidade veio a demonstrar, contudo, algumas contradições como a demora em iniciar nossos primeiros programas em pós-graduação, bem como a fragilidade dos suportes paralelos necessários para sustentar a qualidade dos cursos como publicações científicas e a tímida existência de grupos de pesquisa cadastrados e sistematizados.



Somente a partir dos anos noventa é que se tem conhecimento dos primeiros mestrados em design no Brasil, fruto de amadurecimento de incipientes cursos de especialização em design iniciados em anos anteriores, notadamente nas regiões Sul e Sudeste, com predominância em São Paulo e Rio de Janeiro. A especialização, pelo seu caráter dinâmico e flexível, e por não exigir continuidade temporal do curso, não se apresenta como de caráter permanente e com critérios rígidos de avaliação por parte da CAPES, o que fez prosperar consideravelmente o seu crescimento em território brasileiro, chegando hoje ao montante de 274 cursos de especialização em design divididos da seguinte forma: Moda (23%); Design de Interiores (18%); Design Digital (15%); Design Gráfico (15%); Design Estratégico (15%); Design de Produto (10%) e Geral (4%), segundo aponta o documento “Diagnóstico sobre o Design no Brasil”, organizado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC; Apex Brasil e Centro Brasil Design, publicado em 2014.

Os primeiros programas de mestrado em design no Brasil vieram então suprir uma carência da área, cujos profissionais, na sua maioria, buscavam outras alternativas ao realizarem suas qualificações em cursos afins como engenharia de produção, comunicação social, educação e história entre outros, mais ou menos próximos e/ou afins à atividade de design, ou mesmo buscavam programas de qualificação no exterior, preferencialmente em países como Inglaterra e Estados Unidos. Esta prática de qualificação de designers no Brasil, por via de áreas afins, fez com que fosse retardada a criação de um campo de conhecimento mais uniforme, com foco centrado na própria atividade de design. Ao contrário, essa prática acabou por alargar ainda mais as fronteiras de interação do design com outras disciplinas e áreas do conhecimento, o que, se por um lado enriqueceu seu conteúdo, por outro tendeu a dispersar suas possibilidades de atuação como sendo uma área própria e definida no âmbito das ciências sociais aplicadas. Outra realidade que se apresenta nos panoramas *stricto sensu* em design no Brasil é a participação nos referidos programas (às vezes até com certo predomínio) de professores oriundos das áreas afins mas que não tiveram como base de formação o design e quase nenhum envolvimento anterior, prático e/ou teórico, com o tema. Normalmente, esses professores são recebidos nos programas mais pela titulação que detêm, uma exigência legal da CAPES, que pelo conteúdo que portam. Muitos, na verdade, se “qualificam” ao longo do tempo através da convivência com os demais colegas da área e, muitas vezes, com os próprios orientandos discentes. Isto, de certa forma, não deixa de ser um fato complexo a ser considerado.

No ano de 2013, o Brasil contava com cerca de 17 instituições de ensino superior que ofertavam cursos de pós-graduação *stricto sensu* em design (mestrado e doutorado), perfazendo um montante de 27 cursos em funcionamento. Estes programas se concentravam em apenas 10 das 27 unidades da federação brasileira, sendo 41% na região Sudeste; 37% na região Sul; 18% na região Nordeste e 4% na região Centro Oeste, programas esses compostos por um número correspondente a 33% de doutorados, 56% de mestrados e 11% de mestrados profissionais. O estado de São Paulo oferece o maior número de programas, sendo 03 doutorados e 03 mestrados e os estados de Pernambuco, Santa Catarina e Rio Grande do Norte os 03 mestrados profissionais existentes no país, como apresentado no mesmo documento MDIC/APEX/CBD, publicado em 2014.

Em termos numéricos, os mestrados em design estão assim distribuídos: 07 mestrados na região Sul (sendo 01 profissional), 05 mestrados na região Sudeste, 04 mestrados na região Nordeste (sendo 02 profissionais) e 01 mestrado na região Centro Oeste, totalizando 14 mestrados acadêmicos e 03 mestrados profissionais em design no Brasil.

Nos dados da Capes referentes às linhas de pesquisa existentes nos mestrados em design, observa-se a predominância de 07 direcionamentos distintos sendo: design e tecnologia com 08 linhas, design digital com 06 linhas, sistema informacional com 06 linhas, ergonomia com 05 linhas, teoria com 05 linhas, design estratégico com 03 linhas e moda e inovação com 01 linha. As disciplinas obrigatórias nos mestrados existentes são na sua maioria voltadas para as áreas metodológicas, tecnológicas, de sustentabilidade e ergonômicas, sendo as optativas um grande e vasto leque voltadas, na sua maioria, para as áreas de materiais, sistema de produção, ergonomia e tecnologias aplicadas ao design. No que diz respeito à relação docente-discente nos mestrados brasileiros, percebe-se uma variação mínima de 0,5 quando existe o dobro de vagas na relação professor-aluno (15/30) e variação máxima 2,0 quando existe o dobro de vagas na relação aluno-professor (36/18).

Quanto ao doutorado em design no Brasil, contamos hoje com 03 na região Sul, 04 na região Sudeste e 01 na região Nordeste, totalizando 08 doutorados. Quanto às linhas de pesquisa adotadas nesses cursos, observa-se a predominância de 05 direcionamentos, a saber: ergonomia com 04 linhas, sistema informacional com 04 linhas, mídias digitais com 04 linhas, design e tecnologia com 03 linhas e teoria, história e crítica do design com 03 linhas. As disciplinas obrigatórias são na sua maioria voltadas para as seguintes áreas: teoria, tópicos e fundamentos em design, métodos e seminários. As disciplinas optativas também seguem um leque bastante diversificado indo desde design e cultura, design de jogos digitais até a aplicabilidade em produtos e serviços. Com a observação de que, ao contrário do ocorrido nos mestrados, as disciplinas se apresentam mais como de cunho crítico analítico e reflexivo que de âmbito produtivo e tecnológico. No que diz respeito à relação docente-discente nos doutorados em design no Brasil, percebe-se uma variação mínima de 0,9 na relação professor-aluno (09/10) e variação máxima de 1,0 na relação aluno-professor (15/15).

De acordo ainda com os dados da CAPES disponibilizados em 2013, dos programas de mestrado e doutorado em design no Brasil somente 02 obtiveram nota 05 (as notas variam de 01 a 07), sendo que 05 programas obtiveram avaliação 04 e os demais programas obtiveram nota 03. Os critérios de avaliação da CAPES consideram produção técnica e acadêmica dos professores e alunos, bem como a infraestrutura e laboratórios existentes nas instituições ofertantes. Estes resultados refletem o nível ainda incipiente dos programas *stricto sensu* em design no Brasil e revelam o muito ainda a ser feito para a sua plena consolidação.

Outro dado a ser considerado, quando se analisa o *stricto sensu* em design no Brasil, é o da insuficiência de publicações científicas, livros e periódicos na área de design. É curioso notar que no ano 2000 estimava-se a existência de apenas 10 livros brasileiros publicados na área, o que nos faz intuir que na década de noventa, época do surgimento dos primeiros programas, este número seria ainda bem menos significativo.



Quanto às publicações acadêmicas avaliadas pelo modelo *Qualis* adotado pela CAPES (que são estratificados em qualidade por ordem decrescente de peso sendo “A1”, peso mais elevado, a “C”, peso zero), atesta-se a inexistência de publicações no estrato “A” para periódicos científicos na área de design no Brasil, iniciando a sua pontuação somente no estrato “B1” (dados CAPES 2014), mesmo assim para poucas publicações especializadas. No que tange aos jornais acadêmicos, a grande maioria se concentra entre o estrato “B2” e “C”. Apesar de vários estudos apontarem para um reconhecível crescimento, em termos percentuais, das publicações em design no Brasil, seja através de livros e ou de publicações em anais em formato de *papers* e artigos em congressos, vale recordar que o assim chamado vertiginoso incremento tem como referência o baixo número de publicações do passado, o que nos passa a falsa impressão de um crescimento percentual acima do milhar.

Outro importante aspecto a ser considerado para a consolidação dos programas *stricto sensu* em design no Brasil, é o dos Grupos de Pesquisa existentes na área e sua consequente produção científica. Segundo os Diretórios de Grupos de Pesquisa do CNPq, existem cerca de 42 instituições de ensino superior em design que mantêm de forma atuante aproximadamente 121 Grupos de Pesquisa no Brasil, o que representa 0,5% dos Grupos de Pesquisa cadastrados no CNPq (dados publicação MDIC/APEX/CBD, em 2014). Percentual este ainda bastante inferior ao das demais áreas do conhecimento existentes no país, mesmo aquelas consideradas áreas afins. Das 267 instituições de ensino superior em design no Brasil, somente 42 apresentam Grupos de Pesquisa regularmente cadastrados no CNPq, a maioria absoluta, vale destacar, vinculada a instituições públicas.

Em sua distribuição geográfica, os Grupos de Pesquisa em Design no Brasil localizam-se majoritariamente (cerca de 80%) nas regiões Sul e Sudeste (predominantemente em São Paulo, Rio de Janeiro e Paraná) ficando os demais grupos sediados nas regiões Norte, Nordeste e Centro Oeste. No que diz respeito à sua classificação, segundo o CNPq, o foco desses grupos se concentra nos seguintes eixos de pesquisa: 36% em Projetos, 7% em Tecnologia e os demais percentuais divididos entre História, Mídia, Estrutura/Forma, etc. Pode-se perceber, como ocorre nos dados relativos às linhas de pesquisa dos programas de pós-graduação *stricto sensu*, que também nos grupos de pesquisa em design predomina uma grande ênfase nos fatores produtivos e tecnológicos, bem como em materiais e ergonomia. longas.

Conclusão

Considera-se, como anteriormente visto, que a atividade de design opera na atualidade em cenário fluido e dinâmico da contemporaneidade, apresentando-se em constante mutação enquanto que nossas escolas atuam como se estivessem em cenário estático do passado onde prevalecia um pretensível modelo estruturado pensado para o mundo Moderno. Coloca-se à reflexão, neste artigo, a questão da sintonia entre os cursos de pós-graduação *stricto sensu* em design no Brasil e a realidade social, mercadológica e produtiva atual.

Partindo de uma introdução analítica, teórica e reflexiva, e com base nos dados das agências de fomento brasileira CAPES e CNPq, bem como nos estudos do MDIC/APEX/CDB sobre o



design brasileiro, podemos intuir que tanto no campo da graduação e da especialização quanto no dos programas de mestrado e doutorado em design existentes no Brasil, todos eles apresentam acentuadas ênfases (em estratos diferenciados) nos âmbitos tecnicistas, objetivos e lineares, em detrimento dos conteúdos humanistas, sociais, imateriais, intangíveis e subjetivos que adquirem cada vez mais espaço nos novos modelos metodológicos e suportes projetuais dentro da complexidade estabelecida. Entre eles podemos citar o metaprojeto e os estudos prospectivos de cenários e novos estilos possíveis de vida para o futuro. Vale dizer que o ensino do design no Brasil continua colocando como problemática central os aspectos acentuadamente tecnicistas, objetivos e lineares que não são mais capazes de responder às demandas da sociedade contemporânea à luz da necessidade de novas éticas sócio-comportamentais no terceiro milênio apenas iniciado. Também não são condizentes com o teorema central a ser considerado no que tange aos aspectos produtivos, de consumo e de comprometimento socioambiental e, de igual forma, com os aspectos acadêmicos em sua função social de formadora de profissionais, professores e pesquisadores mas, antes de tudo, de cidadãos.

Atuando com forte ênfase nos aspectos técnicos e objetivos, o ensino de design no Brasil, tanto em nível da graduação quanto na da pós-graduação, repete fórmulas conhecidas e superadas que promovem resultados previsíveis ao invés da busca por novos caminhos que poderiam nos diferenciar não somente no âmbito produtivo mas, de igual forma, na esfera comportamental. Ao propor uma maior capacidade crítica, analítica e reflexiva na tríade produto, produção e consumo, elevamos o design à categoria de Cultura do Projeto que atua junto à cultura tecnológica e à cultura produtiva, aproximando-se por vezes da possibilidade de avançar dentro da complexidade estabelecida em busca de melhor interpretar o futuro e promover a inovação pelo viés do design. longas.

Referências

- BAUMAN, Z. *La società dell'incertezza*. Bologna: Ed. Il Mulino, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernità Liquida*. Roma/Bari: Editori Laterza & Figli, 2002.
- BENKO, Georges. *Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI*. São Paulo: Editora Hucitec, 1999.
- BERTOLA, Paola e MANZINI, Ezio. *Design Multiverso: appunti di fenomenologia del design*. Milano: POLIDesign Edizioni, 2004.
- BERTOLDINI, Marisa. *La Cultura Politecnica*. Milano: Bruno Mondatori, 2004.
- BIAMONTI, A. *Learning environments: nuovi scenari per il progetto degli spazi della formazione*. Milano: Franco Angeli, 2007.
- BRANZI, Andrea. *Modernità debole e diffusa: il mondo del progetto all'inizio del XXI secolo*. Milano: Ed. Skira, 2006.
- CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. 2014. Disponível em: <www.capes.gov.br> Acesso em: 30 jun. 2014.
- CELASCHI, Flaviano. *Il design della forma merce: valori, bisogni e merceologia contemporanea*. Milano: Il Sole 24 Ore / POLIDesign, 2000.



CELASCHI, F.; DESERTI, A. *Design e innovazione: strumenti e pratiche per la ricerca applicata*. Roma: Carocci editore, 2007.

CNPQ - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. 2014. Disponível em: <www.cnpq.br> Acesso em: 30 jun. 2014.

COUTINHO, Luciano; FERRAZ, João Carlos. *Estudo da competitividade da indústria brasileira*. Campinas: Ed. Papirus, 1995.

MANZINI, E.; JÉGOU, F. Design degli scenari. In: BERTOLA, P.; MANZINI, E.(org.). *Design multiverso: appunti di fenomenologia del design*. Milano: Edizione POLIdesign, 2004.

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior – MDIC; Apex Brasil e Centro Brasil Design – CBD (Org.). *Diagnóstico sobre o Design no Brasil*. Brasília: Ed. Apex Brasil, 2014.

MORAES, Dijon De. *Metaprojeto: o design do design*. São Paulo: Editora Blücher, 2010.

PIZZOCARO, S. Design e complessità. In: BERTOLA, P.; MANZINI, E. (org.). *Design multiverso: appunti di fenomenologia del design*. Milano: Edizione POLIdesign, 2004.

RIBEIRO, Darcy. *O Povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1995.

Sobre o autor

Dijon De Moraes é Ph.D em Design pelo *Politécnico di Milano*. Pelo conjunto de sua obra prática e teórica, obteve reconhecimento no Brasil e exterior. Recebeu o Prêmio IDEA Brasil Ouro 2012 pela carreira e por três vezes o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. É autor entre outros de: *Limites do Design* (1997), *Análise do Design Brasileiro* (2006) e *Metaprojeto o Design do Design* (2010). É Editor dos Cadernos de Estudos Avançados em Design e Professor Titular da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG, onde é o atual Reitor. dijon.moraes@uemg.br