

A Inovação nas Produções dos Programas de Pós-graduação em Design no Brasil.

The Innovation in the Productions of Post-Graduate Programs in Design in Brazil

DOLZAN, Jorge Elias; Mestre; Universidade Federal de Santa Catarina- UFSC
jorgedolzan@yahoo.com.br

VELA, João Carlos; Mestre; Universidade Federal de Santa Catarina- UFSC
joao.vela1@gmail.com

TRISKA, Ricardo; Doutor; Universidade Federal de Santa Catarina- UFSC
ricardotriska@cce.ufsc.br

Resumo

O presente artigo concentra-se nos programas de pós-graduação, em nível *stricto sensu*, do design no Brasil, visando caracterizar o que tem sido produzido e divulgado, a partir das dissertações disponibilizadas no portal da CAPES até o ano de 2014. O objetivo deste estudo portanto é traçar um panorama da inovação, nos programas de pós-graduação em design no Brasil. Como metodologia de pesquisa, utilizou-se da pesquisa exploratória, e por meio da coleta dos dados, identificou os programas e mapeou suas produções. Com tais dados (palavras-chaves) foi possível desenvolver um painel indicando o perfil da produção científica dos programas pós-graduação em design no Brasil relacionados ao tema, inovação. Deste modo este estudo também tem pretensão instigar uma reflexão a respeito da relação entre tais programas e suas produções científicas.

Palavras Chave: pós-graduação, design, produção científica, inovação

Abstract

This article focuses on graduate programs in the strict sense level design in Brazil, to characterize what has been produced and published, as of dissertations available on the website of capes by the year 2014. The goal therefore this study is to describe the present innovation in graduate programs in design in Brazil. As a research methodology, we used the exploratory research, and through data collection, the programs identified and mapped their productions. With such data (keywords) has been possible to develop a panel indicating the profile of the scientific production of graduate programs in design in Brazil related to the theme, innovation. Thus this study has also claim instigate a reflection on the relation between such programs and their scientific productions.

Keywords: pos-graduate, design, scientific production, innovation

5º GAMPI Plural, 2015, UNIVILLE, Joinville, SC

Introdução

Não se pode definir ao certo quando aconteceu a Revolução Industrial, sabemos que no século XIX e início do século passado, as sociedades; europeia e norte americana mudaram de uma economia rural para urbana, e de um sistema de produção artesanal para o industrial, e um dos principais fatores que possibilitaram essa transição foi o expressiva aceleração e a aplicação vitoriosa da inovação tecnológica.

O design neste período de mudanças na forma de produção assume importante papel, possibilitando o incremento de melhores projetos e por consequência melhores produtos, por meio de uma metodologia própria de desenvolvimento. Desta forma o design ganha maior prestígio e a formação nesta atividade torna-se mais intensa.

No final do ano de 1919 temos a criação na Alemanha da Bauhaus, escola de design que se tornou referência mundial, ditando as diretrizes do design e influenciando diversas outras instituições pelo mundo. No Brasil não foi diferente e em meados da década de 1960 seu conceito de formação em design é implantado com a criação da Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI.

Outra grande escola de design que teve forte impacto sobre o design e a formação do design brasileiro foi a também alemã Escola de Ulm que diferente da Bauhaus tinha um pensamento mais direcionado ao mercado e a melhoria dos processos de desenvolvimento da produção e de produtos mais funcionais e práticos. Aliado a este conceito estava a inovação.

Hoje não é possível falar de design sem pensar em inovação ou em processos inovadores. “Inovar para sobreviver” atualmente é um lema global. Segundo Carpenter & Nakamoto (1990 apud MOZZOTA, 2011) “o design é inovação que pode agregar valor, dando a empresa uma vantagem competitiva na busca por elementos que permitam influenciar as preferências do consumidor”.

Com todo este contexto sobre a relação de proximidade entre design e inovação as instituições educacionais de graduação e pós graduação em design também precisaram se adequar e passaram a pesquisar, ensinar e capacitar seus alunos com temas relacionados a inovação e sua importância para a formação do profissional em design.

Como um exercício de reflexão, este estudo concentra-se nos programas de pós-graduação, em nível *stricto sensu*, do design no Brasil, visando caracterizar o que tem sido produzido e divulgado, a partir das dissertações disponibilizadas no portal da CAPES até o ano de 2014.

O objetivo deste estudo é portanto traçar um panorama da inovação nos programas de pós-graduação em design no Brasil. O estudo se mostra de natureza básica, como forma de abordagem quantitativa a medida que considera a quantidade destas terminologias (palavras-chave¹) nas produções destes programas; e qualitativa a medida que tal consideração permite um olhar subjetivo e mais generalizado de todos e de cada programa. Quanto aos seus objetivos de pesquisa este estudo se mostra exploratório ao se aproximar das informações disponibilizadas na CAPES até 2014, que para Triviños (1987), o pesquisador ao partir de uma hipótese, aprofunda seus estudos nos limites de uma realidade específica, buscando antecedentes e um maior conhecimento para, em seguida, planejar uma pesquisa descritiva ou de tipo experimental. Sendo neste estudo a descritiva, a medida que descreve os dados

disponibilizados no referido sistema. Como procedimento técnico basilar, este trabalho tem a pesquisa bibliográfica, que é o planejamento global inicial de qualquer pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, passando por documentos e informações disponibilizadas na internet, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda literatura que o pesquisador examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescidos de suas próprias ideias e opiniões (GIL, 2010).

A pós-graduação *Stricto sensu* em Design no Brasil

A pós-graduação no Brasil surge com a aprovação em dezembro de 1965, da lei no. 4.024/61 da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) tomando como modelo o cenário norte-americano e assumindo influências diretas da cultura germânica, direcionando a universidade de um cenário apenas ensinante e profissionalizante, para um panorama dedicado às atividades de pesquisa científica e tecnológica (SUCUPIRA, 1965).

Aproximadamente trinta anos depois os primeiros programas de mestrado em design no Brasil iniciam suas atividades, notadamente nas regiões Sul e Sudeste, com predominância em São Paulo e Rio de Janeiro. Apesar deste tardio início, diversos programas de pós-graduação em design foram criados e aprovados desde então.

Segundo os últimos dados disponibilizados pela CAPES, no ano de 2014, 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, como podemos visualizar na tabela 01 abaixo, uma média próxima a 1,5 curso criado por ano, uma vez que acabamos de comemorar agora em 2014 vinte anos de pós-graduação em Design no Brasil, demonstrando uma mudança de pensamento e de incentivo a pesquisa em design no país.

Tabela 1 – Cenário do *stricto sensu* em Design. CAPES Obtido em 11.07.2014

DESENHO INDUSTRIAL	Programas e Cursos de pós-graduação					Total de Cursos de pós-graduação			
	Total	M	D	F	M/D	Total	M	D	F
	19	7	0	4	8	27	15	8	4

Fonte: Arquivo pessoal

Efetivamente os cursos estão distribuídos da seguinte forma pelo Brasil: 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. Sobre 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 apenas 01 linha. 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, nenhum declara a inovação ao nominar suas linhas de pesquisa.

Segundo o Documento de Área de 2013 da CAPES,

A área Arquitetura, Urbanismo e Design, integrada no sistema Capes à grande área de Ciências Sociais Aplicadas, envolve campos de conhecimento que transitam no âmbito da arte, ciência e tecnologia. Essa amplitude permite múltiplas possibilidades de inserção, entre teoria e prática, com destaque para projeto, planejamento, gestão, inovação e avaliação, relacionadas ao ambiente construído e natural, objetos, produtos e serviços, como contribuição para o bem estar da população e para a satisfação de suas necessidades materiais, sociais e culturais. [1]

Com este direcionamento dado pelo órgão que regula e coordena a pós-graduação em design no Brasil, fica claro que a inovação é um fator relevante para a consolidação não somente do design, mas também da pesquisa em design no país. O fato da inovação ser um dos direcionamentos dos programas de mestrado comprova sua importância.

Este estudo portanto objetiva traçar um panorama da inovação nos programas de pós-graduação em design no Brasil, e como metodologia utiliza-se da abordagem quantitativa para coletar os dados (palavras-chaves de dissertações e teses) que são disponibilizados pelos programas de mestrado e doutorado em design no site da CAPES. Por meio desta coleta foi possível quantificar a incidência e evidenciar a incidência do uso do termo inovação e seus derivados como por exemplo: gestão da inovação, inovação tecnológica ou processo de inovação.

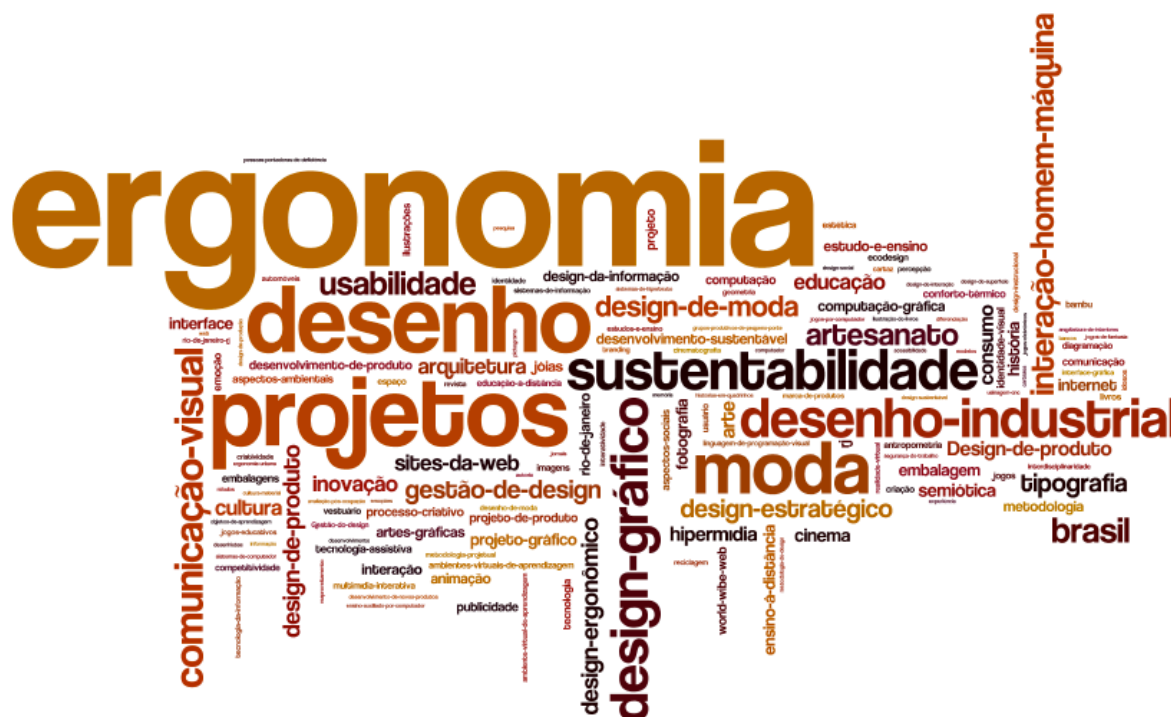
Sustentada pela Resolução nº 5, de 8 de março de 2004², em seu Art. 3º, a formação em design no Brasil “deve ensinar, como perfil desejado do formando, capacitação para a apropriação do pensamento reflexivo e da sensibilidade artística, para que o designer seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas culturais e tecnológicas, observados o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades bem como as características dos usuários e de seu contexto socioeconômico e cultural” (CNE, 2004). Requisita das instituições de ensino um compromisso com uma base teórico-prática considerável e bem equilibrada e que, se destaca o envolvimento de sistemas de inovação em várias linhas. Estas diretrizes norteiam os cursos de graduação, mas se o objetivo da pós-graduação é promover uma formação mais intensa afinal esta é “impossível de se adquirir no âmbito da graduação” (CAPES, 2014), este direcionamento vale de igual maneira para os cursos *stricto sensu* em design no Brasil onde os sistemas de informação se somam aos processos criativos com foco na inovação.

De forma geral a informação pode ser considerada como dados relevantes e propositais a determinado contexto (DAVENPORT; PRUSAK, 1999) só existindo quando tem e faz sentido em alguns processos. Coletadas e bem representadas ajudam na compreensão de situações onde processos criativos oportunizam ações de solução de problemas que podem levar a inovações dentro do design. Toda e qualquer aplicação que promova a coleta e visualização de informações consideram “características básicas de apreensão do sistema perceptivo humano como a cor, a forma, o tamanho, a noção de distância e movimento” (LAPOLLI; ULBRICHT, 2014), elementos básicos do design e de sua formação. Dentro de

² CNE. Resolução CNE/CES 5/2004. Diário Oficial da União, Brasília, 15 de março de 2004, Seção 1, p. 24. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf acessado em 25/mar./2015.

seu objetivo, que é o de traçar o panorama da inovação no programas de pós-graduação em design brasileiros este estudo apresenta o panorama geral das palavras-chave declaradas nas produções publicadas pela CAPES (2015), que se ilustra da seguinte forma:

Figura 1 – Panorama das palavras-chave no *stricto sensu* de design no Brasil.



Fonte: Arquivo pessoal

Na coleta dos dados o que ficou constatado foi a diversidade de terminologias existentes como palavras-chave das produções nos programas *stricto sensu* em design no Brasil, levando o aparecimento de termos relevantes ao design, e ilustrando a pequena abordagem da terminologia tratada neste estudo e tão relevante na Resolução nº. 5, de 8 de março de 2004. A partir deste cenário o trabalho partiu para contagem do termo inovação, iniciando a busca deste termo declarado nos títulos das produções – dissertação e teses, que totalizam 1.052 títulos (CAPES, 2015), em sequência buscou-se as palavras-chave que totalizam 2.553, valendo ressaltar que a maioria das produções apresentavam de três a cinco palavras-chave, mas algumas, e não poucas, não continham este número.

Tabela 2 – Cenário do termo inovação declarado nos títulos e como palavras-chave das produções do *stricto sensu* de design no Brasil. CAPES obtido em 11.07.2014

INSTITUIÇÃO	QTD TÍTULOS	TÍTULOS INOVAÇÃO	COM	QTD DE palavras-chave INOVAÇÃO
UNESP - BAU	144	0		0
UFPR	58	1		0
UFSC	52	1		5
UAM	88	1		1
UDESC	0	0		0
UFPE - ERGO	0	0		0
UNIVILLE	0	0		0
UNIRITTER	14	2		2
UNISINOS	49	10		10
UFRGS	98	2		0
UFRN	0	0		0
UERJ	57	1		0
UEMG	16	0		0
UFMA	0	0		0
UNB	0	0		0
UFPE	117	1		0
PUC-Rio	359	5		2
	1.052	24		20

Fonte: Arquivo pessoal

A Tabela 2 mostra que aproximadamente 24 de 1.052, ou seja, 2,28% dos títulos das dissertações e teses em design no Brasil apresentam de forma declarada o termo inovação. E das 2.553 palavras-chave apenas 20 declaram este termo, isto é apenas 0,78%. Alguns números apresentam cenários interessantes, caso da UNISINOS que de um total de 49 produções, aproximadamente 20,40% declaram a inovação em seus títulos e, consequentemente em suas palavras-chave, fato este coerente, pois se tratando de uma terminologia estruturante do design deve ao estar contida no título aparecer como palavra-chave. Tal consideração parece não se fazer valer em alguns outros programas, onde o número de títulos é maior que o número de palavras-chave, porém, para estes tal fato pouco importa, afinal o número é tão tímido que o mais deve ser questionado é a falta da declaração do termo inovação em seus títulos e palavras-chaves.

Outro ponto importante é que alguns programas podem não declarar inovação em seus títulos, mas tal assunto está contido em suas produções, aparecendo assim como palavra-chave. Isso ocorre na UFSC onde o termo aparece apenas 1 vez no título mas pelo menos

outras 4 produções tratam de tal conteúdo, considerando que palavras-chave devem apresentar o assuntos centrais do trabalho não devendo se repetir.

O termo inovação quando declarado em alguns casos está relacionado com alguma outra terminologia, revelando a temática do trabalho desenvolvido, como mostra a figura a seguir:

Tabela 3 – Formas de declaração do termo inovação como palavra-chave. CAPES obtido em 11.07.2014

Termo	Forma de declaração	QTD
Inovação	Inovação	12
	Inovação em serviços	1
	Inovação na área hospitalar	1
	Inovação organizacional	1
	Inovação social	1
	Inovação tendências	1
	Inovações tecnológicas	2
	Processo de inovação	1
		20

Fonte: Arquivo pessoal

Fica em destaque a declaração isolada do termo inovação como palavra chave com doze aparições das vinte. Relacionada a tecnologia há um destaque, com duas declarações, assim como a relação com serviço, processo, organização, social e tendência com uma declaração. Destaca-se a relação com a área hospitalar o que intensifica a ação do design com outras áreas do saber.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De forma geral a baixa quantidade do termo inovação declarado nas produções dos programas de pós-graduação em design no Brasil apontam para um cenário onde conteúdos tão relevantes para a formação do profissional nesta área não possuem a representação que espera-se ter. Se comparados a outros conteúdos como ergonomia, projetos, desenho e sustentabilidade, termos que dominam o cenário nacional, como podemos verificar na Figura 01, é fácil perceber que existe um grande abismo na produção de trabalhos científicos, quando voltamos nossa atenção para o termo analisado neste estudo.

Vale ressaltar que inovação de acordo com Resolução nº. 5, de 8 de março de 2004, em seu Art. 3º é conteúdo basilar para a formação em design no Brasil e faz parte do perfil compreendido como ideal pelo CNE. Quando a CAPES conceitualmente tem por premissa da pós-graduação propiciar um estudo continuado e também o aprofundamento dos conteúdos que na graduação não é possível ser realizado, a inquietação cresce ao se analisar o termo inovação que, assumido nas diretrizes do design, está declarado apenas em 2,28% dos títulos e 0,78% do total de palavras-chave das dissertações e teses disponibilizadas no site da CAPES, nos faz pensar que se está seguindo para um ponto onde uma análise mais profunda sobre os caminhos trilhados, tanto da graduação, quanto dos programas de pós graduação *stricto sensu* do design em nosso país precisa ser realizada com urgência.

Deste modo vale da mesma forma uma reflexão mais refinada sobre como nossos programas de pós-graduação estão tratando e produzindo conteúdos científicos relacionados às competências que regem a formação do design em nosso país.

Referências

CAPES – www.capes.gov.br Acesso em 1/Jul./2014.

CNE – Conselho Nacional de Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design**. Resolução CNE/CES 5/2004. Diário Oficial da União, Brasília, 15 de março de 2004, Seção 1, p. 24. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf acessado em 25/mar./2015.

DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DROSTE, Magdalena. **Bauhaus, 1919-1933**. Koln: Benedikt Taschen, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo (SP): Atlas, 2010.

IIDA, Itiro . **Design, apesar de tudo!**. In: V Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design 2002, 2002, Brasília. Anais do P&D Design 2002. Rio de Janeiro: AEnD/BR, 2002.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LAPOLLI, M. Vanzin T.; ULBRICHT, V. R. **Organização da informação em narrativas infográficas na web voltadas para o processo de ensino-aprendizagem**. Revista Brasileira de Design da Informação. São Paulo, v.11, n.1 (2014), p.36-49.

LÜDKE, Menga. **Influências cruzadas na constituição e na expansão do sistema de pós-graduação *stricto sensu* em educação no Brasil**. (Depoimentos). Revista Brasileira de Educação. Set /Out /Nov /Dez 2005. no. 30. p. 117-181.

MOZZOTA, B . Borja de, **Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. trad: Ribeiro, Lene Belon. Porto Alegre, Ed: Bookman, 2011.

PEREIRA, M. G. **Artigos científicos: como redigir, publicar e avaliar**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2011. 384 p.

SUCUPIRA, Newton. **Definição dos cursos de pós-graduação**. Publicado em 03/12/1965. Disponível em:

http://www.capes.gov.br/images/stories/download/legislacao/Parecer_CESU_977_1965.pdf

Acessado em 14/Jul./2014.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987