

6. REFLEXÕES ACERCA DOS DADOS OBTIDOS

6.1. As relações entre os diferentes olhares: instituições

6.1.1. Análise de conteúdo das conceituações

Após o levantamento das conceituações das diferentes instituições, feito nos anos de 2014/2015, damos início à reflexão sobre os diferentes olhares por meio de uma análise de conteúdo. A princípio, eu continuaria utilizando a plataforma Many Eyes, contudo, a IBM fez alterações na plataforma e ela se tornou paga. Por isso busquei por uma nova plataforma com a mesma estrutura, e encontrei a Wordsift. A Wordsift foi criada pelo corpo docente da Universidade de Stanford com o objetivo de “ajudar professores a gerenciar demandas de vocabulário e linguagem acadêmica em seus materiais”⁴⁷. Sendo a plataforma criada pelos professores da renomada Universidade de Stanford, com objetivos de uso pelos mesmos para fins educacionais, concluímos ser adequada para dar continuidade ao estudo.

A figura 13 apresenta a nuvem de palavras gerada a partir das conceituações das instituições de referência e do *Guia do Estudante*.

⁴⁷ TLAT. Disponível em: <<http://wordsift.org/about.html>>.

tecnologia de produção; consumidor/cliente; ergonomia; eficácia/eficiência; lucro; matéria-prima.

- Escola britânica (**EBt**), que tem por característica a reflexão sobre o papel social e o impacto social do design na comunidade em que se insere, bem como preocupações com inovação, linguagem e tecnologia, considerando o design como processo e serviço, sempre atuando de forma interdisciplinar com outros campos. Termos possivelmente presentes no discurso: *tecnologia/inovação; linguagem; processo; serviço; reflexão; interdisciplinaridade; multidisciplinaridade; papel social; sociedade.*
- Escola brasileira (**EBr**) considera a responsabilidade social do design (design social), estabelecendo-o como atividade artística, técnico-industrial e estratégica, um processo, uma forma de pensar/pensamento, uma tecnologia, que considera a identidade regional e nacional em seus projetos e resultados. Termos possivelmente presentes no discurso: *técnico-industrial; arte/artístico; caráter nacional/características; responsabilidade social; utilidade do produto; racionalismo; design nacional; papel social; estratégia/competitividade; demanda social.*

Os termos possivelmente presentes no discurso foram levantados a partir de uma análise do capítulo 3 sobre a caracterização do design nos países de referência. Alguns termos estavam presentes no discurso de mais de uma escola, contudo uma análise completa do discurso, e não apenas uma localização dos termos, auxiliará a desvelar as ideologias e formações discursivas (**EA**; **EBt**; **EBr**) presentes à época.

6.1.2. Análise de discurso das instituições

Maurício de Nassau de Maceió (Alagoas)

A definição da Maurício de Nassau falava sobre uma atuação na indústria e produção seriada. Abordava o profissional do campo como sensível e reflexivo, produzindo sempre com foco no usuário, independentemente do tipo de produto a ser desenvolvido. Caracterizava o designer como agente tecnológico, ou seja, podemos desvelar aqui uma ideia de que o designer, profissional do campo, está

diretamente ligado à técnica, modo de produção e novos métodos, se considerarmos tecnologia como “semelhante ao conceito de técnica, embora, na atualidade, seja preferencialmente compreendido como estudo, conhecimento, domínio sobre determinado modo específico de operar ou fazer” (CIPINIUK; PORTINARI; BOMFIM, 2008, p. 111).

Fica clara a influência da **EA**, por conta do foco na produção e nas tecnologias voltadas para o desenvolvimento de produtos (objetos).

Universidade Federal do Amazonas (Amazonas)

A Federal do Amazonas buscava engajar o leitor em uma reflexão sobre design tentando problematizar o termo como algo sendo usado para fins de adjetivação e definição do que seria entendido como “belo”.

Elucidava também que design não se limita à cor ou à forma de um objeto. De forma imperativa, declarava que design não é desenho ou decoração e sim projetar com foco nas necessidades humanas. Estava voltada para a produção e a comercialização. Trazendo a fala do designer Alexandre Wollner para corroborar sua percepção sobre o design: “Essa é a proposta do design, que não está preocupado com a estética, mas com a função, com materiais, com a ergonomia, com aplicações planas e não planas”.

Desvela-se, então, com a citação de Wollner, uma ideologia de influência da **EA**, ao afirmar que a função se sobressai à forma. Ao abordar função/funcionalidade, Wollner está reforçando um olhar e uma ideologia de projeto voltados para a indústria e para a produção seriada, que pouco se relaciona com o papel social do design, abordado pela **EBt**, por exemplo.

Centro de Ensino Superior do Amapá (Amapá)

O Cesa apresentava uma definição para o profissional do campo de design. Iniciava a apresentação com a indagação “O que é designer?”, possivelmente procurando conectar-se com o aluno que busca compreender melhor o campo e a atuação desse profissional. Trazia, na resposta ao questionamento, menções a conhecimentos técnicos, melhorias em funcionalidade (função) e aparência (forma), além da capacitação criativa do profissional no processo de projeto. Inferiu sobre a interdisciplinaridade do design para atender às demandas da sociedade e do mercado.

Ao caracterizar o designer, a instituição demonstrava sua relação com a **EA**, por focar a definição do profissional como um usuário de técnicas responsável por melhorar forma e função de produtos. Mesmo citando a interdisciplinaridade, mais característica da **EBt**, ao citar “necessidades humanas apontadas pelo mercado”, fica clara a preocupação com o cliente e não com a sociedade.

Universidade Federal da Bahia (Bahia)

O curso oferecido na UFBA era específico para projeto de produto, apresentando cinco alicerces fundamentais, todos estritamente relacionados ao processo de produção. A explicação sobre o curso também explicitava a possibilidade de escolha, pelo aluno, de disciplinas optativas para uma fundamentação da atuação do designer. Não fica claro quais eram essas opções e quais seriam essas fundamentações da atuação no campo. Ademais, citava a possibilidade de uma formação específica para futuros docentes.

Com uma definição rasa sobre o curso, é possível inferir que a UFBA possuía uma influência da **EA**, por seu foco na produção de objetos, sem abordar, no breve parágrafo, a sociedade ou suas demandas específicas. Parece ser um curso voltado para a criação de demandas para/por produtos e seu desenvolvimento/produção.

Faculdade Nordeste (Ceará)

A DeVry Fanor (nome atual da instituição) iniciava sua apresentação falando sobre sua infraestrutura e seu corpo docente de excelência. Tentava instigar o possível futuro aluno estabelecendo um vínculo de confiança, por ser uma ótima instituição de ensino.

Afirmava ainda que habilitaria o futuro designer a trabalhar voltado para o mercado, de forma interdisciplinar e usando da inovação. Mesmo aparentando estar em consonância com a **EBt**, pelo apelo interdisciplinar e pela inovação, a Fanor trazia, em seu discurso, expressões como “aspectos técnicos”, “ergonômicos”, “produtivos”, “recursos humanos”, “boa qualidade”, demonstrando uma ideologia de produção, e não voltada para a sociedade, o impacto social ou o serviço, ficando clara a sua relação com a **EA**.

Universidade de Brasília (Distrito Federal)

A UnB explicitava que design é uma palavra de origem inglesa, significando projetar, mas argumentava que o trabalho do designer é unir criatividade e funcionalidade, fazendo uma referência velada à forma e função. Declarava que o curso estava vinculado às artes, à publicidade, à arquitetura e à engenharia.

Com uma definição um pouco vaga, a UnB pareceu estar mais próxima da **EBt**. Mesmo abordando um caráter mais produtivo – ao mencionar criatividade e funcionalidade – ao declarar sua interdisciplinaridade, sem se aprofundar nas questões produtivas, parece estabelecer um perfil dentro da **EBt**.

Faculdade do Centro Leste (Espírito Santo)

Não apresentava conteúdo sobre o curso, não sendo possível realizar a análise do discurso.

Pontifícia Universidade Católica de Goiás (Goiás)

A PUC-Goiás abordava o projeto pedagógico como integrador e declarava que o aluno poderia circular “nas três áreas da atividade profissional – comunicação, produto e ambiente”. Não fica claro se as três áreas eram habilitações disponíveis na universidade ou se era uma visão da instituição sobre o mercado.

Citava que as disciplinas optativas auxiliariam o aluno de forma mais prática, novamente frisando as três áreas de atuação. Abordava estudos sobre “necessidades humanas”, “criação e desenvolvimento de produtos” voltados para atender demandas por “serviços e produtos de alto padrão” para os setores público e privado.

Desvela-se, então, uma ideologia da **EA**, pois demonstrava preocupação com o mercado e com os produtos na prática do design. Ao afirmar “alto padrão” fica mais clara a preocupação com demanda e mercado, em uma perspectiva de “venda, “propaganda” das capacidades do designer desenvolvidas na instituição.

Universidade Federal do Maranhão (Maranhão)

A UFMA discursava sobre o profissional do campo; como pretendia capacitar o aluno, formando-o para ser ético, buscando a excelência e habilitando-

o para a “configuração de objetos” e de “sistemas de comunicação visual”. Demonstrava que o foco do designer é a resolução de problemas, nos mais diversos aspectos “sociocultural”, “econômico-financeiro”, “produtivo”, “ecológico”, e “estético-formal” (forma e função), em diferentes esferas “regional, nacional e internacional”.

Abordava que o profissional habilitado é capaz de atuar em diferentes vertentes, prestando diversos tipos de serviços e que a atuação se daria de forma interdisciplinar, considerando história, cultura, características dos usuários e contexto socioeconômico.

No caso da UFMA, a influência da **EBt** é clara ao considerar o designer como prestador de serviço envolvido diretamente com a sociedade na qual se insere. Demonstrava que o profissional não está limitado à configuração de objetos ou sistemas de comunicação, mas que seu foco é a resolução de problemas, podendo atuar na liderança de projetos, treinamentos etc.

Também há a influência da **EBr** ao considerar questões culturais e regionais de cada projeto.

Universidade Federal de Minas Gerais (Minas Gerais)

Para a UFMG, design era uma “atividade projetual”, que utiliza diferentes conhecimentos – interdisciplinares – para a criação de produtos, focada na forma e na função – “funções de uso... e de estima” –, mas com uma preocupação social, ao considerar fatores “psicológicos”, ideológicos” e “valores culturais”.

Determinava que é uma atividade exercida em grupos – “equipes de projeto”. Considerava ainda o design como responsável pelo desenvolvimento tecnológico e econômico, mas com responsabilidade cultural, por valorizar características inerentes à localidade na qual se insere.

O discurso da UFMG, inicialmente, parece ser influenciado pela **EA** ao focar sua fala em forma e função, além de desenvolvimento tecnológico e econômico. Contudo, introduzia a preocupação com ideologias e culturas e a importância da valorização desses aspectos ao projetar para uma dada localidade, ficando clara a ideologia da **EBr** ao focar em questões regionais.

Instituto de Estudos Superiores da Amazônia (Pará)

O IESAM trazia em sua página uma caracterização do “perfil profissional”. Declarava que “criatividade” é o foco do profissional e que o design de produto – habilitação oferecida pela instituição – tinha foco na forma e função (“forma”, “função”, “material”) para o desenvolvimento de objetos “atraentes ao consumidor”. Indagava se o estudante já teria ideias e afirmava que, no IESAM, lhe seria ensinado como aplicá-las.

Fica claro, no discurso da instituição, ao usar a expressão “ensina você a aplicá-las”, um caráter mais tecnicista. Não era abordado o processo ou o caráter projetual do design. A ideologia da **EA** transparece nesse discurso e ao afirmar que os produtos devem ser “atraentes ao consumidor”, demonstrando uma preocupação mercadológica e não social.

Universidade Federal de Campina Grande (Paraíba)

A UFCG declarava que design é “uma atividade prática” pautada em “teoria e procedimentos críticos”, objetivando o desenvolvimento de produtos “no campo da inovação tecnológica” de forma interdisciplinar. Os produtos – “artefatos” – resultantes devem atender às “expectativas dos diversos segmentos de usuários”, e devem considerar não apenas questões “práticas”, mas também os “aspectos teóricos, emocionais e subjetivos”, buscando uma “experiência plena” pelo usuário – psicológica, emocional, estética, semântica, com impacto social e ambiental, visando ergonomia e fatores humanos, inovação, eficiência e durabilidade.

A UFCG focava seu discurso na habilitação oferecida – projeto de produto. Tem como ideologia norteadora a **EA** por direcionar sua fala ao mercado e ao atendimento de demandas por usuários. Mesmo abordando alguns aspectos sociais que se relacionam com a **EBt** e a **EBr**, esses aspectos são direcionados ao produto de forma a torná-lo um artefato vendável e interessante para o consumidor.

Universidade Federal de Pernambuco (Recife)

A UFPE abordava a história do curso e como ele surgiu pela união das habilitações em Desenho Industrial. Declarava que, com a reforma curricular, seguindo às diretrizes do MEC, o curso proporcionava autonomia ao aluno em sua

formação tendo “formação básica em design e desdobramentos para ênfases em diferentes áreas de atuação do profissional de Design”.

O discurso da UFPE não esclarecia a visão da instituição sobre o campo ou o profissional. A partir da união das habilitações, poderíamos inferir que havia uma tentativa de estabelecer o design como processo e não apenas o reflexo de um produto ou sistema de comunicação visual – seria, então, uma ideologia norteadora da **EBt**. Contudo, como o discurso era breve e não articulava percepções sobre o campo, não foi possível fazer a afirmação sobre qual ideologia a norteava. Seriam necessários dados mais sólidos para tal.

Universidade Federal do Piauí (Piauí)

Não apresentava conteúdo sobre o curso, não sendo possível realizar a análise do discurso.

Universidade Tecnológica Federal do Paraná (Paraná)

Para a UTFPR, o profissional do campo está habilitado à solução de problemas utilizando “criatividade e disposição”, considerando o contexto “socioeconômico” e projetando de “forma contextualizada”.

Em seguida, definia design como “área de conhecimento” com vistas a “planejar e desenvolver projetos” pautados em uma “formação abrangente”, conjugando conhecimentos técnicos e crítica, em um “contexto social-cultural econômico”. Ainda declarava que o design é um diferencial competitivo. Relatava alguns possíveis campos de atuação do profissional e a estrutura do curso (tempo).

No caso da UTFPR, é possível desvelar uma ideologia da **EBt** pelo direcionamento à resolução de problemas focada e contextualizada socialmente. Havia também a compreensão de que uma reflexão crítica é essencial para o projeto e não apenas o “instrumental técnico”.

Centro Universitário de Volta Redonda (Rio de Janeiro)

A Unifoa abordava a “função do Design” demonstrando ser um profissional que analisa, interpreta, projeta e intervém, tendo como foco ergonomia, psicologia, tecnologia, funcionalidade, ambiente e espaço.

Considerava o design uma área transversal, objetivando a resolução de problemas.

Listava algumas possibilidades de trabalho, mas, na instituição, o aluno era preparado para ser “gestor da própria carreira” para “maiores ganhos no mercado”.

A ideologia da **EA** transparece no discurso pelo foco ergonômico, funcional e tecnológico abordado, para a atuação do profissional e por preocupar-se com “ganhos do mercado”; vendo o designer como “gestor”, o que desvela uma visão do design voltada para negócios.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Rio Grande do Sul)

A UFRGS iniciava o discurso informando sobre as habilitações disponíveis na instituição e que o curso se caracterizava pela “pluridisciplinaridade” voltada para “criatividade, autonomia, flexibilidade e polivalência”. Abordava também que o ensino era multidisciplinar, focado no projetar, que seria o “fazer”. Esse fazer abrange inovação, subjetividade, metodologia (mecanismos de projeto), materiais, processos e relação com o setor produtivo.

A ideologia da **EBt** fica clara ao abordar a interdisciplinaridade do campo e por considerar o processo e a reflexão no fazer design, não considerando o mercado como fator essencial, mas sem descartá-lo.

Universidade do Contestado (Santa Catarina)

A Universidade do Contestado trazia o objetivo do curso em seu discurso. De forma breve, demonstrava as características que seriam desenvolvidas no futuro designer – criatividade, inovação, pensamento analítico – para suprir as necessidades do mercado, baseadas nos conhecimentos multidisciplinares: ergonomia, tecnologia, estética, mercado, gerência, fatores humanos e ambientais.

Pelo foco mercadológico e tecnicista no projetar é desvelada uma ideologia da **EA**. Mesmo abordando criatividade, inovação e reflexão como características do designer, elas são focadas para o mercado e não para o social ou enquanto serviço.

União das Escolas do Grupo Faimi de Educação (São Paulo)

A Faimi abordava o objetivo do curso, em seu discurso, demonstrando uma preocupação em formar alunos de forma “ética, técnica, criativa e humanística”, para atuarem como “cidadãos responsáveis” sabendo empreender e investigar,

atuando para a sociedade e considerando que esta está em constante mutação. Citava os conhecimentos que seriam abordados – métodos, técnicas, processos materiais e linguagem – e as etapas inerentes aos projetos – concepção, desenvolvimento e finalização, sempre considerando “as necessidades do usuário e a produção” além das características socioeconômica, culturais e regionais do projeto.

A Faimi é a única instituição que parece ter integrado em seu discurso as três ideologias. Tem um claro foco do papel social do designer e que a instituição deve formar o aluno para atuar como “cidadão responsável”, desvelando características do pensamento da **EBt**. Ao mesmo tempo preocupava-se com as necessidades do “usuário e produção”, termos recorrentes na ideologia da **EA** e, finalmente, em sua última frase, afirmava que o projeto deve ser integrado à região ao qual pertence, demonstrando uma preocupação com a identidade nacional e adequação à sociedade no qual o design se insere, relacionando-se também com a **EBr**.

Guia do Estudante

O *Guia do Estudante* iniciava o discurso explicando que o termo “design” seria traduzido do inglês como “desenho” (na realidade o termo seria traduzido como “projeto”). Fala sobre a função do designer em duas diferentes habilitações – gráfico e produto – explicando suas atribuições nas subvertentes. Trazia um discurso bem reducionista do que seria a atuação de um designer “definindo o tipo e tamanho das letras”, contudo, compreende-se o uso dessa linguagem como facilitador para que o futuro aluno entenda, rapidamente, como atua o profissional do campo. Referia-se ao projeto de produto como “desenho industrial”, novamente detalhando como o profissional atua e o que desenvolve.

Concluía o discurso explicitando que não importa o campo de atuação, o designer deve “garantir a funcionalidade do objeto e a viabilidade econômica e industrial de sua fabricação”. Também informava que o designer atua com outros profissionais de campos como *marketing*, jornalismo, engenharia etc., demonstrando a interdisciplinaridade do projetar. E finalizava o discurso com a frase: “Você pode ingressar na carreira como tecnólogo”.

A influência da **EA** no discurso é muito clara, já que o *Guia do Estudante* parecia compreender o design como objeto, produto, resultado de uma produção

em larga escala e que conhecimentos técnicos (última frase) podem dar conta do “projetar”, inerente ao campo.

6.2. As relações entre os diferentes olhares: graduandos

6.2.1. Influências nacionais e internacionais

Para dar início às análises das respostas obtidas, direcionamos nosso olhar às perguntas 3, 4, 5, 6 e 7, buscando estabelecer as possíveis influências nacionais e internacionais no discurso dos alunos. As questões 1 e 2 tinham como intuito engajar o aluno na pesquisa, trazendo suas experiências estudantis à tona e despertando seu interesse e sua vontade de falar um pouco sobre suas vivências e percepções sobre si mesmo atuando no campo do design. Sendo assim, as respostas para essas perguntas não foram analisadas.

A figura 14 apresenta o mapa do Brasil e a distribuição das respostas por instituição.

3. Ao longo de sua formação, você teve acesso a informações sobre pessoas/professores/pesquisadores/profissionais que ajudaram na fundamentação do Design no país?

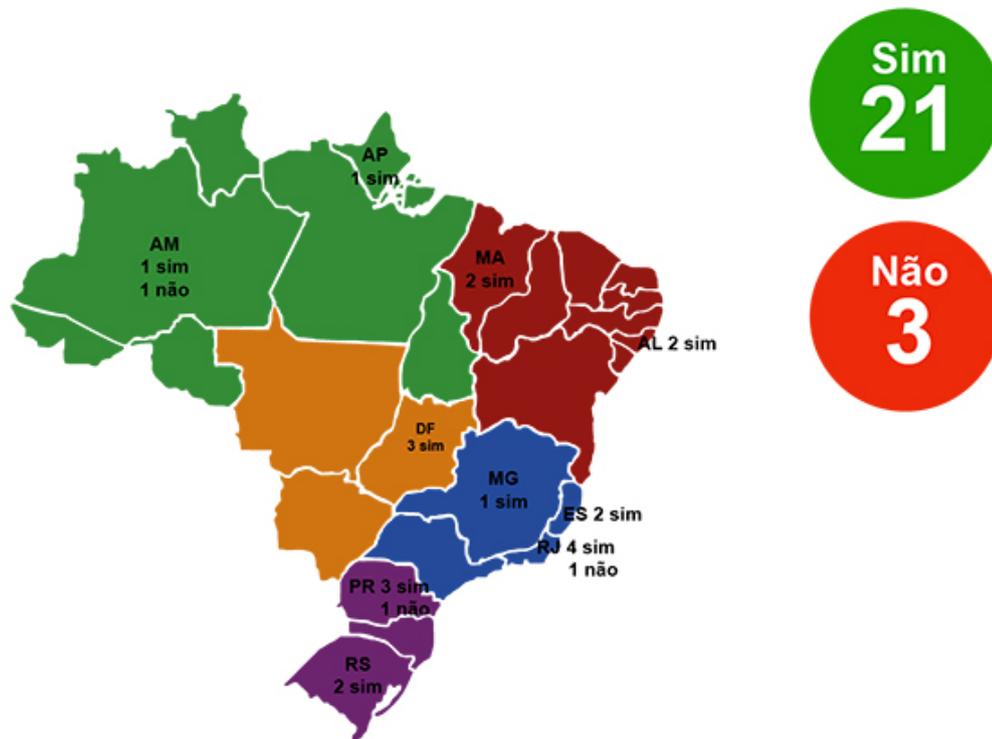


Figura 14 – Mapa quantitativo de distribuição das respostas para a questão 3 (Brasil)

Seguindo-se à pergunta número 3, na pergunta 3.1, o participante poderia citar os nomes dessas pessoas/professores/pesquisadores/profissionais. Os mais citados foram: Alexandre Wollner (5), Rafael Cardoso (4), Aloísio Magalhães (3), Chico Homem de Melo (2), Gilberto Strunck (2), Itiro Iida (2), Lina Bo Bardi (2), Lucy Niemeyer (2), Sérgio Rodrigues (2). A figura 15 mostra a nuvem que esses nomes formaram.



Figura 15 – Nuvem de nomes citados, em nível nacional, como os fundadores do design no Brasil

É importante frisar que muitos dos nomes citados, 45 no total, são de professores das instituições das quais os alunos faziam parte.

4. Ao longo de sua formação, você teve acesso a informações sobre pessoas/professores/pesquisadores/profissionais que ajudaram na fundamentação do Design no exterior?

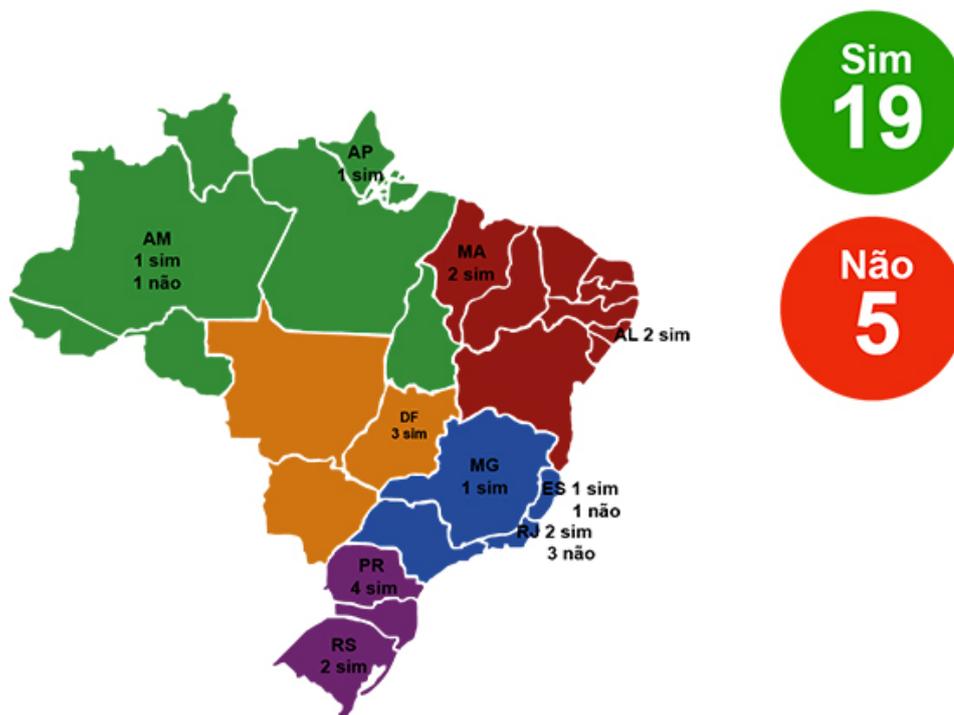


Figura 16 – Mapa quantitativo de distribuição das respostas para a questão 4 (Brasil)

Assim como na questão número 3, na questão 4, os alunos deveriam responder sobre se tiveram acesso a nomes de pessoas/professores/pesquisadores/profissionais estrangeiros, que foram referências citadas dentro da instituição de ensino. Eles também puderam, na questão 4.1, citar esses nomes. Para esse item obtivemos os seguintes nomes: Walter Gropius (5), Charles Eames (3), Ellen Lupton (3), Wassily Kandinsky (3), Philippe Starck (3), William Morris (3), Bruno Munari (2), Ezio Manzini (2), Ludwig Mies Van de Rohe (2), Paul Rand (2), Ray Eames (2) e Victor Papanek (2), cuja nuvem está na figura 17. No total, foram citados 39 nomes de referência.



Figura 17 – Nuvem de nomes citados, em nível nacional, como os fundadores do design no exterior

5. Ao longo de sua formação, você teve acesso a informações sobre profissionais de mercado do Design no país?



Figura 18 – Mapa quantitativo de distribuição das respostas para a questão 5 (Brasil)

As questões 5 e 5.1 investigaram se e quais os profissionais de design brasileiros foram citados dentro das instituições de ensino superior (figuras 18 e 19). Houve um total de 40 nomes citados, sendo os de maior recorrência: Alexandre Wollner (3), Índio da Costa (2) e Paulo Blob (2). Dois estúdios de design foram citados como referências, contudo, por não referenciar especificamente profissionais, foram desconsiderados da amostragem.

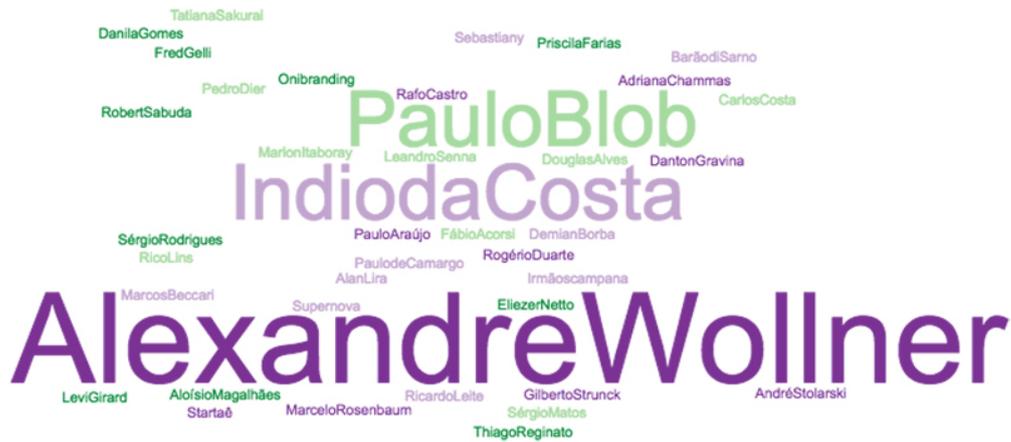


Figura 19 – Nuvem de nomes mencionados, em nível nacional, como os profissionais de design do país que foram referências citadas nas instituições de ensino superior

6. Ao longo de sua formação, você teve acesso a informações sobre profissionais de mercado do Design no exterior?

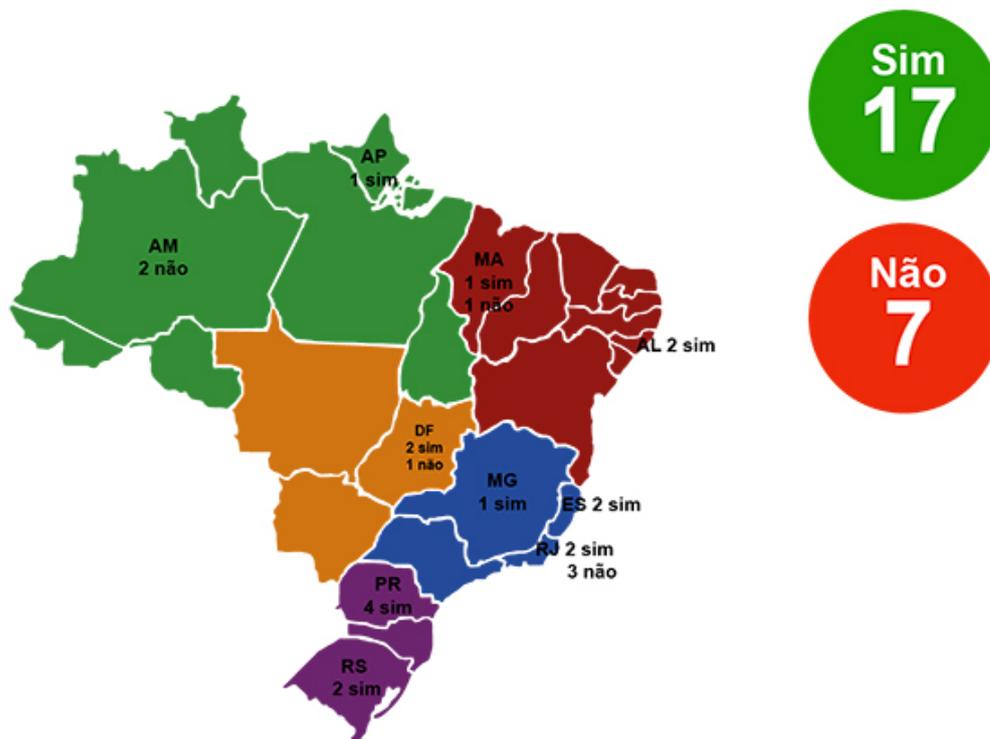


Figura 20 – Mapa quantitativo de distribuição das respostas para a questão 6 (Brasil)

Já as questões 6 e 6.1 investigaram se e quais os profissionais de design estrangeiros foram citados dentro das instituições de ensino superior (figuras 20 e

21). Obtivemos um total de 21 nomes citados, havendo apenas 1 recorrência: Stefan Sagmeister (2). Um dos alunos citou “um dos sócios da Huerta Tipográfica; O time da Mandalah” e outro aluno, dentre os nomes citados, redigiu “Bauhaus”. Por não citarem especificamente profissionais, essas respostas foram desconsideradas na amostragem.

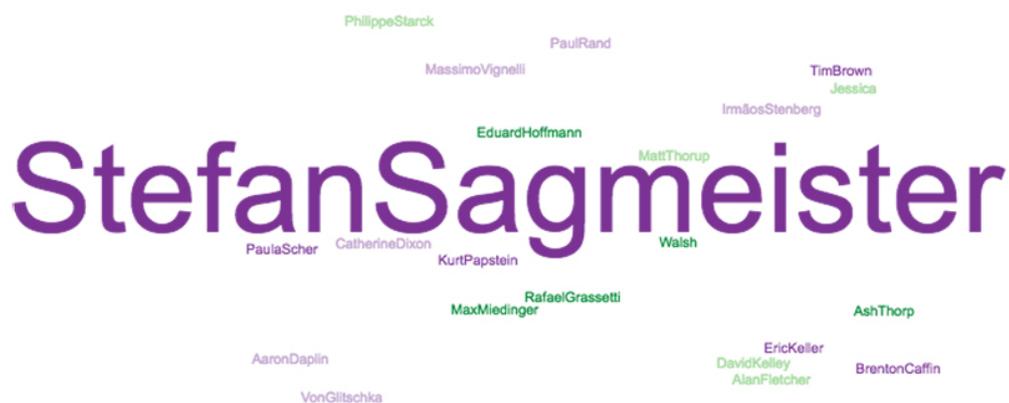


Figura 21 – Nuvem de nomes mencionados, em nível nacional, como os profissionais de design no exterior que foram referências citadas nas instituições de ensino superior

E, finalmente, na questão 7, perguntamos aos alunos quem os inspira no design⁴⁸. Novamente, só foram consideradas na amostragem os nomes de profissionais para que fosse possível delinear/restringir o cenário de respostas. Houve apenas um nome com recorrência: Victor Papanek (2).

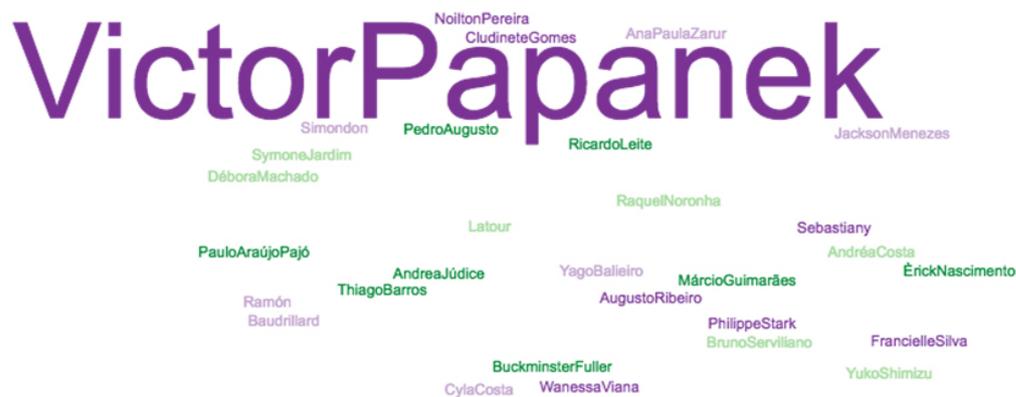


Figura 22 – Nuvem de nomes citados como fontes de inspiração dos alunos (Brasil)

⁴⁸ O texto da questão 7 é “Quem te inspira em design, por quê?”.

foco em um resultado final do projeto, um produto, por exemplo, tendo forte relação com a formação discursiva norte-americana.

O termo *área*, recorrente também no discurso das instituições, designa uma delimitação de espaço, apontando o design como um território.

Profissão está atrelado à formação, ofício que será exercido ao final da graduação.

O termo *projeto*, como delimitado no capítulo 4, é a busca pela solução de um problema, segundo João de Souza Leite (2008, p. 271) é o “conjunto de definições necessárias à execução de qualquer coisa, seja um objeto, seja um móvel, ou até mesmo algo intangível”.

Os demais termos, muitos deles também recorrentes no discurso das instituições, em sua maioria, denotam novamente um foco no profissional, no produto, na forma, na técnica e em resultados delineando, novamente, um discurso da **EA**, salvo exceções como os termos *resolução* e *serviço*.

A figura 24 demonstra a análise de conteúdo das percepções dos alunos quanto à formação em Design.



Figura 24 – Nuvem de palavras presentes na conceituação da formação em Design feita pelos alunos (Brasil)

Como resultado da nuvem de palavras para a conceituação da formação em design, os seguintes termos foram encontrados com maior recorrência: *área* (7); *criação* (6); *conhecimento* (5); *designer* (5); *processo* (5); *aluno* (4); *conceito* (4); *disciplina* (4); *problema* (4); *produto* (4); *profissional* (4); *projeto* (4);

solução (4); *desenho* (3); *curso* (3); *ferramenta* (3); *forma* (3); *materiais* (3); *metodologia* (3).

Ao comparar os termos recorrentes em Sol (2009), no discurso das instituições e no discurso dos alunos de todo o Brasil obtive o resultado representado na figura 25.



Figura 25 – Termos recorrentes em Sol (2009), no discurso das instituições e no discurso dos alunos de todo o Brasil

Os termos recorrentes nas respostas à questão 9 contradizem as expectativas preliminares por denotarem uma ideologia da **EBt**, já que os termos refletem uma ideia de território (*área*), reflexão (*conhecimento*) e inovação (*criação*).

Ao comparar as recorrências obtidas com as análises de conteúdo, pode-se inferir que existem indícios de uma formação discursiva norte-americana, um foco na solução de problemas por meio da criação de artefatos feitos por um profissional especializado, no caso o designer. Contudo, esta é uma percepção superficial sendo, então, essencial a análise dos discursos para esclarecer as ideologias neles inseridas e, assim, esclarecer qual a formação discursiva predominante e a possível identidade do design no país.

6.2.3. Conceituações de design – análise de discurso das instituições

A seguir, apresentamos as análises por instituição, divididas por região: **norte**, **nordeste**, **sudeste**, **centro-oeste** e **sul**.

NORTE

Universidade Federal do Amazonas – Ufam (AM)

É possível desvelar uma ideologia da **EA** nos discursos da Ufam. O enunciador AB, ao citar o design como projeto de “coisas”, apresenta uma ideia de produto, resultado tangível. Já o enunciador TKB inicia o discurso tentando transmitir uma percepção do design além do resultado final, contudo, ao utilizar o termo “usuário final” desvela uma ideia de uso de algo, por alguém, novamente confirmando a formação discursiva norte-americana.

Nas respostas à pergunta 9, o primeiro enunciador não se declara sobre, mas TKB limita o trabalho do designer a se expressar por meio de desenhos e, novamente, cita o “usuário final”, ficando mais evidente a ideologia **EA**.

Centro de Ensino Superior do Amapá – Cesa (AP)

O enunciador AVMM traz alguns termos que se relacionam à **EBt**, afirmando que o design é um equilíbrio entre “criação”, “conceitos”, “estética”, “metodologias”, “diagramas” e “especificações técnicas”. Os três últimos termos já dão indícios da ideologia da **EA**, mas, ao afirmar que é uma “profissão técnica”, esse discurso desvela por completo a ideologia da **EA**, entendendo o design como tecnicismo.

No discurso em resposta à questão 9, fica ainda mais evidente a formação discursiva norte-americana ao dar ênfase à “metodologia” e à “precisão da engenharia”. Ao finalizar o discurso afirmando ser possível “produzir soluções” para uma dada “especialidade” ele defende que não há uma relação com o design como serviço, mas sim como produção de algo.

NORDESTE

Universidade Federal do Maranhão – UFMA (MA)

A UFMA, por meio de seus enunciadores, apresenta uma formação discursiva paradoxal. O enunciador PFM afirma que o design é “transformador”, está ligado à “inovação” e é interdisciplinar, pois “abrange outras áreas”. Esse discurso dá indícios de uma ideologia da **EBt**, contudo por se preocupar com “colocação no mercado” e afirmando a “capacidade gerencial de processos e métodos”, apresentando uma ideia de produção e não entendendo o design como serviço, desvela uma ideologia da **EA** também. O enunciador AJSM traz uma nítida formação discursiva da **EBt**, afirmando a importância da multidisciplinaridade no design e destacando seu papel social.

Na resposta subsequente, o primeiro enunciador novamente apresenta um discurso misto, citando a interdisciplinaridade do design, apresentada na formação, e afirma que o design possui uma “linguagem”. Contudo, também apresenta terminologias da **EA**, tais como *materiais*, *processos* e *apropriação*, que desvelam essa formação discursiva. Para o enunciador ASJM, também há uma percepção de ambas as formações discursivas, pela multidisciplinaridade apresentada e pela “técnica de processos produtivos” afirmada como parte da formação do designer.

Para a UFMA, podemos afirmar que ambas as formações discursivas tanto da **EA** quanto da **EBt** se apresentam.

Faculdade Maurício de Nassau de Maceió – FMNM (AL)

Para a Maurício de Nassau, a ideologia desvelada também é mista, como na UFMA. O enunciador FPM traz o design como um profissional que equilibra “metodologia” e “criatividade”, com o intuito da criação de um “conceito” e uma “linguagem”, desvelando, assim, uma formação discursiva britânica. Para o segundo enunciador, EWGJ, o design é “objetivo” e “funcional”, atende a “demandas específicas”, faz um “produto funcionar”. Mesmo trazendo alguns indícios no discurso da **EBt** e da **EBr**, a ênfase na funcionalidade e na objetividade desvelam uma formação discursiva da **EA**.

Na resposta à questão 9, o primeiro enunciador traz a ideologia **EA** em seu discurso ao afirmar uma “busca da perfeição”, contudo, a resposta não deixa claro se o participante está falando sobre a formação em Design ou sobre por que

realizar uma formação em Design. O segundo enunciador simplesmente repetiu a mesma resposta à pergunta anterior.

SUDESTE

Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG (MG)

O único participante da UFMG deixa nítida a ideologia da **EA** em seu discurso. O profissional é visto por ele como “inserido no sistema de produção e consumo”, “provedor de alternativas e instrumentos”, trazendo “melhorais”. Todo o discurso é pautado no sistema produtivo, no mercado e no tecnicismo.

A ideologia desvelada é confirmada na questão subsequente, ao citar a formação para o “mercado”, aos “modos de produção” e à “articulação de sistemas”.

Faculdade do Centro Leste – UCL (ES)

Na UCL, novamente desvelamos uma ideologia mista. O enunciador CO resume o design ao profissional como um “resolvidor de problemas”. Ele indica uma atuação técnica e pontual do designer, desvelando a ideologia norte-americana. Já para FCM, o design está voltado para as “necessidades da sociedade”, ou seja, ele destaca o papel social do design, desvelando uma formação discursiva da **EBt**.

Para a questão 9, ambos os participantes desvelam a formação em design como de ideologia norte-americana ao delimitar o design à técnica (“testes” e “usando processos”), não vendo o próprio design como processo.

Centro Universitário de Volta Redonda – Unifoa (RJ)

Na Unifoa, três discursos apresentam uma ideologia norte-americana, um não apresenta ideologia clara e outro a ideologia britânica. MH, primeiro enunciador, declara que design é um “meio” para entender a “necessidade do cliente [...] projetando algo”, ou seja, o design atende a uma demanda de um cliente e origina um produto para tal. No segundo enunciado, novamente uma busca pelo que “o usuário precisa”. O termo *usuário* novamente desvela uma ideologia de mercado, a produção de artefatos para suprir demandas. GLSB limita o design à ergonomia e à metodologia para a melhoria da qualidade de vida e conforto das pessoas, ou seja, o design não é entendido como um serviço e sim

como algo a ser aplicado em um produto. Para o enunciador RMC não é possível identificar uma ideologia no primeiro discurso e, para DL, design é “não-linear” focado no “comportamento humano”, desvelando o entendimento do design como reflexão, ou seja, uma ideologia da **EBt**.

Na questão subsequente, os três primeiros discursos confirmam as primeiras ideologias identificadas: o design como tecnicista, voltado para a melhoria de algo, com ênfase em metodologias. Para RMC (sem formação discursiva no primeiro discurso), é desvelada uma ideologia norte-americana ao declarar que o “aluno é treinado para o mercado” com “metodologias” e “ferramentas”; restringindo a atuação do design ao tecnicismo. Finalmente, o último enunciador reafirma a ideologia britânica em seu discurso ao trazer a interdisciplinaridade como essencial para a formação do aluno.

CENTRO-OESTE

Universidade de Brasília – UnB (DF)

A UnB é mais uma instituição que apresenta uma formação discursiva norte-americana no enunciado dos alunos. O primeiro participante, GLA traz um discurso misto ao afirmar que “design é uma transformação intencionada”. A palavra *transformação* pode se referir tanto à produção (produto) ou a um serviço e o resultado proporcionado por ele em dada situação. Para o segundo enunciador, o design é visto como “gerenciamento criativo, sistemático e funcional”. Mesmo citando também “serviços” como uma das incumbências gerenciais do design, o foco é sistêmico. Por declarar que design traduz o subjetivo em tangível fica claro o indício de produção de resultados, no caso objetos, em seu discurso. Desvelamos, assim, uma ideologia da **EA**. O mesmo ocorre com o terceiro enunciador, CAD, que define design como uma “profissão” voltada para “métodos de criação e desenvolvimento” gerando “produtos ou estratégias”. A palavra *estratégia*, usualmente, se relaciona à obtenção de vantagens, muito relacionada ao mercado e à competitividade.

Na questão 9, temos a confirmação da ideologia norte-americana nos discursos. No primeiro enunciado, GLA afirma que a formação “possibilita a utilização de ferramentas de criação” para o aprimoramento de “produtos, serviços e processos”. Ao citar processos como parte de algo a ser aprimorado, o aluno não identifica o design em si como tal, desvelando um foco no fazer design

em oposição à reflexão e à crítica ao campo. O segundo enunciador declara que a formação auxilia no “desenvolvimento técnico da profissão”, o que revela uma ideologia tecnicista e delimitada do design. E, por fim, o terceiro enunciador também cita o “aperfeiçoamento técnico” como o foco do curso.

SUL

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR (PR)

Para a UTFPR há uma formação discursiva mista. O primeiro enunciado desvela uma ideologia da **EA** ao declarar que o design objetiva “facilitar a vida humana”, resultando em “produtos” e “serviços”. Mesmo citando serviços, M afirma que o resultado deve ser “*friendly*” e “agradável aos olhos”, indiciando o produto como resultado da intervenção do design. O segundo enunciado não deixa clara a ideologia ao citar a solução de problemas de forma criativa e dinâmica. A criatividade e a dinamicidade podem ser empregadas tanto a produtos quanto a serviços. Para o terceiro enunciado, fica clara a ideologia **EA**, por citar a “melhora de produtos e serviços”. Ao citar a melhoria, o aluno entende o design como uma ferramenta e não como uma reflexão/forma de pensar. O último enunciado evidencia uma formação discursiva britânica, por dar forte ênfase ao pensar (reflexão) para o desenvolvimento de soluções, estando fortemente ligado à linguagem e à informação.

Os discursos contidos nas respostas à questão 9 confirmam as formações discursivas. No primeiro enunciado, desvela-se uma percepção da formação como especializante, para que o aluno possa atuar em uma área restrita, o “conhecimento de materiais” é uma das áreas citadas. O segundo enunciador, J, apesar de não ter deixado uma formação discursiva clara na questão 8, apresenta indícios de uma ideologia britânica, pela preocupação com conceitos sociais e por acreditar na interdisciplinaridade do design. O terceiro enunciador apenas declarou que a resposta seria a mesma da questão anterior, reforçando a ideologia norte-americana. E o último, inicialmente, apresenta a formação com uma ideologia britânica, por citar o “pensamento analítico e crítico” e a inovação em seu discurso. Contudo, ao utilizar a expressão “confecção de artefatos” como resultado do design, dá indícios também de uma formação ideológica norte-americana.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS (RS)

A UFRGS apresenta uma formação discursiva norte-americana. O primeiro enunciador cita o design como produtor de algo “tangível” para um “problema operacional”, ou seja, algo possivelmente palpável, um produto. Já o segundo enunciador declara que o design dá significado às “coisas”, novamente, o uso do termo “coisa” denota uma ideia de produto.

Na questão 9, há contradições em relação à primeira resposta. O enunciador LFS declara que há uma interdisciplinaridade na formação, que dá indícios da **EBt**, contudo essa interdisciplinaridade é voltada para a produção de objetos, ao declarar que seu curso é “design de produto”. Já o segundo enunciador trabalha com uma vertente de “experiências” que o design proporciona, dando indícios da **EBt** também.

6.2.4 Design: formação × mercado de trabalho

Na questão 10, inquirimos os alunos sobre a conceituação de design dentro da academia e a vivenciada no mercado de trabalho⁴⁹. Essa questão teve por intuito entender melhor as percepções dos alunos sobre a vivência em design e como essas percepções poderiam impactar no discurso, confirmando ou refutando-o.

NORTE

Universidade Federal do Amazonas – Ufam (AM)

O aluno que afirmou haver diferença entre a formação e a vivência declara que “não são abordados os aspectos reais da profissão”. Fica a dúvida sobre o que ele acredita ser um “aspecto real”, contudo, por apresentar uma formação discursiva norte-americana, pode-se inferir que está relacionado a aspectos de produção/desenvolvimento de produtos que ele desconhece ou não vivenciou. Desvela um pouco de frustração em seu enunciado.

⁴⁹ O texto da questão 10 é “Em sua opinião, há diferença entre o(s) conceito(s) de Design desenvolvido(s) ao longo da formação e o(s) conceito(s) vivenciado(s) no mercado de trabalho?”.

Centro de Ensino Superior do Amapá – Cesa (AP)

Para AVMM, o mercado desconhece o que é design e não executa de forma “correta” seus processos. A ideologia norte-americana, já apresentada em seu discurso anteriormente, só se confirma, porque o aluno em questão acredita que há um único jeito de fazer design e que o mesmo se limita a uma execução.

NORDESTE

Universidade Federal do Maranhão – UFMA (MA)

PFM afirma que a instituição está desconectada com os “anseios do mercado”, mas que, ao mesmo tempo, apresenta diferentes “culpados” para essa desconexão, a faculdade, o designer e o mercado, que limita a atuação do design como algo técnico, reafirmando a ideologia norte-americana.

AJSM afirma que a formação é “conceitual” e que o mercado demanda uma “tecnicidade” que o aluno não domina. Também reafirma a ideologia norte-americana e transparece alguma frustração diante da formação obtida.

Faculdade Maurício de Nassau de Maceió – FMNM (AL)

EWSGJ faz uma crítica sobre a percepção do design pela sociedade e por não ser considerado como importante, apenas como um “mero trabalho artístico”. Declara ainda que o formando deve trabalhar de “forma funcional”. Ao reduzir a importância do caráter artístico do design (“mero”) e por acreditar em um caráter funcional de projeto, confirma-se a ideologia norte-americana no discurso.

SUDESTE

Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG (MG)

Para AD, o mercado de trabalho em design é setorizado, sem interdisciplinaridade e busca suprir demandas “oriundas unicamente da publicidade e do *marketing*”. Mesmo tendo um discurso crítico à realidade do mercado, pautado em uma ideologia norte-americana, o próprio discurso do aluno, nas questões anteriores, desvela a mesma ideologia, demonstrando que sua visão já foi impregnada por essa formação discursiva.

Faculdade do Centro Leste – UCL (ES)

Ambos os participantes da UCL não identificam diferença entre a formação e o mercado de trabalho.

Centro Universitário de Volta Redonda – Unifoa (RJ)

MH afirma que a percepção de design pelo mercado é voltada para a percepção do produto, do resultado final, indo ao encontro da ideologia norte-americana já apresentada em seu discurso anteriormente.

Para TA, o designer atuante deve, além de atender às demandas do usuário por um dado produto, conseguir estabelecer uma boa comunicação/relacionamento com o cliente. Destaca problemas na relação com o cliente como “falta de palavra” na precificação/cobrança do trabalho realizado, ou seja, problemas de negociação. Uma confirmação da formação discursiva norte-americana, já identificada em enunciados anteriores.

GLSB traz a problemática da competitividade do mercado em seu enunciado, destacando que essa competitividade leva a uma produção limitada a prazos curtos, sem a possibilidade de grandes inovações. Apresenta uma preocupação da formação discursiva britânica quando ressalta a busca da inovação que não é alcançada. Mas, no final, reflete e reafirma a ideologia norte-americana em seu enunciado.

Para RMC, o mercado não compreende o papel do designer, mas o aluno não declara qual seria esse papel, novamente não sendo possível identificar a ideologia velada em seu discurso.

DL acredita que há uma base teórica forte na formação acadêmica, mas que, por outro lado, há uma defasagem na prática do design dentro da instituição e no mercado. Contudo não deixa claro qual é a realidade vivenciada no mercado, não sendo possível confirmar a ideologia **EBt** presente em seu discurso anterior.

CENTRO-OESTE

Universidade de Brasília - UnB (DF)

GLA afirma que prática e teoria se relacionam, mas nem sempre andam juntas, o que indicia uma ideia de que os conhecimentos teóricos e práticos aprendidos não se aplicam por completo à realidade, mas não se desdobra sobre a afirmação, não sendo possível reafirmar a ideologia do discurso.

Para ES, a vivência na faculdade é incompatível com o mercado, sem atender às “reais necessidades e contexto do fazer design”, desvelando uma ideia de que o design do mercado é o real – uma formação norte-americana.

CAD declara que a formação acadêmica é mais abrangente que a atuação no mercado, no qual o design é visto como “acessório”. A percepção do aluno sobre a formação, nesse discurso, é de ideologia britânica, mas, em seus discursos anteriores, a ideologia presente é norte-americana, confirmando a influência do mercado no seu olhar sobre o design.

SUL

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR (PR)

M considera a academia defasada em relação à “velocidade do mercado”, sem detalhar qual seria essa velocidade e ao que se aplica. Possivelmente, relaciona-se à produção, o que reafirmaria a ideologia norte-americana no discurso.

Para J, o conteúdo aprendido em sala de aula é utilizado pontualmente no mercado, o que afeta o envolvimento pessoal com o trabalho. Apresenta um pouco de frustração no discurso por não conseguir trabalhar de forma interdisciplinar com outros profissionais. Uma ideologia norte-americana é apresentada para a sua visão do mercado.

JA acredita que muito do que é aprendido no curso não se aplica ao mercado, tendo muita teoria e poucos trabalhos para serem colocados no portfólio, ou seja, uma preocupação com apresentação de resultados tangíveis – ideologia norte-americana. Ainda declara que se gasta muito dinheiro “à toa” com/durante o curso.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS (RS)

O enunciador LFS declara que, no mercado, é possível aplicar os conhecimentos adquiridos na faculdade, voltados para satisfazer o cliente, sem “satisfação pessoal”, reafirmando a formação norte-americana em seu discurso.

A percepção de FCG sobre o mercado é única, por trabalhar no setor público. Entende o design como um “pensamento processual”, indiciando uma ideologia britânica novamente presente em seu discurso.

6.3. O caso PUC-Rio

6.3.1. Análise do discurso da PUC-Rio

Optei pela participação da PUC-Rio por ser o local no qual a pesquisa se originou, sendo necessário compreender qual a identidade do design dentro da instituição.

Para tal, iniciamos o estudo de caso compreendendo que “é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamento considerados” (GIL, 2011, p. 57).

Tal como para as outras instituições selecionadas, buscamos a definição de design dentro do site da PUC-Rio, a fim de realizar a análise de discurso e desvelar a formação discursiva presente na universidade.

A PUC-Rio apresentava suas percepções sobre design subdividas em três tópicos: o profissional, o curso e as oportunidades:

O profissional

É capaz de projetar sistemas visuais que facilitem a relação entre o homem e a informação, criar produtos que melhorem a qualidade de vida, utilizar e a aplicar técnicas variadas na indústria têxtil, nos eventos de moda ou em vitrines e trabalhar com as novas tecnologias digitais – jogos eletrônicos, animação, arte eletrônica e realidade virtual, entre muitas outras possibilidades.

O curso

Oferece quatro opções: Comunicação Visual, Projeto de Produto, Moda e Mídia Digital. O Departamento de Artes e Design dispõe de vários laboratórios para dar suporte ao aprendizado da graduação, entre eles os Laboratórios de Design de Histórias, o Núcleo de Núcleo de Experimentação Tridimensional ou o Laboratório de Arte Eletrônica. Também conta com o Escritório Modelo de Design, um espaço voltado para o desenvolvimento de projetos que oferece estágios supervisionados aos alunos.

Oportunidades

O campo de atuação do designer é vasto e está em franca expansão. Abrange grandes indústrias, redações de revistas e de jornais, agências de design e publicidade, o campo da moda e da web, entre outros mercados.⁵⁰

⁵⁰ Disponível em: <<http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccg/design.html#profissional>>.

O discurso da PUC-Rio gerou a nuvem de palavras apresentada na figura 26, a seguir:



Figura 26 – Nuvem de palavras gerada a partir da conceituação de design pela PUC-Rio

Como já feito com as outras instituições de ensino superior, as expressões que designam o curso ou suas habilitações foram desconsideradas, tendo como termos recorrentes: *arte eletrônica* (2), *campo* (2), *indústria* (2), *laboratório* (2) e *núcleo* (2). Os termos remetem à pesquisa, ao desenvolvimento – arte eletrônica, campo, laboratório e núcleo, delimitando grupos/locais de pesquisa – e à atuação efetiva – indústria. Contudo, a partir da análise do discurso, identificamos uma percepção mais pragmática do design.

A PUC-Rio aborda o profissional, entendendo o designer como um ator focado na melhoria de produtos e na transmissão de informação, voltado para “aplicar técnicas”; ficando, assim, nítida uma formação discursiva norte-americana. Já, ao descrever o curso, destaca as habilitações, com foco nos laboratórios disponíveis aos alunos, relacionando o design à vertente da pesquisa. Em “oportunidades”, delimita o mercado de trabalho, relacionando-o diretamente com as habilitações disponíveis na universidade, sem demonstrar outras possíveis atuações ou percepções do design. Surpreende ainda por não citar o “design em parceria”, uma metodologia característica de projeto da PUC-Rio e que desvelaria uma possível ideologia da **EBt** na instituição.

6.3.2. Análise do discurso dos alunos PUC-Rio

O mesmo questionário foi direcionado aos alunos da PUC-Rio, concomitantemente com as demais instituições participantes.

Considerando que 305 alunos participaram do Enade 2012 (SINAES, 2014), o questionário foi apresentado a 13 alunos – 4% do total – buscando um paralelismo com o percentual obtido nas outras instituições participantes.

A figura 27 apresenta a contabilização das respostas para a questão 3, que indaga sobre pessoas que ajudaram na fundamentação do design no Brasil e a figura 28, as nuvens de palavras com os nomes citados pelos alunos da PUC-Rio, pergunta feita na questão 3.1.

3. Ao longo de sua formação, você teve acesso a informações sobre pessoas/professores/pesquisadores/profissionais que ajudaram na fundamentação do Design no país?

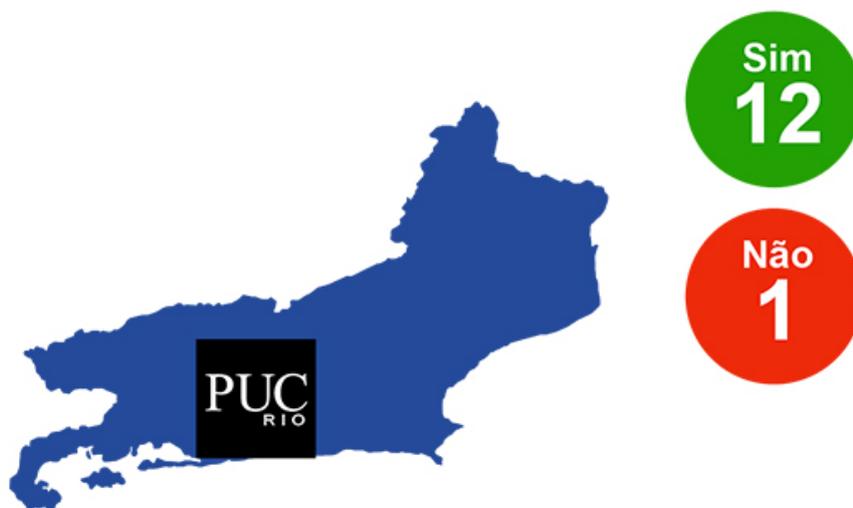


Figura 27 – Gráfico quantitativo das respostas para a questão 3 (PUC-Rio)



Figura 28 – Nuvem de nomes citados como os fundadores do Design no Brasil (PUC-Rio)

A maioria dos designers citados pelos alunos da PUC-Rio, na questão 3.1, são professores da própria universidade, sendo os mais recorrentes: João Leite (3); Rafael Cardoso (3), Alexandre Wollner (2); Ana Branco (2); Marco Magalhães (2) e Suzana Valladares (2).

A figura 29 apresenta as respostas obtidas na questão 4, que indaga sobre o acesso a informações sobre os fundadores do design no exterior.

4. Ao longo de sua formação, você teve acesso a informações sobre pessoas/professores/pesquisadores/profissionais que ajudaram na fundamentação do Design no exterior?

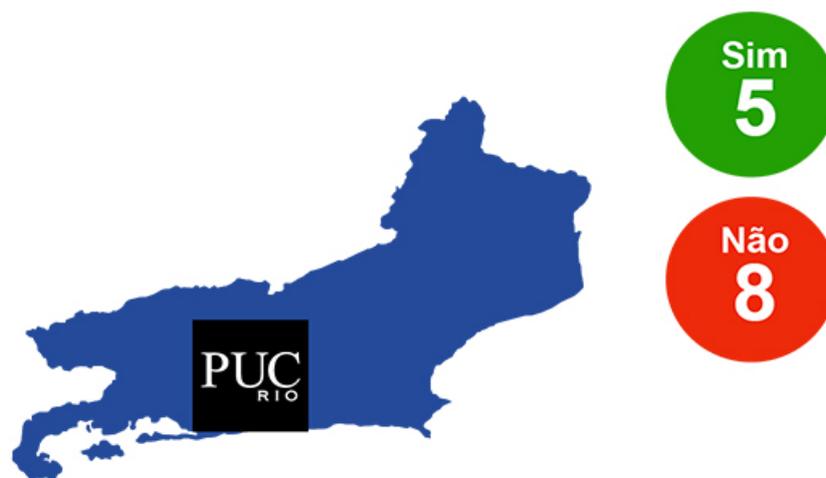


Figura 29 – Gráfico quantitativo das respostas para a questão 4 (PUC-Rio)

Já no âmbito internacional, o designer com maior recorrência de citações por parte dos alunos da PUC-Rio, questão 4.1, foi Paul Rand (2), como mostra a figura 30.



Figura 30 – Nuvem de nomes citados como os fundadores do design no exterior (PUC-Rio)

A figura 31 contabiliza as respostas da questão 5, que averigua o quanto profissionais de design no mercado do país são citados na PUC-Rio.

5. Ao longo de sua formação, você teve acesso a informações sobre profissionais de mercado do Design no país?

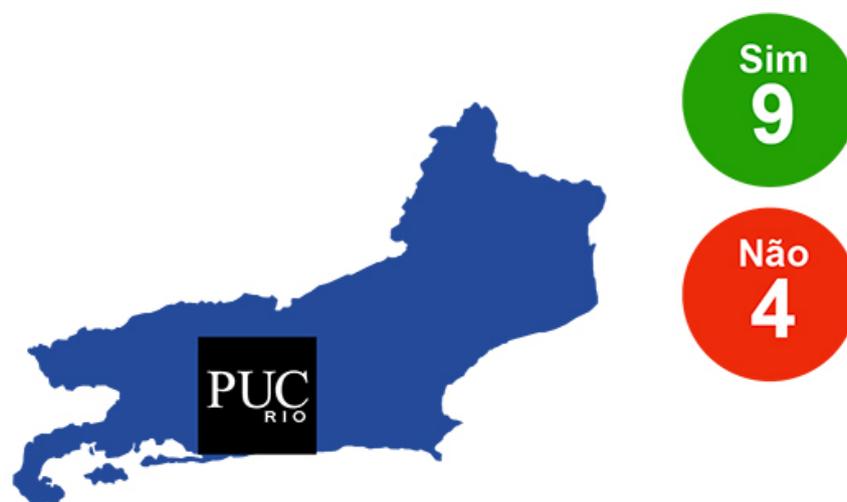


Figura 31 – Gráfico quantitativo das respostas para a questão 5 (PUC-Rio)

Conforme mostra a figura 32, dentro do mercado de design no Brasil, questão 5.1, os nomes citados pelos alunos da PUC-Rio foram: Índio da Costa (2) e Zanini de Zanine (2). Algumas empresas também foram citadas, mas, para fins

de contabilização, apenas indivíduos foram considerados nessa e demais respostas.



Figura 32 – Nuvem de nomes mencionados como os profissionais de design do país que foram referências citadas na PUC-Rio

6. Ao longo de sua formação, você teve acesso a informações sobre profissionais de mercado do Design no exterior?

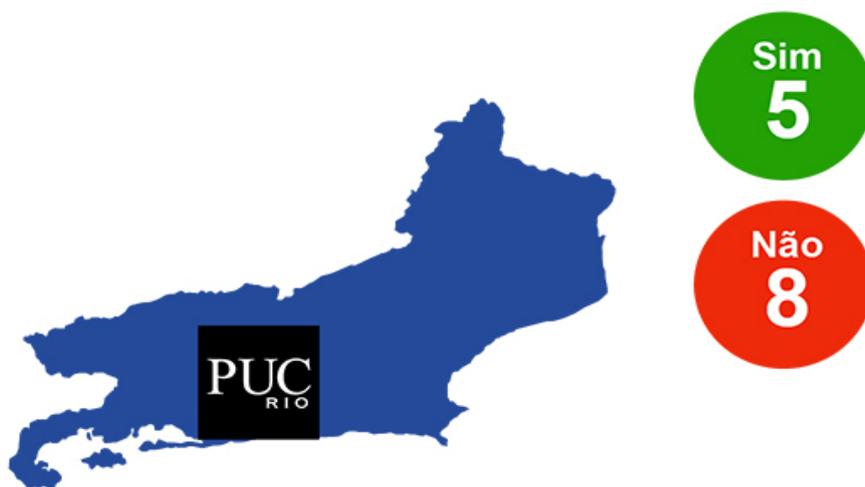


Figura 33 – Gráfico quantitativo das respostas para a questão 6 (PUC-Rio)

Já no mercado de design no exterior, questão 6.1, Philippe Starck (2) e Stefan Sagmeister (2) foram os nomes recorrentes na PUC-Rio.



Figura 34 – Nuvem de nomes mencionados como os profissionais de design no exterior que foram referências citadas na PUC-Rio

Na questão 7, como citado anteriormente, foi pedido aos alunos da PUC-Rio que citassem quem os inspira em design. Houve apenas uma recorrência: Paul Rand (2), como pode ser observado na figura 35.

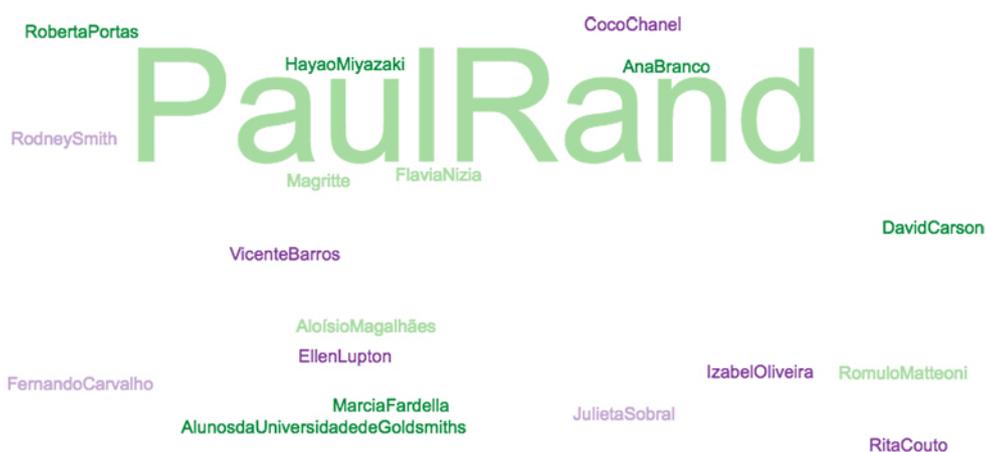


Figura 35 – Nuvem de nomes citados como fontes de inspiração dos alunos da PUC-Rio

Para as questões 8 e 9, novamente foram montadas nuvens de palavras, como demonstram as figuras 36 e 37, a seguir.



Figura 36 – Nuvem de palavras com a conceituação de design feita pelos alunos da PUC-Rio



Figura 37 – Nuvem de palavras presentes na conceituação da formação em Design feita pelos alunos da PUC-Rio

Na questão 8, houve os seguintes termos com maior recorrência para os alunos da PUC-Rio: *forma* (8), *projetar* (7), *algo* (4), *designer* (4), *produto* (4), *marca* (3), *objeto* (3), *peça gráfica* (3) e *problema* (3). Já na questão 9, oito termos apareceram com maior recorrência, havendo três repetições de cada um deles: *coisa*, *forma*, *metodologia*, *mundo*, *objeto*, *produto*, *projeto* e *problema*. Os termos recorrentes dão indícios de uma ideologia norte-americana na PUC-Rio, por relacionarem-se com resultados obtidos, produtos e configuração de objetos.

A fala dos alunos⁵¹, em sua maioria, desvela uma ideologia da **EA**, confirmando as percepções da análise de conteúdo. O enunciador AD⁵² define o design como criador de soluções para problemas e situações, podendo resultar em suporte, tecnologia e contexto. Ainda afirma, na questão 9, que o designer é um profissional voltado para solucionar problemas. Desvela, ao mesmo tempo, formações discursivas da **EA** e da **EBt**.

Para JC, o design “é uma tecnologia projetual que objetiva o desenvolvimento de objetos”, sendo esses objetos sem forma. O aluno cita serviços e sistemas trazendo também uma formação discursiva dúbia (**EA** e **EBt**).

O enunciador GMA traz os termos *otimizar*, *traduzir*, *abstrações*, *criativa* e *afetiva* em sua fala. Pode parecer um discurso voltado para a **EBt**, contudo, não traz o design como reflexão ou serviço, podendo ser categorizado como **EA**. Já na resposta à questão 9, seu discurso volta-se completamente para a **EBt**, por enxergar o design como algo complexo e que demanda reflexão contínua e renovação do olhar.

Para RM, o design é executar etapas para materializar algo ou melhorar o que existe, o aluno cita criatividade e mentalização, talvez desvelando um pouco da **EBt**, mas com maior ideologia da **EA**. Na questão 9, tece uma crítica sobre a formação na PUC-Rio, afirmando haver uma desconexão entre teoria e prática.

O enunciador LB fala sobre pesquisar, gerar alternativas, prototipar e experimentar. Os termos podem se relacionar a ambas as formações discursivas, contudo, ao trazer o termo *prototipar*, demonstra que o termo está fortemente relacionado ao desenvolvimento de produtos, sendo, então, uma ideologia da **EA**. Sua resposta à questão 9 foi apenas a reprodução da mesma apresentada na questão 8.

Para PM, design está muito relacionado a soluções palpáveis (produtos, marcas, roupas, instalações), ficando clara a ideologia da **EA**. Sua resposta subsequente é apenas uma crítica à organização do curso, sem trazer uma definição.

O enunciador JDCM traz a interdisciplinaridade e a pesquisa como essenciais para o profissional da área, desvelando uma formação discursiva da

⁵¹ Apêndice 4.

⁵² Os alunos são representados pelas iniciais do nome para preservar suas identidades.

EBt. Esse participante também usou a questão 9 para tecer uma crítica ao curso, sem dar uma definição para a formação.

A percepção de SSG para o design está completamente restrita por sua área de habilitação (comunicação visual) e os resultados obtidos nessa área (livros, papelaria, marcas), sem enxergar o design como um serviço ou reflexão, desvelando a ideologia da **EA**. Enfatiza a formação prática na questão 9, reforçando um pouco a ideologia desvelada.

O enunciador B cita “projetar algo” voltado para um “usuário”. Como mencionado anteriormente, o termo *usuário* desvela uma formação discursiva da **EA**, suprimindo demandas feitas por usuários. Na questão 9, apenas respondeu “A mesma resposta anterior”.

CC traz a forma e a função aplicadas a um objeto como a conceituação de design, ficando clara a ideologia **EA**. Para a questão subsequente, apenas repetiu a resposta anterior.

O enunciador EV começa seu discurso falando sobre os agentes envolvidos no projeto, mas, em seguida, cita “forma” e “função”, bem como “demandas”. Parece se relacionar com a **EBt**, por falar sobre “projetar pensando nas pessoas e situações”. Mas, na resposta 9, fica clara a formação discursiva da **EA**, declarando que é necessário compreender a “função matricial” das coisas e desvelando uma ideologia da **EA**.

Para CB, o design é algo técnico, voltado para resultados palpáveis (peças gráficas, digitais, produtos). Ele cita ainda produção e preocupação com o público e uso do produto, ficando clara a formação discursiva da **EA**. Na resposta 9, é confirmada a ideologia por citar fornecedores, matérias e descarte, sem considerar o design como serviço.

Finalmente, para JBA, é difícil definir design, podendo estar diretamente relacionado àquilo que o profissional se sente à vontade em realizar. Por não delimitar o design, podemos desvelar uma ideologia da **EBt**. Declara, na questão 9, que o design traz melhoria, mas, novamente, sem delimitar a que essa melhoria se aplica, podendo se relacionar a ambas ideologias.

Na questão 10, o discurso dos alunos da PUC-Rio confirma a ideologia desvelada nas questões anteriores. Para AD, o mercado de trabalho está focado nos resultados finais. Já JC afirma que há pouca reflexão no mercado e que ele negligencia o trabalho em parceria. GMA declara que o mercado é complexo e

que ele varia conforme o contexto no qual se insere, dando indícios de influência da **EBr** também. Pondera, ainda, que a conceituação do design na faculdade é utópica, ou seja, não condiz com a realidade, sendo ela voltada para o mercado. RM define com duas palavras a diferença entre o ensino da faculdade e o mercado: “dinheiro × pessoas”. Para ele, o mercado busca o lucro, e o design aprendido na faculdade contempla as pessoas. Para LB, o design no mercado é voltado puramente para a estética/forma, sem considerar a função. PM aborda a concorrência entre colegas de profissão como gatilho para a mudança de percepção do design. JDCM aborda o mercado sendo o cenário real e a faculdade, o cenário fantasioso. SSG relata sua experiência trabalhando com prazos curtos e suprimindo as demandas dos clientes, sem tempo para reflexão e pesquisa. B apenas declara que o mercado de trabalho é escasso em sua habilitação. CC declara que o olhar administrativo é essencial para o desenvolvimento de seu negócio. EV afirma que há uma falta de conexão da graduação com o mundo real, sendo este mundo voltado para o aprofundamento estético e a busca de tendências. CB entende que o design muda conforme o campo com o qual se relaciona/trabalha, declarando que o aluno deve ser preparado para se adaptar aos diferentes cenários em que atuará. Finalmente, o último enunciador, JBA, não acredita que haja diferença entre os conceitos apresentados no meio acadêmico e o mercado de trabalho.

Fica claro que o mercado de trabalho dos designers, na perspectiva dos alunos da PUC-Rio, é totalmente voltado para a produção de objetos e o suprimento de demandas. Mesmo declarando que a conceituação apresentada na universidade é diferente do mercado, em seus discursos na questão 8, já demonstram estar impregnados pela visão do mercado. Suas conceituações desvelam um olhar pragmático sobre o design, sem abordar a complexidade e possíveis desdobramentos do campo. Assim, os discursos dos alunos, mesmo que em alguns momentos tenham traços de outras ideologias, apenas confirmam a força e a influência da **EA**.

6.3.3. Considerações sobre os dados levantados na PUC-Rio

A figura 38 destaca os termos recorrentes nos discursos dos alunos da PUC-Rio.

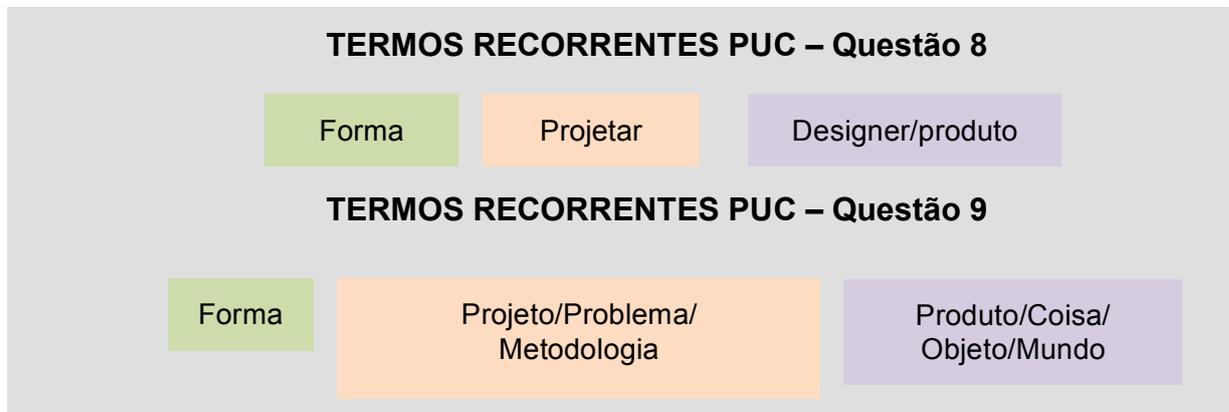


Figura 38 – Termos recorrentes nos discursos dos alunos da PUC-Rio

Os termos recorrentes na questão 8 apresentam grande relação com os obtidos a partir das conceituações apresentadas por Sol (2009). Novamente, forma e designer ocupam o primeiro e terceiro lugares, confirmando uma grande preocupação com a configuração e o profissional por trás dessa conformação. Para a questão 9, obtivemos 8 termos com a mesma recorrência, que foram agrupados na figura 38, por possíveis relações entre si. Novamente, os termos indiciam relação direta com produto e conformação.

Com a análise do discurso dos formandos da PUC-Rio, pudemos confirmar as percepções levantadas na análise de conteúdo: uma forte presença da formação discursiva norte-americana. A preocupação com o desenvolvimento de produtos, ou sua melhoria, a satisfação de clientes/usuários, assim como a preparação do designer para atuar atendendo essas demandas são desvelados nas falas dos alunos.

Com os nomes citados, geramos a tabela 10.

Designer	Recorrência	Nacionalidade/País de Residência
Paul Rand	4	Estados Unidos
João Leite	3	Brasil
Rafael Cardoso	3	Brasil
Alexandre Wollner	2	Brasil
Ana Branco	2	Brasil
Índio da Costa	2	Brasil
Marco Magalhães	2	Brasil
Philippe Starck	2	França
Stefan Sagmeister	2	Estados Unidos
Suzana Valladares	2	Brasil
Zanini de Zanine	2	Brasil

Tabela 10 – Designers citados por alunos da PUC-Rio e suas origens

Originando, subsequentemente, a nuvem de palavras demonstrada na figura 39.



Figura 39 – Nacionalidade/país de residência dos designers citados pelos alunos da PUC-Rio

Dentre os nomes recorrentes, podemos identificar que a maioria pertence ao cenário brasileiro de design. Contudo, ainda assim, identificamos a influência norte-americana, pela recorrência de Paul Rand e Stefan Sagmeister entre os nomes citados, sendo Rand o de maior repetição, confirmando mais uma vez a presença da ideologia da **EA** no imaginário dos formandos.

6.4. Relacionando conceitos de formandos, instituições, regiões... identidade nacional?

Após a análise de discurso das instituições participantes do Enade, identificamos que 10 apresentam formação discursiva da **EA**, 4 da **EBt**, 1 **EBr**, 1 mista entre **EBt** e **EBr**, 1 mista entre **EA**, **EBt** e **EBr** e 2 indefinidas. A figura 40 mostra esses números em porcentagens.

IDEOLOGIA DESVELADA NO DISCURSO DAS INSTITUIÇÕES

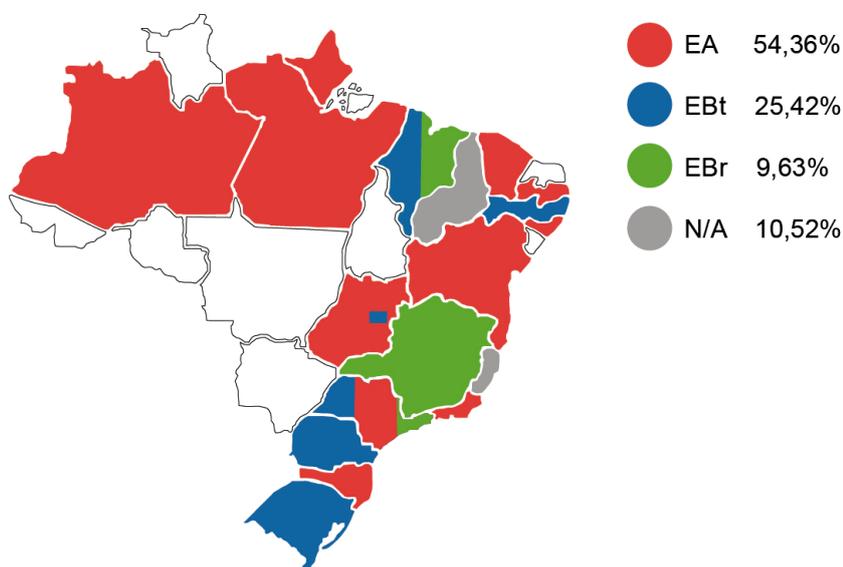


Figura 40 – Ideologias nas instituições selecionadas

No discurso dos alunos em resposta à questão 8, obtivemos 17 enunciados de ideologia **EA**, 5 de formação **EBt** e 2 indefinidos. E, para a questão 9, foram 17 enunciados de formação **EA** e 7 de ideologia **EBt**. A figura 41 mostra esses números em porcentagens.

IDEOLOGIA DESVELADA NO DISCURSO DOS ALUNOS

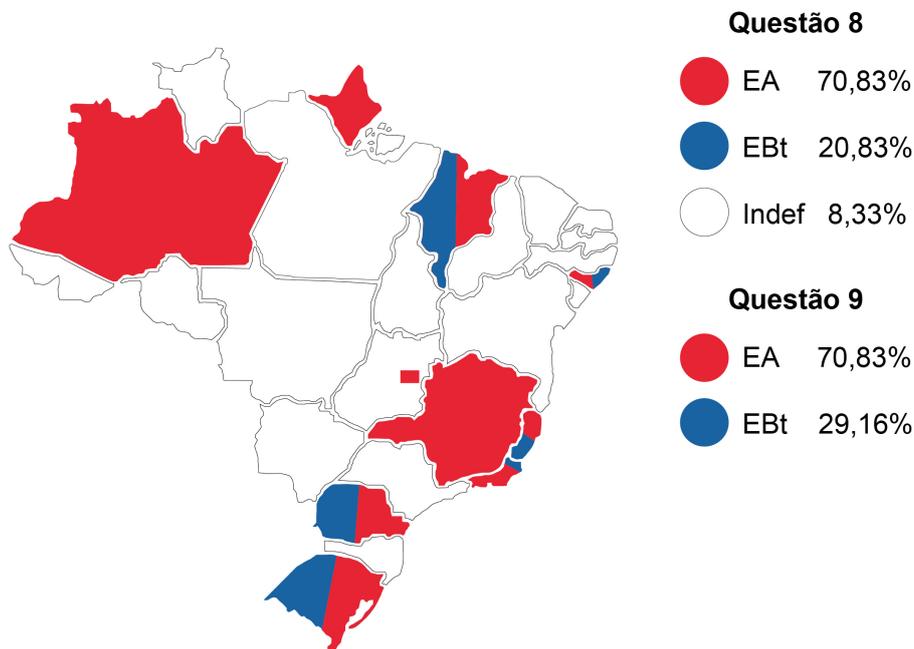


Figura 41 – Ideologias nas respostas dos alunos em todo o Brasil

Tanto no discurso das instituições como no dos alunos há uma predominância da formação discursiva norte-americana. Este resultado apenas surpreende pela maioria dos participantes estarem cursando a habilitação de Comunicação Visual – 13 CV, 7 cursando dupla habilitação (CV/PP) e 4 cursando Projeto de Produto (PP).

Dando sequência à análise dos dados para as questões 3 a 7, nas quais solicitamos a referência de nomes no Brasil e no mundo, obtive uma vasta lista de designers. Sendo os mais citados demonstrados na tabela 11.

Designer	Recorrência	Nacionalidade/País de Residência
Alexandre Wollner	8	Brasil
Walter Gropius	5	Alemanha/Estados Unidos
Rafael Cardoso	4	Brasil
Victor Papanek	4	Áustria
Aloísio Magalhães	3	Brasil
Charles Eames	3	Estados Unidos

Ellen Lupton	3	Estados Unidos
Wassily Kandinsky	3	Rússia/França
Philippe Starck	3	França
William Morris	3	Inglaterra
Bruno Munari	2	Itália
Chico Homem de Melo	2	Brasil
Ezio Manzini	2	Itália
Gilberto Strunck	2	Brasil
Índio da Costa	2	Brasil
Itiro Iida	2	Brasil
Lina Bo Bardi	2	Itália/Brasil
Lucy Niemeyer	2	Brasil
Mies Van de Rohe	2	Alemanha/Estados Unidos
Paulo Blob	2	Brasil
Paul Rand	2	EUA
Ray Eames	2	EUA
Sérgio Rodrigues	2	Brasil
Stefan Sagmeister	2	EUA

Tabela 11 – Designers citados pelos alunos de todo o Brasil e suas origens

A partir das nacionalidades/país de residência dos nomes mais recorrentes, criamos uma nova nuvem de palavras, representada na figura 42.



Figura 42 – Nacionalidade/país de residência dos designers citados pelos alunos de todo o Brasil

O país mais citado foi o Brasil, com 11 recorrências, seguido pelos Estados Unidos, com 7 menções, Itália com 4 e Alemanha e França com 2 cada uma.

A partir dos dados levantados junto às instituições participantes do Enade e da PUC-Rio, percebi que há uma formação discursiva norte-americana nos olhares dos alunos. Mesmo tendo como referências, em sua maioria, os designers brasileiros, seus discursos demonstram uma percepção do design voltada à produção/confecção de produtos, limitando o design a um caráter tecnicista e aplicado, desconsiderando-o como uma forma de reflexão e serviço, bem como sua importância para uma mudança social e valorização da cultura e de identidades regionais. As respostas obtidas para a questão 10 corroboraram as ideologias desveladas nas questões anteriores, o que demonstra que a percepção/vivência do/no mercado delineiam a forma como o aluno percebe o design, e sendo o mercado voltado para produção e lucro, a ideologia norte-americana só se reafirma.