

3. BREVE HISTÓRICO DO DESIGN – REINO UNIDO, ESTADOS UNIDOS E BRASIL

3.1. Percepções sobre o design em diferentes continentes

Para compreender melhor as diferentes percepções levantadas, buscamos referências históricas e conceituais em diferentes nações. Assim, partimos dos *rankings* internacionais que buscam identificar as melhores faculdades de Design do mundo. A utilização dos *rankings*, mesmo tendo limitações pelos seus critérios de constituição, possíveis ideologias intrínsecas e interesses mercadológicos (muitos dos *rankings* são patrocinados), possibilita um olhar sobre o design no mundo, mesmo que através de um pequeno espectro.

A relevância dos *rankings* na sociedade e no ensino pode ser exemplificada pelo site *Guia do Estudante*, que, até agosto de 2015, apresentava uma média de 3.937.328 visitantes⁸. Se considerarmos a fatia da população brasileira que realizou o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) em 2015, ou seja, todos que apresentam interesse no ingresso ao ensino superior, temos o total de 8.478.096 inscritos⁹, sendo assim, 46,44% dos estudantes que prestaram o Enem buscaram informações sobre as faculdades e cursos no site do *Guia do Estudante*, que possui seu próprio sistema de qualificação e ranqueamento de universidades.

Mesmo assim, é preciso estar alerta, pois, como afirma Ball (2002), dados pautados em “competições”/pontuações devem ser analisados com cuidado.

Trabalhamos e agimos numa frustrante sucessão de números, indicadores de desempenho, comparações e competições – de tal maneira que a satisfação da estabilidade é cada vez mais ilusória, os fins são contraditórios, as motivações indistintas e o valor próprio incerto. Dúvidas constantes acerca de que tipo de julgamento/avaliação pode estar em jogo num dado momento, em qualquer momento, significam que toda e qualquer

⁸ Dados apresentados pela Editora Abril, por *unique visitors*, ou seja, são considerados os números de IPs que acessaram o site. Disponível em: <http://publiabril.abril.com.br/svp/main_brands/circulations?platform_id=site>. Acesso em: 2 mar. 2016.

⁹ Dados disponíveis em: <<http://g1.globo.com/educacao/enem/2015/noticia/2015/10/enem-2105-veja-total-de-inscritos-por-estado-e-curiosidades-do-exame.html>>. Acesso em: 2 mar. 2016.

comparação e exigência a desempenhar tem que ser cuidada com interesse e eficiência (BALL, 2002, p. 10).

Sendo assim, os *rankings* utilizados na presente pesquisa buscaram auxiliar em seu direcionamento, somando olhares, indicando caminhos, sem a pretensão de se encerrarem em si mesmos ou trazerem uma resposta absoluta para percepções sobre as faculdades de Design e seus alicerces.

A busca foi realizada na internet utilizando os seguintes termos de indexação: *international rankings for design schools*, *best design schools in the world*, *design schools international rankings*. A pesquisa foi realizada não apenas em inglês, mas em francês, alemão e português, sempre obtendo os mesmos indicadores.

Dentre os *rankings* internacionais, identificamos o *Business Insider*, o *Bloomberg Business* e o *Red Dot Design Ranking*. Esses rankings foram escolhidos por serem os mais atuais disponíveis¹⁰ e, principalmente, por conta da metodologia de sua estrutura – as percepções dos alunos, sua importância social para inovação e *status* no mercado foram os alicerces dos ranqueamentos, se relacionando diretamente com as perguntas que norteiam esta pesquisa.

O *Business Insider* realizou uma pesquisa, em 2012, junto a profissionais de design (diretores de arte e designers de produto), buscando compreender se a formação superior foi válida ou não para sua atuação profissional. As faculdades citadas, segundo o estudo, são similares quanto a estrutura acadêmica, qualidade dos professores e infraestrutura do *campus*.

Ao longo dos dois últimos meses, conduzimos um levantamento para encontrar as 25 melhores escolas de Design no mundo. Todas essas escolas são comparáveis nos aspectos acadêmicos, qualidade da equipe, e fabulosos *campi*. Mas o que mais importa é mostrar como essas escolas são realmente valiosas¹¹ (DICKEY, 2012).

O centro do ranqueamento foi a opinião dos participantes. As primeiras cinco faculdades apresentadas nos resultados foram:¹²

¹⁰ Os *rankings* datam de 2009, 2012 e 2014, sendo os mais atuais disponíveis na internet no que tange a Design e instituições de ensino.

¹¹ TLAT.

¹² *Ranking* completo no anexo 1.

Posição	Instituição	País
1	Rhode Island School of Design	Estados Unidos
2	Massachusetts Institute of Technology Media Lab	Estados Unidos
3	University of Cincinnati	Estados Unidos
4	Carnegie Mellon University School of Design	Estados Unidos
5	Parsons the New School of Design	Estados Unidos

Tabela 2 – Cinco melhores faculdades no ranking Business Insider

Em 2009, o *Bloomberg Businessweek* apresentou um ranqueamento das melhores faculdades de Design do mundo tendo como critério uma formação interdisciplinar com foco na resolução de problemas e a oferta de formação tanto no campo do Design como na área de Negócios. As faculdades listadas têm a inovação, na perspectiva do *design thinking*, como centro do ensino.

Conforme o cenário dos negócios evolui no mundo, universidades tentam se manter por meio de um modelo de ensino que apoia uma abordagem interdisciplinar para a resolução de problemas. Os programas a seguir, oferecidos tanto em faculdades de Negócios e faculdades de Design (algumas vezes as duas em conjunto), apresentam uma breve percepção do movimento crescente do ensino de *design thinking* e inovação para uma nova geração de líderes corporativos globais. As escolas são listadas em ordem alfabética¹³ (WONG, 2009).

A tabela 3 demonstra os resultados da pesquisa¹⁴:

Posição	Instituição	País
1	Art Center College of Design/INSEAD	Estados Unidos, França e Cingapura
2	California College of Arts	Estados Unidos
3	Carnegie Mellon University	Estados Unidos
4	Case Western Reserve University	Estados Unidos
5	Chiba University	Japão

Tabela 3 – Cinco melhores faculdades no ranking Bloomberg Businessweek

¹³ TLAT.

¹⁴ Ranking completo no anexo 2.

O *Red Dot Design Ranking* apresenta os resultados atuais relativos a *rankings* universitários para cursos de Design – o levantamento consultado para esta pesquisa é de 2014. O *Red Dot* estabelece um ranqueamento para empresas, estúdios de design e universidades nas Américas, Europa e Ásia. Sua avaliação é pautada no desenvolvimento de novos conceitos de design e inovação por essas instituições.

O *ranking Red Dot Design* para conceitos de design busca e mensura o sucesso de organizações na produção de novos e excitantes conceitos de design durante um período de tempo. É um reflexo sobre as reais capacidades das inovações sustentáveis em design de uma organização. Dá a essas companhias e instituições o reconhecimento que merecem e o encorajamento para continuar seu investimento no design¹⁵ (RED DOT, 2014).

O ranking do *Red Dot* está representado nas tabelas 4 e 5, a seguir¹⁶:

Posição	Instituições das Américas e Europa	País
1	Umeå Institute of Design	Suécia
2	Art Center College of Design	Estados Unidos
3	ENSCI – Les Ateliers	França
4	Academy of Art University	Estados Unidos
5	California College of the Arts	Estados Unidos

Tabela 4 – Cinco melhores faculdades no ranking Red Dot Design – América e Europa

Posição	Instituições da Ásia e Oceania	País
1	Zhejiang University	China
2	National Taiwan University of Science and Technology	Taiwan
3	Shih Chien University	Taiwan
4	Massey University	Nova Zelândia
5	National Yunlin University of Science & Technology	Taiwan

Tabela 5 – Cinco melhores faculdades no ranking Red Dot Design Ásia e Oceania

¹⁵ TLAT.

¹⁶ *Ranking* completo no anexo 3.

Com os dados obtidos nos *rankings*, cruzamos os países de origem com os apresentados nas referências de Sol, listadas no capítulo 2, e obtivemos os mapas das figuras 2 e 3.



Figura 2 – Mapa de referências de Sol (2009), por país



Figura 3 – Mapa de universidades ranqueadas por país

A partir dos dois mapas, obtivemos os resultados apresentados na tabela 6:

País nas referências de SOL	nº de ocorrências	País segundo ranqueamento	nº de ocorrências
Reino Unido	14	EUA	40
México	12	China	7
EUA	9	Taiwan	6
Alemanha	8	Reino Unido	5
França	7	Coréia do Sul	5
Argentina	7	Alemanha	3
Espanha	7	Suécia	3
Itália	6	França	2
Canadá	5	Finlândia	2
Chile	5	Turquia	1
Japão	4	Suíça	1
Áustria	3	Nova Zelândia	1
Suécia	2	Noruega	1
Brasil	2	Japão	1
África do Sul	1	Itália	1
Suíça	1	Índia	1
Rússia	1	Holanda	1
Paraguai	1	Dinamarca	1
Hungria	1	Cingapura	1
Holanda	1	Canadá	1
Finlândia	1	Brasil	1
Egito	1		
Cuba	1		

Tabela 6 – Países e números de ocorrências

A partir dos dados da tabela 6, Reino Unido e Estados Unidos foram os países selecionados para uma abordagem mais aprofundada, por apresentarem 19 e 49 ocorrências, respectivamente, na soma entre ranqueamento e referências. O resultado apresentado a partir do uso dos *rankings* vai ao encontro da história do

design, já que o Reino Unido é o berço da Revolução Industrial e teve um papel fundamental nos primórdios desse campo; e os Estados Unidos, pelas novas formas de criar e projetar, a partir dos *makers*, e por sua grande influência cultural no mundo hoje. Mesmo esses resultados sendo esperados, utilizou-se a análise de conteúdo para a comprovação dos dados. Com essa análise também foi possível identificar o lugar ocupado por Alemanha e Itália, uma vez que ambas têm grande importância na constituição do campo (primeira faculdade de Design e país referência em inovação, respectivamente). Contudo, o que os *rankings* nos demonstram é que Reino Unido e Estados Unidos estão mais presentes, no que tange às percepções dos alunos, por sua importância social para inovação e *status* no mercado atualmente.

As questões históricas e a relação desses países com o design são aprofundados no item 3.2, bem como apresentamos um levantamento referente ao Brasil, para compreensão do campo no país onde esta pesquisa ocorre.

3.2. O design no Reino Unido

3.2.1. Origens

Na Europa, os processos de fabricação de produtos e a forma como eles eram percebidos socialmente começam a mudar antes mesmo da Revolução Industrial, em 1770. As oficinas e manufaturas já apresentavam especificidades para atender aos gostos da alta sociedade na Idade Média. Nas oficinas, o trabalho tornava-se mais especializado, apesar de ainda artesanal (HESKETT, 1998). Segundo o autor, com essas novas demandas crescentes, já no século XVI foram instituídos os “livros padrões”, que consistiam em uma série de gravuras decorativas que poderiam ser replicadas em diferentes produtos e contextos. Na França, a coroa financiava manufaturas que produziam artigos têxteis, porcelanas, objetos em madeira e metal especificamente para os membros da corte (CARDOSO, 2008). Já no século XVIII, esses produtos passaram a ser oferecidos a mercados externos.

Na Inglaterra, Josiah Wedgwood é um exemplo das novas demandas e formas de produção. Com o aumento da procura por artigos de cerâmica, ele altera os métodos de produção pautado em uma racionalização. Como seus

produtos eram comercializados por encomenda, os clientes demandavam que o produto fosse fiel à amostra, assim, fazia-se necessário alterar os métodos de produção (FORTY, 2007). A produção passa a ocorrer por etapas, tendo um especialista para cada uma delas.

A partir da década de 1730, senão antes, os ceramistas se haviam especializado em uma das etapas do negócio, tais como modelar ou tornear, ou fazer vidrado e o acabamento. Uma olaria típica da metade do século XVIII compunha-se de várias oficinas, cada uma com empregados dedicados a uma tarefa específica. Na cerâmica de Whieldon, o trabalho estava dividido em pelo menos sete ocupações diferentes, e cada operário fazia geralmente uma única tarefa. (FORTY, 2007, p. 44)

Contudo, com a expansão e segmentação da produção, os produtos passam a ter uma qualidade inferior, pela necessidade de atender a uma maior demanda. “A expansão era geralmente acompanhada de uma extensão dos métodos artesanais, de forma que a qualidade artística do trabalho inevitavelmente se deteriorou sob as pressões da produção em larga escala” (HESKETT, 1998, p. 13). Segundo Forty (2007), a partir desse novo panorama, faz-se necessário instituir uma nova fase na produção, aquela que se refere ao preparo de instruções para os operários, que seria o estágio de design. Assim, a divisão do trabalho se consolida e as manufaturas se “preparam” para o futuro.

Com a invenção das máquinas à vapor, a Inglaterra no século XVIII tem seu cenário industrial modificado. Tem início a Revolução Industrial, “a criação de um ‘sistema fabril’ mecanizado que produz em vasta quantidade e a custos que diminuem rapidamente, que não é mais dependente de uma demanda existente, mas cria seu próprio mercado”¹⁷ (HOBSBAWN, 1996, p. 32).

No campo do design, a revolução mudou ainda mais o processo de criação e de produção. Segundo Heskett (1998), cada setor apresentou seu próprio caminho. Na indústria têxtil, a mecanização trouxe mudanças drásticas; já no setor mobiliário, a mecanização não foi absorvida imediatamente; a produção de armas e joias permaneceu nas mãos dos mestres artesãos. O grande divisor de águas, para o autor, não foi a criação das máquinas apenas, mas a crescente demanda por produtos, as novas combinações de materiais e a possibilidade de maiores lucros para os fabricantes.

¹⁷ TLAT.

A discussão do design na Inglaterra do século XIX foi dominada pela tensão entre uma demanda constante e cada vez maior de artigos de cerâmica e de metal, e a criação de uma produção comercializada que se apropriou das formas e valores do passado e os modificou, tornando-os acessíveis a uma parcela maior da população. [...] os objetos e artefatos poderiam ser produzidos prontamente com novos materiais [...] os fabricantes sentiam a tentação de buscar lucro usando decoração para fazer artigos simples parecerem mais complexos e portanto mais caros do que precisavam ser. (HESKETT, 1998, p. 19)

Os produtos industriais passaram a ser alvo de severas críticas, neles, a forma e a função eram vistas como separadas. O design era percebido como a utilidade do produto ou a ornamentação apresentada, nunca como uma relação entre as duas coisas. Assim, arte e indústria mantinham-se segmentadas.

Se esses produtos industriais eram excluídos de consideração estética quando julgados pelos cânones de filosofia artística de orientação tradicional, havia engenheiros e designers nas novas indústrias igualmente inflexíveis para rejeitar influências estéticas e negar-lhes qualquer papel em seu trabalho. (HESKETT, 1998, p. 27)

Além disso, os críticos de arte culpavam “a máquina” pelo “mau design” existente, sem perceber que o sistema capitalista e o novo modo de produção segmentado é que eram responsáveis por essa deterioração.

A prática de culpar as máquinas pelo mau design desviava convenientemente a crítica ao capitalismo e concentrava a atenção nos problemas técnicos de produção, em vez de direcioná-la para as questões sociais, mais difíceis e controversas. (FORTY, 2007, p. 85)

Em maio de 1851, ocorre a Grande Exposição (Exposição Universal ou Grande Exposição dos Trabalhos da Indústria de Todas as Nações), no Palácio de Cristal, em Londres, onde produtos industriais e artesanais de diversos países foram apresentados. Foi a primeira grande feira mundial voltada, principalmente, para a produção industrial. Os produtos eram expostos por país e categoria, tentando demonstrar que a tecnologia e os novos produtos eram o caminho futuro,

visando minimizar as discussões da época que contrapunham arte e indústria, além de “melhorar o gosto do público e educar os artesãos” (FORTY, 2007, p. 85).

A intenção de Henry Cole, principal organizador da exposição, era exibir produtos feitos à máquina ao lado dos artigos feitos à mão da Índia e do Oriente, de tal modo que a simplicidade e superioridade do design destes últimos estariam lá para todos verem. (FORTY, 2007, p. 63)

A Grande Exposição foi o *start* para outras nações também realizarem apresentações de seus produtos e mudarem, assim, sua percepção sobre a produção industrial.

3.2.2. Atualidade

Em 2012, ocorreu, no Reino Unido, outra exposição de referência, a *British Design 1948-2012: Innovation in the Modern Age*, que buscou refletir sobre as mudanças e evoluções do design ao longo de 64 anos. O marco inicial da exposição é o pós-guerra, demonstrando o impulso de “reconstrução” do país e como isso o afetou. A projeção do futuro e o patriotismo estavam muito presentes nas manifestações artísticas.

Essas manifestações, ora exaltando a nação, ora subvertendo-a, avançaram pelos anos 1960 a 1990, sempre presentes nos objetos – design gráfico e design de produto – sinalização, câmeras, transportes, tochas olímpicas etc.

A tecnologia e a inovação também foram abordadas na exposição. O design britânico, desde o seu surgimento com a Revolução Industrial, busca melhorias em sua produção e, na atualidade, consegue entender-se não apenas como inovação e otimização da produção, mas como uma linguagem, um processo, um serviço.

Ao longo dos últimos cinquenta anos, a cultura do design tem se movido firmemente para longe da manufatura tradicional indo em direção a inovações financeiras, varejo e serviços criativos. Essa mudança radical tem sido acompanhada por novas atitudes relacionadas às mercadorias e à comunicação global, que tem fundamentalmente alterado o modo como o design é produzido, consumido e entendido. Designers

britânicos estiveram na vanguarda da mudança. Ao fazer isso, eles criaram alguns dos mais icônicos objetos, tecnologias e prédios nos últimos sessenta anos.¹⁸ (VICTORIA AND ALBERT MUSEUM, 2012)

As exposições demonstram a importância do desenvolvimento do design no país e a reflexão sobre sua constituição e papéis futuros.

Rick Poynor, crítico especializado em design, afirma que não podemos mais criticar a produção nesse campo, e seu desenvolvimento, sem olhar para o entorno, para as disciplinas que se comunicam com ele. O crescimento e a crítica do design devem ter um olhar amplo, considerando nossos pares interdisciplinares. “[...] como uma disciplina muito jovem, a crítica ao design precisa aprender observando de perto a prática crítica de áreas afins”¹⁹ (POYNOR, 2004). Segundo o estudioso, as reflexões sobre design ainda são incipientes, porque poucos designers querem escrever e discutir as questões inerentes ao campo. A maior parte deseja fazer design. Esse parece ser o cenário britânico.

Com as novas percepções sobre o campo, faz-se necessária a discussão sobre sua importância, seu papel social e a discussão não pode mais ficar restrita apenas aos designers e estudiosos do campo. Além disso, é necessário considerar que com a participação do Reino Unido junto à União Europeia, todo o processo e percepção sobre o design, acaba por sofrer influência de outras nações. É necessário entender e discutir o design de forma mais global.

Atualmente, o que eu acho mais urgente, como escritor, é como o design funciona na sociedade e como o imaginamos. Isso é uma coisa que, em teoria, deveria preocupar a todos, mas, para que a discussão seja significativa, temos de achar maneiras de falar sobre design fora das cúpulas de autointeresse das próprias empresas de design.²⁰ (POYNOR, 2004)

O papel social do design parece ganhar importância no Reino Unido, o que, inevitavelmente, moldará e mudará o campo.

¹⁸ TLAT.

¹⁹ TLAT.

²⁰ TLAT.

3.3. O Design nos Estados Unidos

3.3.1. Origens

Com a Grande Exposição, em 1851, os Estados Unidos apresentam para o mundo seus métodos e processos de trabalho, o sistema norte-americano: produção em larga escala, produtos modulares e padronizados e sequência de produção (HESKETT, 1998).

Nesse sistema de produção, entendia-se que não apenas a metodologia era ponto importante, mas a organização, a gestão da produção, a comercialização e a gama de produtos também. O sistema norte-americano pautou-se em diferentes experiências desenvolvidas na Europa.

Durante todo o século XIX, os Estados Unidos desenvolveram suas indústrias. O primeiro setor a alcançar grande desenvolvimento é o de armas – mosquetes de Eli Whitney e revólveres de Samuel Colt; seguido pelo setor de relojoaria e o de maquinário agrícola.

Os produtos norte-americanos não eram bem vistos pelos europeus, exatamente pelos métodos de produção empregados, materiais e preços.

A comparação era entre as atitudes europeias, baseadas nas tradições artesanais, em que o valor de um produto residia, tanto econômica quanto esteticamente, na quantidade de trabalho especializado que incorporava, e a abordagem americana, baseada em métodos industriais, que enfatizava a quantidade e utilidade para segmentos mais amplos da população. (HESKETT, 1998, p. 56)

Essa percepção muda durante a Grande Exposição, e os produtos norte-americanos ali apresentados conseguem demonstrar seus atributos inovadores e tecnologia de produção.

Em 1895, já é possível notar uma diferenciação nesses produtos. Há um público-alvo determinado e claro. É possível identificar isso a partir da empresa Montgomery Ward & Co., que vendia “canivetes para ‘senhoras’, ‘homens’, ‘meninos’ e ‘homens, pesados e de caça’” (FORTY, 2007, p. 89). Os fabricantes começam a considerar o olhar do consumidor sobre os produtos. As divisões entre gêneros – masculino × feminino –; etapas da vida – infância × vida adulta –;

classes sociais – ricos × pobres – são exploradas para o desenvolvimento de relógios, escovas de cabelo, louças, roupas e produtos de higiene e limpeza.

No final do século XIX, já era possível identificar a influência que o sistema norte-americano exercia sobre a concepção dos produtos e da sociedade. Com Frederick Taylor, a produção passa a ser considerada em seus aspectos ergonômicos. O trabalhador poderia ser mais eficaz e eficiente em sua movimentação e, conseqüentemente, as empresas teriam uma produção e lucro maiores, era a teoria do “gerenciamento científico”.

Ela visava atingir eficiência máxima da produção através do planejamento do tempo e dos movimentos envolvidos na execução de tarefas específicas. Nessas suas manifestações primitivas, a ergonomia surgia não para melhorar a vida do trabalhador, mas para espremer dele uma maior produtividade. (CARDOSO, 2008, p. 43)

Com a mecanização e a evolução tecnológica dos meios de transporte e de comunicação, os produtos poderiam ser enviados e comercializados para lugares longínquos.

Ainda no final do século XIX, com Frank Lloyd Wright, as máquinas e a produção industrial ganham um novo olhar, não são mais responsáveis pelos “maus designs” e sim passam a potencializadores dos materiais. A máquina auxilia o designer a obter o máximo do material com o qual trabalha. As percepções de Wright sobre a produção em massa e a mecanização influenciam os movimentos modernistas dos anos 1920.

Em 1920, nos Estados Unidos, surge um grupo de profissionais que se autodenominam “os primeiros designers industriais”. Nesse grupo, estavam Raymond Loewy e Henry Dreyfuss (FORTY, 2007). Na verdade, a metodologia de trabalho utilizada por esses designers era similar à utilizada por Wedgwood em suas cerâmicas. Os produtos nos quais esses designers aplicaram tais técnicas – automóveis, rádios, canetas – é que tornavam diferente a produção.

A atividade do design foi, portanto, de grande ajuda para o desenvolvimento do capitalismo em indústrias que produziam bens de consumo, fornecendo a variedade que permitia aos fabricantes aumentar constantemente suas vendas e seus lucros. Se o design prestou tantos serviços ao capitalismo, o capitalismo não foi menos benéfico para o design. Não somente ele deu origem ao design como uma atividade necessária dentro

da divisão do trabalho na manufatura, como seu apetite por novidade e variedade garantiu a prosperidade dos designers. (FORTY, 2007, p. 124)

Percebe-se, então, uma via de mão dupla, na qual o sistema capitalista dá origem ao design, mas é o design que alavanca esse sistema.

3.3.2. Atualidade

Na contemporaneidade, novas formas de projetar vêm surgindo. A prototipação rápida, por meio dos *scanners* e impressoras 3D, tem transformado a forma de ver e fazer design.

Várias possibilidades têm sido oferecidas aos designers pela diversificação das tecnologias existentes de prototipação rápida, causando um impacto no projeto de design, nas questões de velocidade, de superfície, de acabamento, de diversidade de material, nas construções geométricas complexas e na liberdade para a modelagem de superfícies orgânicas. Essas mudanças estão relacionadas principalmente com a transposição da informação projetada e a redução da manipulação direta (feito à mão por feito à máquina).²¹ (SANTOS, 2008)

Os *makers*, como são chamados esses projetistas, desenvolvem novos produtos ou fazem o rastreamento 3D de existentes e disponibilizam os modelos de forma livre na internet. Segundo Santos (2008), muito do conhecimento adquirido durante a prototipagem tradicional é perdido. Os modelos disponibilizados são alterados, redesenhados, sem o toque humano no material e no produto. Tudo acontece dentro do computador. O processo empírico deixa de existir.

Mas como os *makers* e essas novas formas de projetar e pensar surgem?

Os Estados Unidos têm terreno profícuo para esse desenvolvimento, por sua tradição com as artes e ofícios. Apesar de o movimento ter perdido força após a Primeira Guerra Mundial, sua motivação, a celebração do simples é retomada em 1960. “Mesmo com a morte do Movimento de Artes e Ofícios na Primeira Guerra

²¹ TLAT.

Mundial, o sentimento por trás permaneceu. Ele ressurgiu na contracultura dos anos 1960, com a celebração da simplicidade”²² (MOROZOV, 2014).

Com o surgimento dos computadores pessoais, novas perspectivas de projeto e desenvolvimento surgem. Inicia-se um processo de autonomia, no qual Stewart Brand – escritor e editor norte-americano – populariza o conceito de que todo consumidor é um *hacker*, ou seja, todo consumidor pode aproveitar o entorno, projetar e viver conforme aquilo que acredita e almeja. Os computadores pessoais tornariam os indivíduos livres para projetar com criatividade e sem burocracia. Segundo ele, “os computadores seriam as novas drogas – sem nenhum dos seus efeitos colaterais” (MOROZOV, 2014).

Com o passar dos anos, o termo *hacker* passou a ser associado aos invasores de redes de computadores, sendo assim, o termo foi substituído por “*makers*”. Esses são os indivíduos que, de fato, mudarão o cenário de projetos nos Estados Unidos. Os *hackers/makers* surgem não apenas pela evolução tecnológica, mas pela cultura existente no país. Muitos indivíduos possuem, em suas garagens, oficinas, tanto para poder executar pequenas tarefas do dia a dia para suas residências, como para a criação de projetos específicos, como pequenos laboratórios. A Apple, de Steve Jobs, por exemplo, foi criada em uma garagem.

Quem são essas pessoas? Como no Movimento de Artes e Ofícios – uma mistura de retorno à terra, simplistas, socialistas, anarquistas e conhecedores de arte *tweedy* –, os *makers* são um bando diverso. Eles incluem entusiastas da impressão 3D que gostam de fazer seus próprios brinquedos, instrumentos e armas; funileiros e mecânicos que gostam de customizar seus objetos domésticos equipando-os com sensores e conexão com a internet; e apreciadores dos ofícios que preferem projetar seus próprios objetos e fazê-los sob demanda.²³ (MOROZOV, 2014)

Os *makers* projetam sempre refletindo sobre seu papel. Existem feiras, cursos, encontros e revistas que abordam o tema, mantendo a discussão atual.

Essa nova perspectiva transforma o cenário da produção industrial. Além de possibilitar o “faça você mesmo”, pequenas empresas surgem a todo momento e são patrocinadas por consumidores interessados em seus projetos. As plataformas de financiamento coletivo (*crowdfunding*) têm se tornado muito famosas. Sites

²² TLAT.

²³ TLAT.

como kickstarter.com, indiegogo.com, crowdfunder.com apresentam produtos independentes, que existem apenas “no papel” e por meio de patrocínio podem ser manufaturados.

Nessa nova perspectiva de criação e produção, qualquer pessoa pode atuar como designer. Assim, a atuação nesse campo e sua delimitação epistemológica estão em constante mudança. “Sociedade está sempre em fluxo, e o designer não pode prever como os vários sistemas político, social e econômico vão diminuir, aumentar ou redirecionar o poder da ferramenta que está sendo projetada²⁴” (MOROZOV, 2014).

Com este breve apanhando, pudemos compreender melhor o destaque desses países nos *rankings* internacionais. Afinal, as relações com as origens do design e o desenvolvimento das percepções sobre o campo têm base nessas nações. Contudo, esta pesquisa ocorre no Brasil, sendo assim, também é necessário compreendermos como o design e sua formação são apresentados no país, bem como se dão as possíveis influências dos países de destaque nos *rankings* na estrutura do design no Brasil.

3.4. O design no Brasil

3.4.1. Origens

No Brasil, a evolução industrial ocorre tardiamente. Cardoso (2008) relata que, entre 1870 e 1880, há um crescimento na criação de pequenas fábricas no país. Apenas no século seguinte, na década de 1950, começam as preocupações com a “necessidade de formar profissionais com a qualificação adequada para suprir a demanda de projetos de produtos e de comunicação visual que advieram da atividade econômica crescente e da indústria nacional nascente” (NIEMEYER, 1998, p. 62). Poucos profissionais das indústrias brasileiras sabiam o que é design e os produtos careciam de identidade e de uma linguagem nacional, com nossas características culturais.

Com isso, surge, em 1951, o Curso de Design do Instituto de Arte Contemporânea (IAC), no Museu de Arte de São Paulo (MASP), no qual foram

²⁴ TLAT.

formados os primeiros designers do Brasil e que iniciou o processo de implementação do ensino superior dessa profissão no país. O curso do IAC durou apenas três anos pois a instituição dispunha de poucos recursos.

Ainda em São Paulo, foi criado o curso de Desenho Industrial, na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (USP), no qual “seriam destinadas à sequência Desenho Industrial quatro horas semanais, em cada um dos quatro anos” (NIEMEYER, 1998, p. 66). Esse método, porém, não foi bem aceito pelos designers já formados existentes no país e o curso não teve continuidade.

Considera-se que foi no Rio de Janeiro, depois de diversas tentativas frustradas, que o curso de Desenho Industrial conseguiu seu espaço. O pontapé inicial foi a criação da Escola Técnica de Criação (ETC), no Museu de Arte Moderna (MAM), que não “saiu do papel”, já que careciam de equipamentos adequados e dinheiro para manter o corpo docente.

A segunda tentativa, foi a criação do curso de Desenho Industrial do Instituto de Belas Artes (IBA). Lamartine Oberg, diretor do IBA, fez uma viagem ao exterior visando conhecer a estrutura das escolas de *Industrial Design* para que, assim, pudessem proceder com a implementação do curso no Brasil. Novamente, por questões burocráticas, o projeto não conseguiu se firmar. A falta de local para a instalação do curso foi a principal razão, já que o diretor do MAM, Gustavo Capanema, não aceitou a proposta do governo, afirmando que “a realização do convênio seria incompatível com a doutrina da instituição” (NIEMEYER, 1998, p. 85).

Porém, já com todas as informações à disposição e com o apoio do Governo do Estado da Guanabara, era apenas necessário encontrar o local onde o curso aconteceria. Iniciou-se, então, a busca pelo lugar, onde a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) seria instalada.

Ainda na década de 1960, “pelo decreto 1443 de vinte e cinco de dezembro de 1962” (SOUZA, 1996, p. 36), depois de diversas tentativas frustradas, nasce a ESDI. Toda a sua estrutura curricular foi fundamentada graças às viagens de Oberg e ao desejo tanto do governador Carlos Lacerda quanto do então presidente da República Juscelino Kubitschek de verem o curso concretizado. Kubitschek havia percebido a necessidade sem par do design no Brasil: “Uma civilização técnico-industrial que não crescesse vinculada a uma intensa atividade artística, estaria ameaçada de deformar-se” (KUBITSCHEK *apud* SOUZA, 1996, p. 3).

O curso era composto por duas etapas principais. No primeiro ano, o aluno fazia o Curso Fundamental; caso conseguisse apresentar bom aproveitamento nessa fase, passaria para o segundo ano. Se o aluno não alcançasse a expectativa da instituição, seria jubilado. “Essa medida visava evitar a permanência na escola de alunos que não se integrassem a sua dinâmica de ensino” (NIEMEYER, 1998, p. 90).

A partir do segundo ano, o aluno cursava a habilitação escolhida: Programação Visual ou Projeto de Produto. Alguns anos depois (meados da década de 1970), identificou-se a necessidade da formação de um profissional com habilitação nas duas áreas, assim, os alunos passaram a cursar cinco anos de faculdade, não mais quatro, e saíam aptos a exercer as duas habilitações. Esse método de ensino prevalece até hoje, sendo a única faculdade a ter a habilitação dupla como norma.

O curso era composto pela seguinte grade de matérias: Metodologia Visual, Desenho Técnico, Artes Tipográficas, Desenho à Mão Livre, Perspectiva, Metodologia, Sociologia, Teoria da Percepção, História da Cultura do Século XX, Teoria da Produção, Tecnologia, Pesquisa Operacional, Teoria da Ciência, Fisiologia Aplicada, Seminário de História do Desenho Industrial do Século XX, Mecânica, Direitos Autorais e Royalties, Semiótica, História da Arquitetura de Interiores e do Mobiliário a partir da Revolução Industrial. Mas, seguindo esse modelo de ensino, o Brasil não supria as necessidades de produtos nacionais.

Esse cenário muda quando as empresas, estimuladas pelo governo, veem na exportação a possibilidade de crescimento. Para isso não bastava copiar o que vinha de fora, os designers deveriam tomar parte na produção, racionalizá-la e trazer as características brasileiras para os produtos. Essa reestruturação deu subsídio às reais mudanças que viriam a ocorrer na década de 1970.

A ESDI apresenta clara influência sobre as demais faculdades, já que foi a pioneira no ensino de design. A sua identidade era essencialmente alemã, já que adaptou o modelo que era seguido, da escola de Ulm – que era baseado nos princípios da Bauhaus –, à realidade brasileira, podendo ser considerada como o ponto de partida do curso de design brasileiro.

No ano de 1970, ocorre a Desenho Industrial 70, Bienal Internacional do Rio de Janeiro, onde foram apresentados os projetos desenvolvidos nos primeiros

oito anos de existência da escola. No mesmo ano, a reformulação do curso começa graças à admissão de alguns ex-alunos como professores.

A abordagem do design, seja na produção, seja no ensino, muda bastante. “Tornou-se claro [...] que, já há algum tempo, a educação e a formação técnica ligadas ao trabalho industrial deviam ter como base um novo tipo intelectual, cujo modo de atuar não podia continuar fundamentado numa eloquência verbal sujeita a afeições e paixões” (SOUZA, 1996, p. 217). Com o “milagre econômico”, as indústrias crescem, produzem mais e o consumo de produtos aumenta, já que o consumidor também se encontra em boa situação. Algumas empresas percebem a importância desse profissional, porém sua participação ainda é muito pequena. Ao mesmo tempo, o designer passa a uma maior racionalização de seu trabalho. A estética empregada e os estudos em torno dos projetos não giram mais em torno do gosto do designer e sim são fruto da responsabilidade social e das reais utilidades dos produtos. “Da técnica-trabalho devia-se evoluir para a técnica-ciência e assim atingir-se uma consciência crítica de si próprio, sem a qual se permaneceria sempre um especialista e não um dirigente e também um político” (SOUZA, 1996, p. 217).

Concomitantemente ao crescimento do consumismo, surge uma crítica a ele. Critica-se o design feito para vender e não para atender às necessidades do consumidor, o design do embelezamento. O design racionalista tenta, com dificuldade, ser o pensamento central da elaboração de projetos. Em 1971, é agregado ao currículo mínimo do curso a disciplina de Ergonomia, levando a uma maior racionalização da função, eficiência e usabilidade dos produtos.

Em 1972, o design ainda não é parte integral das indústrias. Muito pouco se conhece dessa área de estudo. Nesse mesmo ano, o mercado entende que os produtos exportados pelo Brasil não possuem características nacionais. A exportação de produtos brasileiros de qualidade, com a “cara” de nossa nação “(...) aumentaria a capacidade brasileira de importar recurso, tornando possível promover o desenvolvimento econômico sem restringir o consumo” (SOUZA, 1996, p. 235). Essa nova posição do mercado visava a melhoria do produto (para consumo interno e externo) e da realidade econômica do país. O design nacional começa a ser abordado com mais seriedade.

Em 1975, a ESDI passa a fazer parte da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), já que “não poderiam mais existir estabelecimentos oficiais de

nível de ensino superior isoladamente” (SOUZA, 1996, p. 251). A ESDI passa, então, a ser regida por objetivos e propósitos que não são os seus. Sofre problemas orçamentários, já que, antes, a verba de que dispunha era apenas dela e, agora, fazia parte de uma instituição em que havia a divisão de um orçamento muito pequeno. Assim, a ESDI passou por problemas de infraestrutura que perduraram por muitos anos.

Dos fatos ocorridos na ESDI, desde a sua criação até os dias atuais, é válido destacar o racionalismo na projeção e a valorização do design nacional que a escola agregou ao campo do design como um todo. Essas características estarão presentes nas demais instituições criadas depois dela.

Para suprir a necessidade de uma mão de obra especializada para a produção industrial, outras escolas de desenho surgem ainda na década de 1970, tais como: o curso de Desenho Industrial da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) – com habilitações em Comunicação Visual e Projeto de Produto; o curso de Desenho Industrial da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) – com as habilitações e Programação Visual e Projeto de Produtos, entre outros cursos. Todas essas instituições seguiram o modelo instituído pela ESDI.

Na década de 1980, a PUC-Rio começa a apresentar uma nova forma de ver, pensar e fazer design, o design social. Foi um processo natural na busca de trabalhar com a realidade da sociedade, em parceria com os “usuários”, para suprir as reais necessidades humanas, em especificidades não contempladas anteriormente.

foi a partir de 1982 que se iniciaram, nesta universidade, trabalhos vinculados ao meio social, modificando a situação anterior em que a população alvo era imaginada e as necessidades que geravam os produtos eram simuladas em sala de aula. Esta abstração do contexto real gerava resultados sem significado social e era contraditória em um departamento pertencente ao Centro de Ciências Humanas, como é o caso do Departamento de Artes. Foi essa aproximação com a realidade do meio extra-universitário que começou a delinear a atividade de Design Social na PUC. (COUTO, 1991, p. 12)

Assim, uma nova percepção do design começa a ser construída em meio a modelos quase que estritamente voltados para o desenvolvimento de produtos e para a impulsão da economia.

3.4.2. Atualidade

Nos anos 1990, há uma mudança no cenário brasileiro e uma valorização do design, por conta da abertura econômica do país. O design volta a ser discutido e refletido na sua essência; questiona-se qual o papel do design na sociedade e suas perspectivas para o futuro (CARA, 2010).

Segundo Cara (2010), a falta de definição do campo, delimitações de território e referências bibliográficas no que tange à epistemologia do design no Brasil demonstram a urgência na discussão sobre o mesmo.

Em 1995, com o Programa Brasileiro de Design, as discussões sobre tecnologia e desenvolvimento industrial ganham força, e a inserção do design na indústria passa a ser estimulada

O Programa Brasileiro do Design – PBD, criado em 1995 pelo Decreto de 09 de novembro de 1995, destina-se a promover o desenvolvimento do design no Brasil, em virtude da forte identidade criativa do país, apto a desenvolver a marca Brasil no competitivo mercado internacional.

[...]

Ainda busca motivar os empresários e engajá-los no objetivo principal, que é inserir o binômio design e inovação no sistema produtivo. (BRASIL, 1995)

Percebe-se o design como elemento estratégico e de competitividade na produção.

A partir da década de 1990 até a atualidade, tanto no âmbito acadêmico como no mercado, o design no Brasil tem apresentado percepções/compreensões mais abrangentes. Associações de designers (Associação dos Designers Gráficos – ADG, Associação dos Designers de Produto – ADP), bienais (Bienal ADG, Bienal Brasileira de Design), exposições, premiações (Brasil Design Award), congressos (P&D Design – Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design., Congresso Internacional de Design de Informação – CIDI) e encontros entre alunos (Encontro Nacional de Estudantes de Design – N Design) têm possibilitado a reflexão sobre o campo, suas delimitações e definições.

Além disso, por meio de periódicos e pesquisas em nível de pós-graduação, identifica-se que o campo se apresenta mais fluido. O design tem sido compreendido como processo, projeto, pensamento, metodologia. O campo

apresenta um novo olhar sobre problemas complexos presentes na sociedade, impactando na metodologia de trabalho e na formação dos futuros designers.

Na PUC-Rio, por exemplo, utiliza-se a metodologia do Design em Parceria, que prima por compreender a real demanda dos envolvidos no projeto e não uma necessidade pontual. Para tal, o designer faz uma observação de campo, um ambiente real, identificando como o usuário age, quais suas ações nesse ambiente. Também ocorre a interação designer-usuário, para que, por meio da atuação conjunta desses agentes, nesse ambiente real, sejam desenvolvidas soluções para as demandas identificadas, considerando as experiências e percepções de mundo dos envolvidos. “Fazer Design em Parceria é perceber que os métodos se constituem a partir da releitura das ações, da releitura das interações que foram possíveis no nível mental, mas que mostraram novas possibilidades no nível concreto” (FARBIARZ; RIPPER, 2011).

A formação do designer não está mais delimitada pelas necessidades da indústria e da produção, mas também levando em conta as demandas da sociedade

Como atividade posicionada historicamente nas fronteiras entre a ideia e o objeto, o geral e o específico, a intuição e a razão, a arte e a ciência, a cultura e a tecnologia, o ambiente e o usuário, o design tem tudo para realizar uma contribuição importante para a construção de um país e mundo melhores. (CARDOSO, 2008, p. 253)

3.5. Considerações preliminares

No capítulo 2, identificamos, por meio do levantamento de Sol (2009), que o design poderia ser percebido e compreendido por três palavras recorrentes nas definições durante a sua constituição histórica: *forma*, *produto* e *designer*. Relacionando-se diretamente com as mudanças sociais ocorridas na forma das pessoas se representarem, consumirem e pensarem.

Aos realizarmos o levantamento histórico do design nos países de referência apresentados nos *rankings*, as palavras-chave têm um porquê de destaque. Durante muito tempo, o design, conhecido e denominado como Desenho Industrial, ficou restrito à compreensão do executor, produto e forma, já que o foco era, inicialmente, a produção.

Com o crescimento e o desenvolvimento do design enquanto campo de estudo e reflexão, restringi-lo ao resultado de uma linha de produção perde o sentido. Assim, não faz mais sentido o uso da nomenclatura “desenho industrial”, que está intrinsecamente relacionada à produção seriada, mas sim o uso do termo “design”

indicando o processo de PROJETAÇÃO de produtos tri ou bidimensionais (design de produto e design GRÁFICO), além de virtuais, sendo que é significativa a ampliação das especialidades como design de joias, design de interiores etc. (MONTENEGRO, 2008, p. 182)

O design demonstra ser um processo mais amplo e complexo “campo cuja dimensão cultural propicia a formação de olhares disponíveis para a apreciação de aspectos conflitantes da realidade, isto é, capazes de lidar com a complexidade” (TABAK, 2012, p. 31). Trata-se não apenas de resultados, mas, principalmente, da compreensão das necessidades e problemas da sociedade. Design não é mais apenas o produto ou uma qualidade dele, design é uma forma de pensar, uma metodologia, um serviço.

Precisamos parar de pensar o design como a construção de imagens, produtos, serviços, sistemas e ambientes, e pensá-lo como meios para as pessoas agirem, para realizarem seus desejos e suas necessidades. [...] Isso requer uma melhor compreensão das pessoas, da sociedade e do ecossistema.²⁵ (FRASCARA, 2006).

Os *rankings* utilizados, apesar de apresentarem uma limitação por conta de seus parâmetros de estabelecimento e abrangência, demonstram claramente a sua relação com a história do design por destacarem o Reino Unido e os Estados Unidos. Suas ideias e formas de projetar estão circunscritas em todo o desenvolvimento histórico do design. Como afirma Argan (1992, p. 157) sobre a estrutura de um projeto:

Nós temos uma primeira camada, um primeiro estágio, que é a análise e a crítica do existente. É impossível conceber uma ideia de projeto que não seja crítica de um tipo que exista, de tipos

²⁵ TLAT.

que existam. Talvez a única forma de projeto sem uma análise prévia ou crítica do que é existente seja a criação, a criação enquanto criação mais que humana, ao passo que numa concepção humanista e muito clara é absolutamente evidente que não se procura fazer um projeto que não seja um projeto de mudança de qualquer coisa que exista.

Ou seja, tomando Argan como partida, podemos dizer que a concepção que temos de design, na atualidade, está diretamente relacionada ao passado e às concepções de sua origem. Podemos utilizar as relações dentro de um projeto do autor como paralelo para esta pesquisa: “a memória, a crítica, a ideologia, a previsão de posteridade” (ARGAN, 1992, p. 160).

O design, sua percepção e existência, tem relação direta com os sujeitos e objetos que o constituem. No diálogo criado entre/por seus sujeitos e objetos, construímos, desconstruímos e reconstruímos percepções estabelecidas no passado, sempre em busca da resolução das contradições existentes.

Por intermédio desse breve levantamento histórico, percebemos que o cerne industrial e a preocupação com a produção sempre estarão presentes no design, mas não são mais as únicas preocupações do designer. A mudança, na atualidade, na forma de ver e pensar o design já demonstra isso.

No que tange ao Brasil, parece perceptível a influência do pensamento britânico e norte-americano, mesmo tendo como base de ensino a influência alemã da Bauhaus e da Escola de Ulm. Em seus primórdios, o design no Brasil tinha uma preocupação fundamental com seus produtos e com o processo de produção, além da construção de um caráter nacional nesses produtos. Na atualidade, já identificamos novas percepções do campo e sua importância social. Novamente, a preocupação com a produção estará presente, mas o design é entendido como processo, como elemento transformador da sociedade, de suas relações e da compreensão de mundo.

Mas como os futuros designers compreendem/percebem o design na contemporaneidade? Eles ainda possuem uma visão estritamente ligada à produção/produto ou identificam o caráter social do design?

São questões para o próximo capítulo.