Revista Espaço Acadêmico - Nº 128 - Janeiro de 2012
Mensal - ANO XI - ISSN 1519-6186

# Políticas públicas de design: a construção da relevância do tema no Brasil

**Maria Luiza Almeida Cunha de Castro*** **& Juliana Cardoso Braga****

**Resumo**

As décadas de 1950 e 1960 podem ser consideradas como um marco para o design no Brasil, pelo fato de constituírem o momento de sua percepção enquanto problema a inserir na agenda política e econômica. Assim, a relevância que as políticas de design vieram a adquirir no final do século XX tem suas raízes nas articulações que a partir desta época envolveram não só designers, mas também a administração pública em suas diversas instâncias e, mais tarde, os empresários. As políticas econômicas e industriais dos anos seguintes definiram a pauta das discussões, até que o tema assumiu uma relevância que impôs a criação de instrumentos específicos que o contemplassem. Propomos aqui examinar a construção do design enquanto foco das políticas públicas e a coerência das ações voltadas para seu estímulo no contexto em que se inserem.

**Palavras chave:** design; políticas públicas; desenvolvimento.

**Abstract**

The decades of 1950 and 1960 can be regarded as a turning point for design in Brazil, since they constitute the moment of its perception as a problem to be included in the official agenda. Therefore, the importance that design policies came to acquire at the end of the twentieth century have their roots in the articulations made at that moment, involving not only designers but also the public administration in its various bodies and, later, the entrepreneurs. The economic and industrial policies of the following years defined the content of the discussions until the theme assumed such an importance that it imposed the creation of specific instruments for its own support. We propose here to examine the construction of design as a focus of public policies and the consistency of the actions aimed at stimulating the context in which they are inserted.

**Key words:** design; public policies; development.

* **MARIA LUIZA ALMEIDA CUNHA DE CASTRO** é Doutora em Ciências Sócio Ambientais pelo Núcleo de Altos Estudos da Amazônia (UFPA - 2009). Atualmente é professora adjunto I , atuando junto à Universidade Federal de Minas Gerais.

** **JULIANA CARDOSO BRAGA** é Professora da Universidade Federal de Uberlândia - UFU, ministra aulas para o curso de Design da Faculdade de Arquitetura, Urbanismo e Design. Mestranda do Instituto de Geografia da UFU - bolsista CNPq. Atualmente, vem desenvolvendo pesquisas acerca da sustentabilidade social e ambiental do design.

## Introdução

No que diz respeito às políticas públicas das últimas décadas, duas tendências principais têm co-existido no Brasil: um direcionamento desenvolvimentista, que se baseia no planejamento econômico, e outro neoliberal que promove a livre ação do mercado. Depois de um período em que o Estado desempenhou papel crucial no planejamento econômico, no financiamento da infra-estrutura em apoio ao investimento privado, e no investimento direto em empreendimentos estratégicos, sucedeu-se um período de cunho neoliberal, em que a capacidade de planejamento foi desarticulada.

O período que o país atravessa não deixa de ser desenvolvimentista mas, se nas novas políticas prevalecem o planejamento e a intervenção, este planejamento tem, entretanto, um foco diverso, que se concentra em uma estratégia explícita de apoio à competitividade, à produtividade e à tecnologia.

O design está no âmago dos sistemas de inovação que promovem a competitividade e gradativamente tem passado a integrar o planejamento das empresas e a tornar-se objeto de esforços coordenados na nova geração de políticas públicas. Entretanto, os programas, ações e iniciativas destinados a estimulá-lo pressupõem uma mudança nas instituições e estruturas de poder, bem como nas atitudes e convicções, em uma velocidade e ritmo que não correspondem à realidade. A inércia de posicionamentos tradicionais em setores que resistem às mudanças contamina o design que, inserido num contexto interdisciplinar, não encontra sintonia e não gera os resultados esperados.

Neste artigo, buscamos a compreensão da gênese do design no Brasil e das influências que este sofreu dentro de um quadro político e econômico que não o contemplava de forma explícita, mas que teve repercussões profundas na sua evolução. Para tanto, faremos uma retrospectiva da maneira como suas feições foram influenciadas por algumas orientações e diretrizes políticas a partir da década de 1960. Não se trata de uma análise das políticas públicas brasileiras, mas sim uma revisita a políticas e programas que tiveram uma maior repercussão - positiva ou negativa - sobre o desenvolvimento do design.

## 1 – Repercussão intelectual da modernização

O período inicial da década de 1960 foi politicamente instável, com grandes dificuldades monetárias, financeiras e cambiais e, a partir de 1962 (sobretudo em 1963), houve um acentuado declínio nas taxas de crescimento. Outra característica do período foi uma mobilização por reformas sociais inédita, marcada por movimentos fortes (BIELSCHOWSKY, 2000). Este clima intelectual tinha sido elaborado dentro do espírito de renovação dos anos 1950, num momento em que o debate no campo das artes havia se colocado por meio da militância político-social, que questionava o movimento modernista precedente e suas apropriações (SANCHEZ, 2003).

Duas tendências ideológicas haviam se contraposto nos anos 50 - o realismo social, de cunho nacionalista, e o abstracionismo, acolhido nas Bienais de São Paulo e nos museus de arte moderna, mas identificado como arte internacional (SANCHEZ, 2003). O debate entre "nação e arte" possibilitou o desenvolvimento de um pensamento crítico ativo e o aparecimento de uma arte politizada, preocupada com os problemas econômicos e sociais do país, com grande ampliação da atividade teórica acadêmica e do debate sobre as

transformações artísticas em curso (ARTE EM REVISTA, apud SANTOS, 1995).

Foi dentro deste contexto intelectual que ocorreu a implantação dos primeiros cursos de design no Brasil: vinculado ao Instituto de Arte Contemporânea no MASP, Lina Bo Bardi havia fundado um primeiro curso de desenho industrial em 1951, fechado, entretanto, três anos depois, devido à falta de absorção dos alunos pelo mercado industrial. Em Minas Gerais, a UMA (Universidade Mineira de Arte) instituiu, em 1957, um curso técnico de desenho industrial, reconhecido como curso superior em 1968 pelo MEC, nesta época já com o nome de FUMA (Fundação Mineira de Arte). Também no início da mesma década, no ano de 1962 houve a criação da Seqüência de Desenho industrial como parte da graduação em arquitetura, na FAU-USP. (MORAES, 2006; CARDOSO, 2004).

Em 1963, foi implantada a ESDI, Escola Superior de Desenho Industrial no Rio de Janeiro, resultado da evolução da proposta para criação de uma escola técnica no MAM-RJ, debatida pelo arquiteto Affonso Reidy e, posteriormente, pela direção do MAM com o arquiteto suíço Max Bill, então dirigente da Escola de design de Ulm (HochSchulle fur Gestaltung). O projeto da escola do MAM e um plano curricular foram elaborados por Tomás Maldonado, mas a ESDI acabou por se estabelecer em um prédio reformado na Lapa, (SOUZA, 1996) tendo se viabilizado, nesta época, devido às condições políticas existentes: a necessidade do então governador da Guanabara, Carlos Lacerda de buscar prestígio político, dando um "verniz progressista" a seu governo (CARDOSO, 2004). Em São Paulo, a Fundação Armando Alves Penteado (FAAP) instituiu o seu curso de design industrial em 1967 (MORAES, 2006).

Embora a criação das diversas escolas dentro de moldes racionalistas tenha efetivamente consagrado o modernismo, o design brasileiro em si ainda tinha uma longa trajetória a percorrer, antes de ver seu valor socialmente permitido, construído e, ao mesmo tempo, inserido na dinâmica da economia de mercado.

A ESDI foi o modelo para a maioria das escolas de design que foram instituídas no Brasil a partir de então, consolidando-se assim a vertente racionalista no ensino reforçada pela influência da escola de Ulm (MORAES, 2006). Entretanto, a orientação da escola, moldada dentro da realidade alemã, era direcionada para uma estreita colaboração com a indústria e não se adaptava à realidade brasileira, com uma tradição de design ligada às artes e à arquitetura, muito mais do que à indústria. Assim, o design "foi introduzido mais no âmbito acadêmico do que no âmbito da indústria propriamente dita" (MORAES, 2006. p. 30) embora tenha havido então as primeiras tentativas sistematizadas de aproximação com a indústria.

Branzi atribui o suposto fracasso do design na época à existência de um planejamento rígido e a uma orientação modernista racionalista, mas esta explicação *ex post* parece insuficiente: esta mesma orientação que teria sido nefasta ao design possibilitou e promoveu o sucesso de outros sistemas, levando a arquitetura e as artes plásticas no Brasil a momentos de grande expressão. Porém, é verdade que, ao introduzir o modelo racionalista e uma estética modernista, o design acabou muitas vezes por negligenciar referências locais que poderiam ter contribuído para o desenvolvimento de uma linguagem própria. Entretanto, o grande empecilho ao desenvolvimento subseqüente do

design está, sem dúvida, ligado de uma forma muito mais clara às orientações das políticas industriais e econômicas da época.

**2 – O milagre econômico sem design**

O período posterior a 1964 teve como eixo central do debate econômico brasileiro uma ideologia de aprofundamento do capitalismo desprovida de preocupação social. (BIELSCHOWSKY, 2000). Duas características do processo de industrialização promovido pelo Plano de Metas - a implantação de empresas estrangeiras e o sistema alfandegário protecionista - tiveram continuidade durante o governo militar pós-64 e agravaram as dificuldades de implantação do design na época.

Após o período inicial de crise em 1967 foi anunciado pelo Ministério do Planejamento o Plano Estratégico de Desenvolvimento - o PED - que tinha como objetivos o crescimento econômico, o desenvolvimento industrial e o desenvolvimento social, dando prioridade aos setores de energia, transporte, comunicação, siderurgia, extrativismo e educação.

Esta política favoreceu a vinda para o país das multinacionais. A implantação de filiais nos países da América latina representava, para elas, uma estratégia de procura de lucro, por meio de redução de custos da mão de obra e também a expansão de seus mercados, garantida por um sistema alfandegário protecionista, que consolidou uma aplicação incoerente da estratégia da industrialização apoiada na substituição de importações.

> Não basta (...) banir as importações criando assim um mercado cativo para aqueles que quiserem substituir as importações por uma produção doméstica. É preciso, ao mesmo tempo, estabelecer prioridades claras de investimento e impedir que os recursos limitados do país sejam atrelados à fabricação de produtos supérfluos, consumidos por uma minoria privilegiada (SACHS, 1986 p 169).

Desta forma, a utilização da capacidade produtiva ociosa, a exportação dos produtos fabricados no Brasil e o endividamento criaram as condições para o milagre econômico brasileiro (FURTADO apud MANTEGA, 1992).

Entretanto, o "milagre econômico" não trouxe qualquer incentivo ao desenvolvimento de um design local: o protecionismo à indústria nacional limitou a competição. As multinacionais desenvolviam os seus produtos, muitas vezes para exportação e, mesmo quando destinados ao mercado interno, o design adotado nas filiais era o mesmo da matriz. Estes produtos também não contemplaram as necessidades locais específicas e promoviam ainda a simplificação dos produtos, eliminando "partes ou componentes de maior custo, acabando muitas vezes por eliminar também as suas qualidades intrínsecas" (MORAES, 2006, p. 103). Este processo ficou conhecido como *tropicalização* do produto e requeria a intervenção de engenheiros mais do que de designers (MOARES, 2006). Assim, a introdução, através da chegada das multinacionais, de uma indústria mais avançada do que o estágio local de evolução do design realçou a falta de sintonia entre design e indústria.

Além disso, é importante notar nesta época uma gradual "asfixia da cultura brasileira" (SOUZA, 2006, p. 173), que vai ter repercussões negativas na mobilização social, cultural e política das décadas seguintes (SOUZA, 1996, p. 174). No nível do ensino do design havia uma grande mobilização política não só quanto à situação do país, mas quanto à

participação no planejamento e nas escolhas de direcionamento acadêmico, principalmente na ESDI. A partir de 1968, o AI-5 oficializou a censura prévia no plano cultural, repercutindo negativamente sobre a produção artística e, durante a década de 1970, desestruturou o processo de amadurecimento intelectual e artístico; no ensino, as relações entre as diversas disciplinas e a política foram suprimidas. A alienação política e social que foi imposta nesta época diluiu, assim, as tendências de vanguarda em vários campos de uma cultura de elite, e interrompeu sua aproximação do social.

Desse modo, se "os empreendedores locais não tinham [pelo design] um real interesse" conforme afirma MORAES (2006, p. 40) é por que lidavam com um público satisfeito em consumir o design importado, adaptado e não viam materializar-se as vantagens comerciais e produtivas do produto com design próprio – e por que, graças às disposições das políticas industriais, operavam em meio à inexistência de competição, num clima de protecionismo nefasto para o desenvolvimento do design.

Nesta época, entretanto, embora a aplicação efetiva do design nas indústrias tenha continuado a cargo das multinacionais, a preocupação com os benefícios que ele poderia proporcionar foi trazida para a arena política e surgiram as primeiras discussões teóricas, promovidas por órgãos do governo e associações de designers, que acabaram por gerar algumas iniciativas concretas, tais como a implantação do Instituto de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro em 1968, criado como departamento do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro e do Centro Tecnológico de Minas Gerais, CETEC - criado em 1972 (MORAES, 2006). O Instituto de Desenho Industrial visava realizar trabalhos de divulgação, informações e pesquisa no campo do desenho industrial e o CETEC teve uma atuação fundamental para fazer com que o design ocupasse aos poucos um espaço na agenda das preocupações das empresas como diferencial competitivo. A Secretaria de Tecnologia Industrial criou ainda em 1972 uma assessoria de desenho industrial e um programa de apoio ao desenho industrial no país - programa 06.01.03 (SOUZA, 1996).

**3 – Estímulo ao design orquestrado pelo mundo acadêmico e empresarial**

A presença das escolas de design no Brasil e de uma liderança exercida por empresários e administradores esclarecidos permitiu a implantação das primeiras medidas de estímulo ao design. Entretanto, elas não fizeram parte de uma política industrial ou de desenvolvimento explícitas.

Com a crise e o fim do milagre econômico, e na medida em que a década de 1970 foi avançando, o esgotamento do modelo de substituição de importações e a introspecção da indústria levaram a uma crescente defasagem da indústria nacional. Inicialmente como reflexo do clima gerado pelo milagre econômico e em seguida como tentativa de compensar a crescente falta de um apoio mais sistematizado à industrialização, a partir de meados da década de 1970, intensificaram-se as iniciativas de valorização do design. Foi no governo Geisel (1974-79) que se realizaram a maioria dos programas e projetos de incentivo ao design, mas os planos de desenvolvimento científico e tecnológico da época deram ênfase aos projetos de tecnologia aeroespacial e nuclear, informática e petroquímica,deixando de lado os outros setores (SOUZA, 1996). Apesar destas restrições, o direcionamento colocou uma alternativa para o desenvolvimento na qual o design

teria um papel de destaque e em 1975 foi criado o Laboratório de Desenho Industrial no Instituto Nacional de Tecnologia, no Rio de Janeiro (LEAL, 2002).

No final da década de 1970 o processo de formação de valor simbólico do design começou a se intensificar e os primeiros programas de incentivo nesse sentido começaram a se materializar. O empresário José Mindlin, que assumiu a Secretaria da Cultura Ciência e Tecnologia do estado de São Paulo, nos anos 1970 esteve à frente do convênio firmado entre o governo do estado de São Paulo e a Federação das Indústrias em 1979 para oficializar a criação de um núcleo de design industrial, visando conscientizar os empresários sobre a real importância do design (MIASSAKI, POUGY e SAAVEDRA, 2006; SANTOS, 1995; MORENO, 2002). Mindlin teve um papel fundamental na disseminação do conceito entre seus pares e possibilitou a aproximação do estado e indústria no campo do design (LEAL, 2002). Entre outras iniciativas, "criou o Prêmio da Boa Forma (...) e promoveu vários estudos de prospecção do design no Brasil e no exterior" (MORENO, 2002. p.15).

Esta etapa corresponde à fase de percepção do design enquanto problema político por parte de uma elite industrial, que através da mídia e de outras formas de comunicação, contribuiu para a atribuição de relevância política e administrativa à questão. Embora as ações tenham sido pontuais, as estratégias já contemplavam os três aspectos que vão definir a condução das políticas de design nas décadas seguintes: o suporte às empresas, a promoção do design e a educação do público e dos próprios produtores.

A partir de 1981 o governo brasileiro, através do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo (MIC) definiu diretrizes com o objetivo de mudar o quadro de dependência no âmbito produtivo tecnológico e do design local. Dentro deste contexto, o III Plano Brasileiro de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - passou a ser conduzido pelo CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Cientifico e Tecnológico) com o apoio da Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP. Houve então a proposta de criação de laboratórios associados de design, para buscar a "capacidade competitiva dos produtos locais no contexto internacional" (MORAES, 2006 p. 132).

O objetivo dos laboratórios era de apoiar as pequenas e médias empresas (PMEs), capacitar recursos, desenvolver projetos e pesquisa, e divulgar o design e suas vantagens (MORAES, 2006). Porém, as ações acabaram sendo redirecionadas para atender às demandas de empresas de maior porte, dado o desinteresse das próprias PMEs: apenas 10 a 20% dos projetos desenvolvidos chegaram a ser efetivamente implantados e produzidos (BARROSO NETO, apud MORAES, 2006).

Ainda nesta época, 1986, ocorreu a criação da Unidade de Design da Fundação Osvaldo Cruz - FIOCRUZ/ RJ (MORAES, 2006). Houve também algumas iniciativas em outros campos, que contribuíram para a construção do valor simbólico do design na década de 1980, entre as quais se destaca a instituição do Prêmio Museu da Casa Brasileira e o aparecimento das revistas especializadas tais como a Design & Interiores, que abriram um importante espaço de divulgação (LEAL, 2002).

Entretanto, o resultado efetivo de todas estas iniciativas foi muito mais uma construção do valor simbólico do design do que uma concreta estruturação de

políticas - como a que vai ocorrer de forma mais consistente, a partir do final dos anos 1990.

Observa-se que não houve uma transição nas políticas industriais que incentivasse a busca de competitividade através do design, pois a economia continuava protegida por uma série de restrições alfandegárias e, portanto também não havia motivos para que a indústria como um todo buscasse oferecer melhorias em seus produtos: as multinacionais prosseguiam desenvolvendo os seus produtos nas matrizes.

A tentativa da passagem no Brasil de um design previamente ligado às artes e à arquitetura, para um design a serviço da indústria foi, portanto, uma vontade manifestada por uma elite empresarial e acadêmica, que conseguiu levar a preocupação a alguns setores governamentais, mas não foi apoiada por um direcionamento político adequado.

**4 – Design e as políticas de desenvolvimento recentes**

O contexto da crise dos anos 90 afetou a sobrevivência das empresas no Brasil e obrigou-as a se adequar ao mercado, devendo, para permanecer competitivas, apoiar-se na busca da inovação tecnológica. Entretanto, ao mesmo tempo em que o governo expôs a indústria à concorrência, ele implementou algumas medidas de suporte voltadas ao seu fortalecimento (JICA, 2002). Dentre elas, estão as diversas ações voltadas para o estímulo ao design, intensificadas a partir da segunda metade da década de 90, que se articularam, porém, mais de uma forma indireta do que através de políticas industriais específicas- principalmente nas pequenas e médias empresas.

O primeiro programa de âmbito nacional em design no Brasil surgiu em 1995. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC lançou o Programa Brasileiro do Design - PBD, uma iniciativa voltada para a inserção e incremento da gestão do design nos setores produtivos brasileiros.

Este programa reuniu instituições tais como a Confederação Nacional da Indústria (CNI), a Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP, o SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, a FIESP - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, o MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia, o MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, o CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, e outros (MIASSAKI, POUGY e SAAVEDRA, 2006). O PBD se propunha a "(...) articular o conjunto de ações do governo em apoio às iniciativas do setor privado, com vistas ao fortalecimento do design brasileiro" (AMARAL, 2002. p.168-169) mas, sem suporte da presidência ou do MCT, tinha recursos reduzidos e só pôde continuar suas atividades em razão da pressão exercida pelas associações setoriais sobre a CNI (Confederação Nacional da Indústria) e pela ação do SEBRAE (ALBUQUERQUE, 2005).

As bases das diretrizes estratégicas atuais para o design foram elaboradas com fundamentação em uma discussão ampla promovida pelo PBD em outubro de 2002, envolvendo representantes da comunidade do design brasileiro, que deu origem ao documento "Caminhos do Design". Por meio de uma análise das forças e fraquezas, ameaças e oportunidades para o design foram definidas a missão, os princípios e valores, as diretrizes estratégicas, as linhas de ação, os programas e projetos. (BRASIL, 2007).

O design acabou, assim, por ser contemplado de forma mais generalizada dentro do projeto de desenvolvimento

social, que previa o apoio a pequenas e micro empresas, cooperativas e associações, (não tendo, no entanto atingido inicialmente os objetivos propostos). A articulação das estratégias regionais com as diretrizes federais passou a ser mais bem estruturada no que diz respeito ao design a partir do PPA 2000-2003, que propôs um planejamento regional e uma nova cultura gerencial; um dos programas foi o desenvolvimento de micro e pequenas empresas - ampliando a atuação de instituições tais como o SEBRAE que, em 2002, implantou o programa Via Design com o principal objetivo de promover a agregação de valor a produtos e a serviços por intermédio de ações de design. A partir de 2004 foi reforçada a ênfase no design em conjugação com o esforço de desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais no Brasil. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior promoveu um debate entre os diversos atores institucionais e empresariais, inserindo a política industrial como um dos eixos centrais de estratégia de desenvolvimento em seu Plano Pluri-anual de Ações do Governo Federal (PPA) para o período 2004-2007 (CAPORALI e VOLKER, 2004).

Os Arranjos Produtivos Locais (APL) são sistemas complexos, formados por atores que se organizam através de relações que buscam superar a individualidade dos negócios para atuar e realizar negócios coletivos. Cada APL tem estruturas que funcionam por meio de lógicas próprias, permeadas pelos interesses dos atores locais.

Assim, a atuação do Via Design, bem como dos centros e núcleos de design, está fortemente ligada ao desenvolvimento regional e setorial, com aplicação articulada em APL, inserida nas diretrizes estratégicas do SEBRAE e envolvendo diversas outras instituições e atores na busca de uma governança que possa contribuir para a evolução das empresas coletivamente.

Por outro lado, a estratégia do PBD conta também com iniciativas de promoção do design que incluem: o projeto *Design Excelence Brasil*, lançado em junho de 2003, que busca o reconhecimento internacional do design brasileiro; a criação do Portal Design Brasil, lançado em 2004 para divulgação de informações e trabalhos acadêmicos; o lançamento da Marca Brasil, selo que identifica os produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior, bem como o da imagem do design do país através do apoio à participação de produtos brasileiros em premiações internacionais de design. Na modalidade de promoção estão ainda as mostras e concursos tanto de caráter nacional como regional, para designers e empresas (MIASSAKI, POUGY e SAAVEDRA, 2006).

Editoras especializadas, acadêmicas e jornais bem como revistas eletrônicas completam o quadro de promoção contribuindo para a divulgação e transmitindo informações de design.

Enquanto parte do processo cíclico de sua elaboração, as políticas de design têm passado por avaliações e controle de impactos. Em outubro de 2006, uma nova Reunião de Avaliação Estratégica do PBD reorganizou suas diretrizes de acordo com as indicações levantadas em estudos sobre o panorama do design em nível internacional (RAULIK, 2006) e nacional (MIASSAKI, POUGY e SAAVEDRA, 2006), dando início a uma nova etapa, o PBD 2007-12. Algumas preocupações são aí enfatizadas entre as quais se destacam a necessidade de um maior apoio à educação, a inserção nos APLs, a ênfase aos projetos voltados para a sustentabilidade econômica, ambiental e social e a importância de uma maior

coordenação entre as diversas ações e projetos (BRASIL, 2007).

A promoção do design suscita, entretanto, questionamentos também quanto à sua própria natureza, pelo fato de não se apoiar sempre em valores concretos ou em um sistema bem estruturado: corre-se, então, o risco de desgaste do termo e da imagem do design no Brasil. Um exemplo desse desgaste ocorre quando as metodologias de sua implantação não são bem sucedidas e levam as empresas a não mais acreditar em suas vantagens, o que ocorre por vezes em ambiente de APL.

Estando historicamente atreladas à questão da industrialização e tendo surgido no Brasil a partir de iniciativas de uma liderança exercida por empresários e administradores esclarecidos com foco no desenvolvimento micro econômico, as políticas de design privilegiam a visão que coloca o desenvolvimento como conseqüência do crescimento econômico. Assim, elas não conseguem se integrar verdadeiramente aos programas de desenvolvimento, apenas criam células acessórias de design que são ativadas quando necessário para prestar serviços e apoiar outros programas, podendo servir a propósitos diversos, mesmo opostos à sustentabilidade. .

Portanto, se é verdade que as políticas de design têm procurado se estruturar de forma sistêmica, as ações que poderiam estabelecer o design como elemento de agregação de valor ao produto industrial têm sido implementadas de maneira deficiente; a articulação entre os diversos órgãos e programas continua falha e desconexa; a metodologia de ação junto a empresas e seu gerenciamento têm sido implementados "com objetivos mal definidos, recursos insuficientes e (...) falta de recursos humanos, além das deficiências no sistema (...)" (JICA, 2002. p. 58).

**Considerações finais**

Apesar da introdução do design no debate político e econômico no Brasil ter suas raízes nas décadas de 1950 e 1960 a estruturação de políticas de design mais consistentes só ocorreu nos últimos dez ou quinze anos. A inserção destas políticas dentro de uma visão mais ampla e sistêmica, entretanto, é ainda mais recente e está em fase de construção.

As ações institucionais voltadas para a questão do design ao buscar melhoria para as empresas também teve como efeito o desgaste do termo que, banalizado e muitas vezes ligado a experiências frustrantes, não implica mais necessariamente na qualidade da diferenciação que se busca no design.

Dentro deste contexto, destaca-se ainda a dissociação entre o desempenho do design e a grande indústria brasileira: apesar da existência de esforços que procuram coordenar ações direcionadas pelas políticas públicas das diversas instituições - tais como SEBRAE, SENAI, o MCT e MDIC - a coerência sistêmica das iniciativas ainda é discutível, as metodologias ainda estão em fase de construção e o prazo decorrido ainda não foi suficiente para chegar a resultados efetivos. A pressão da competitividade, entretanto, tem imposto um grande peso político à questão e, apesar de todas as dificuldades enfrentadas até agora, as perspectivas podem ser promissoras. Com o design definitivamente incluído na pauta das preocupações dos governos e empresas, a etapa de construção da relevância do problema parece bem avançada.

Portanto, para que possa haver uma evolução efetiva, os esforços devem se concentrar numa melhor coordenação das políticas de design com o direcionamento

geral da economia, cultura, educação e meio ambiente no país. Por outro lado, na aplicação das metodologias, é necessário que haja sua adequação às realidades locais, bem como uma articulação mais bem orquestrada entre as diversas instituições envolvidas no processo. Para que a promessa do design enquanto elemento agregador de valor possa se concretizar, é imprescindível, enfim, que não se negligencie o compromisso social e ambiental que o tema deve assumir enquanto política pública.

## Referências

ALBUQUERQUE, L. C. Histórico do design no Amazonas, in **T&C Amazônia** - ano III número 7, p. 2 -7, julho de 2005.

AMARAL, S. As exportações do design. - Taste of Brazil. In: LEAL, J.J. **Um olhar sobre o design brasileiro**. São Paulo: Objeto Brasil; Instituto Uniemp; Imprensa Oficial do Estado, 2002. p. 168-169.

BIELSCHOWSKY, R. **Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo.** Rio de Janeiro, Contraponto, 2000.

BRANZI, A. O Brasil como modelo do mundo, in: D. MORAES, **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem.** São Paulo, Edgar Blücher, pp. 3-17, 2006.

BRASIL. **Programa Brasileiro do Design: Orientação Estratégica**, PBD 2007-12 [2007?]. Disponível em: <http://www.designbrasil.org.br/portal/acoes/PBD_Plano_Estrategico_v04_04_07_c.pdf>. Acesso em: out. 2007.

CAPORALI, R.; VOLKER, P. (org). **Metodologia de desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais: Projeto PROMOS-SEBRAE- BID** - versão 2.0. Brasília, Editora Sebrae, 2004.

CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

JICA. **Relatório: Estudo sobre assistência oficial do Japão para o desenvolvimento destinado à República federativa do Brasil**, Instituto de Cooperação internacional, 2002.

LEAL, J. J. Os caminhos do Design, in LEAL, J.J. **Um olhar sobre o design brasileiro.** São Paulo, Objeto Brasil, Instituto Uniemp, Imprensa Oficial do Estado, pp. 28-37, 2002.

MANTEGA, G. **A economia Política Brasileira.** Petrópolis, Vozes, 1992.

MIASSAKI, D., POUGY, G., SAAVEDRA, J. Panorama das Ações de design no Brasil. Relatório para agência brasileira de desenvolvimento industrial. Set 2006. Disponível em: <http://www.designbrasil.org.br/portal/acoes/PanoramaNacional.pdf>. Acesso em: set 2007.

MORAES, D. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem.** São Paulo, Edgar Blücher, 2006.

MORENO, J. José Mindlin - Sonho e pioneirismo, in LEAL, J.J. **Um olhar sobre o design brasileiro.** São Paulo: Objeto Brasil, Instituto Uniemp, Imprensa Oficial do Estado, pp. 28-37, 2002.

PROGRAMA BRASILEIRO DE DESIGN. PBD. **Caminhos do design brasileiro - estratégias para agregar valor ao produto nacional** – Disponível em: <http://www.designbrasil.org.br/portal/imagens/acoes/caminhos_do_design.pdf>. Acesso em: out. 2007.

RAULIK, G. **Panorama internacional das políticas de promoção e incentivo ao design Brasil.** S.I: MDIC. 2006. Disponível em: <http://www.designbrasil.org.br/portal/acoes/PanoramaInternacional_PPID.pdf>; acesso em out 2007.

SACHS, I. **Espaços, tempos e estratégias de desenvolvimento.** São Paulo, Editora Revista dos Tribunais Ltda, 1986.

SANCHES, A. C. **O Studio de Arte Palma e a fábrica de móveis Pau Brasil: povo, clima, materiais nacionais e o desenho de mobiliário moderno no Brasil.** In: *Revista RISCO cidade.* Vol. 1, n.2, p. 22-43. 2003. Disponível em: <http://www.eesc.usp.br/sap/revista_riscorisco/1-pdf/art3_risco1.pdf>. Acesso em nov 2006.

SANTOS, M. C. L. **Móvel Moderno no Brasil.** São Paulo, Studio Nobel/EdUSP, 1995.

SOUZA, P.L.P. **ESDI: Biografia de uma idéia.** Rio de Janeiro, Editora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 1996.