



Congresso E_design

Competências empresariais do designer: ensino vs experiência profissional

Tema: Desafiando “o desafio de Bolonha”

Subtema: Mudanças no exercício da profissão e nas práticas de investigação

Título: Competências empresariais do designer: ensino vs experiência profissional

Autores: Alexandra Cruchinho Gomes & Maria da Graça Guedes

Contactos:

Unidade de Ensino: Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco

e-mail: alexgo@esart.ipcb.pt

alex-cruchinho@hotmail.com

Palavras-chave: Competências empresariais, perfil profissional do designer, adequação a Bolonha.

Resumo

A problemática do Ensino Superior em Design, no quadro do processo de adequação a Bolonha, implica a necessidade de definir o perfil de competências em design que deverá enquadrar a estruturação dos novos planos curriculares dos cursos de 1º e 2º ciclos. Tendo em consideração que, desde que é detectada uma necessidade de mudança de plano curricular até que os primeiros graduados com o novo perfil de competências entram no mercado de trabalho, decorre um período mínimo de três a cinco anos, importa que as Escolas Superiores desenvolvam estudos prospectivos que permitam antecipar as alterações de necessidades no que respeita às competências futuras dos designers.

Com o objectivo de analisar em que medida a formação superior em design dota os graduados de competências empresariais, foi realizado um estudo por questionário junto de designers nacionais a exercer profissão, através do qual se pretendeu avaliar

em que medida as respectivas competências empresariais foram por eles adquiridas por via da formação superior ou da experiência profissional. Os inquiridos foram também questionados quanto à sua visão sobre a evolução de exigências futuras no que respeita a essas mesmas competências (horizonte 2015).

O conjunto de competências empresariais questionadas foi definido através de pesquisa bibliográfica e de documentação recolhida junto das principais organizações nacionais e internacionais ligadas ao design.

A análise estatística dos resultados obtidos permitiu concluir que as competências empresariais são adquiridas pelos designers sobretudo através da prática profissional, sendo o contributo da formação superior insuficiente. No que respeita à visão das necessidades futuras, os inquiridos consideram que os profissionais de design se confrontarão com um aumento significativo das exigências de desempenho no que respeita às competências empresariais.

Face às conclusões obtidas, tendo em consideração a adequação a Bolonha, o conjunto de competências definido foi analisado e desenvolvida uma proposta de estrutura curricular que contempla aquisição daquelas competências empresariais ao longo da formação superior em Design de 1º e 2º ciclos.

Palavras-chave: design, ensino superior em design, competências empresariais e profissionais

1 Introdução

As condições de competitividade no mercado mundial confrontam as empresas, em particular, e os Estados, em geral, com desafios sem precedentes. A liberalização do mercado mundial, o desenvolvimento exponencial das tecnologias da comunicação e da informação, a mobilidade das populações, os crescentes investimentos públicos e privados em I&D, bem como a alta taxa de difusão dos seus resultados, deram origem a elevadas taxas de mudança que afectam todos os sectores económicos bem como todos os Estados, qualquer que seja o seu nível de desenvolvimento.

O sucesso comercial, cada vez mais, mostra uma grande dependência do design, ou da definição de estratégias, por parte do tecido empresarial, onde se inclua o design que

muito terá a contribuir na concepção de produtos que satisfaçam um vasto leque de exigências dos consumidores que são cada vez maiores (Potter, 1999, p. 24).

Actualmente, é oportuno tecer algumas considerações que possam vir a contribuir para o melhoramento da formação dos designers, considerando, tal como refere Bessa e Vaz (2007, p. 29), que a implementação do processo de Bolonha permite a aplicação de reformas muito acentuadas no sistema e, por isso, está a alterar profundamente o ensino superior, universitário e politécnico, no país e na Europa.

Ao nível da formação dos designers é importante considerar os pontos fortes e os pontos fracos no que respeita à aquisição e desenvolvimento das suas competências, de forma a poder-se, assim, intervir na estruturação dos currícula, visando a melhoria da formação dos actuais e futuros profissionais de design, permitindo a sua evolução de iniciados a peritos ou especialistas. Loyens (1997) defende a importância da compreensão do tipo de conhecimento ou das competências das quais o Designer deve ser detentor, para prestar um mais sólido contributo para a educação/formação em design.

Algumas visões mais activas não se limitam a reconhecer as lacunas na aquisição de competências na formação, mas direccionam-se também para o relacionamento que deve existir entre o meio empresarial e as instituições de ensino. Assim, Monally (2004, p. 49) destaca a urgência da actualização dos cursos existentes, no sentido de se acompanhar a constante evolução do design, de auxiliar e integrar a competitividade nacional, identificando o design como uma actividade essencial e focalizada, para permitir uma maior flexibilidade e intercâmbio de tarefas e conhecimentos, prevendo a realização de tarefas em equipas que se agrupam de acordo com as diversas capacidades e aptidões.

Ao designer começa a ser exigido o domínio de um vasto leque de conhecimentos e capacidades, bem como a demonstração de competências que, até ao momento, não têm sido suficientemente valorizadas na formação destes profissionais. Estas são, contudo, consideradas pelo tecido empresarial como imprescindíveis para a integração deste profissional nas empresas.

2 O perfil do designer no contexto actual

Discorrer sobre o perfil do designer implica a identificação das competências que o compõem. Numa abordagem à definição das funções do profissional de design, enquadrada nas actuais condições de competitividade, surge a visão do desempenho do designer não apenas a um nível técnico, mas também de competência empresarial. Alencar (2005, p. 416) defende que o designer é o profissional capacitado a aumentar a competitividade das empresas, criando nichos próprios e definindo soluções que visem a funcionalidade, qualidade, segurança, conforto e imagem diferenciada de produtos e serviços.

Em Portugal, a Associação Portuguesa de Designers (APD) refere o contexto de permanente mudança, em que actualmente o designer tem de se movimentar e no qual é chamado a intervir, antecipando problemas, definindo estratégias, procurando gerar oportunidades e liderando projectos multidisciplinares. Destaca-se o facto de ter que interagir com os diferentes intervenientes no processo, de diversas áreas de formação, o que, dentro das empresas ou instituições, o coloca numa posição ideal para conduzir e articular processos de mudança e de gestão (APD, 2008).

Na perspectiva da APD, e em termos de caracterização da actividade de designer, este profissional exerce uma actividade projectual - que representa e desencadeia a inovação – destinada a estabelecer as qualidades formais e funcionais de objectos, espaços, processos, serviços, sistemas e mensagens, tendo em conta uma constante relação com o Homem, considerando o ciclo de vida dos produtos desde a sua criação, passando pela produção, utilização e eventual eliminação após o fim de vida útil.

No que respeita à definição do perfil do designer, Munari (1990, p. 30) define este profissional como um projectista dotado de sentido estético que trabalha para a comunidade. Quanto ao seu trabalho, o mesmo não é pessoal e individual, mas resulta de um espírito de grupo e, nesse sentido, compete-lhe saber organizar e gerir determinado grupo ou equipa de trabalho, constituído de acordo com o problema que lhe é apresentado para resolver. Para o autor, o objectivo do designer deve ser o de tentar produzir, da melhor forma possível, objectos vulgares de uso corrente e não o de trabalhar para uma elite, ou seja, defende a produção para todos e não apenas para grupos restritos.

Totterdill (2002, p. 72), por seu turno, refere que o perfil do designer deve relacionar-se com a capacidade deste profissional para assumir funções enquanto gestor de I&D, sempre que esteja associado a departamentos de desenvolvimento de produtos. Compete-lhe, então, além de desenhar, conceber e desenvolver protótipos de produtos novos ou melhorados e garantir que a sua escolha recai nas matérias-primas mais adequadas à garantia de qualidade dos produtos.

Contudo, não se pode falar de perfil de designer sem enunciar o conjunto de competências que o integram. Com frequência, o conceito de competência está associado a um elevado desempenho ou um desempenho qualificado (Cabral-Cardoso, Estêvão e Silva, 2006, p.11).

Um estudo apresentado pela ANECA¹ refere vários grupos de competências ao longo da descrição e identificação dos perfis profissionais dos designers nas várias áreas de especialidade. Todavia, este estudo referencia outro grupo de competências que, no contexto actual, assumem particular importância e que são as competências de natureza empresarial. Assim, no referido estudo ressalva-se que o perfil do designer deve conter conhecimentos da dinâmica empresarial e da realidade económica, salientando a importância do design a este nível: *“o design melhora a política de inovação e de comunicação da empresa, (...) os resultados globais das empresas, (...) é uma profissão que cria valor a nível macroeconómico, (...) melhora o nível competitivo de um país em relação aos outros (...) favorece a transferência de tecnologia (...) e pode ajudar a reestruturar um sector económico dentro de uma política económica regional”* (ANECA, 2004, p. 422). Nesta definição salienta alguns objectivos, que são apresentados como fundamentação do perfil profissional do designer, e que deverão ser alcançados no final do ensino superior em design. Destes aspectos extraiu-se a designação do grupo de competências associadas directamente às actividades relacionadas com a empresa, que serão apresentadas como “competências empresariais e profissionais”.

A sistematização das diversas perspectivas e abordagens analisadas, permitiu a identificação das competências que constituem o grupo específico das competências empresariais e profissionais do designer (ver Quadro I).

¹ Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, Espanha

Quadro 1 - Competências empresariais e profissionais do Designer

-
- 1.1 Capacidade de análise e compreensão das características e funcionamento da empresa/cliente, suas estratégias de mercado e objectivos comerciais e de rentabilidade.
 - 1.2 Capacidade para Integrar a realidade da empresa/cliente no contexto do mercado global e específico.
 - 1.3 Visão sistémica do funcionamento da empresa.
 - 1.4 Competência para estabelecer estratégias de mercado no âmbito dos projectos que desenvolve.
 - 1.5 Competência na selecção de segmentos de mercado e desenvolvimento de uma correcta imagem do produto/marca/empresa.
 - 1.6 Capacidade para interpretar tendências socio-económicas e o comportamento dos consumidores
 - 1.7 Capacidade de análise de condicionantes e definição de critérios a considerar no contexto da empresa.
 - 1.8 Capacidade para comunicar com eficácia à empresa/cliente, oralmente ou por escrito, as propostas, os briefings, etc..
 - 1.9 Competência para fornecer à empresa/cliente informações claras relativas ao estilo, funcionalidade, segurança e outros aspectos inerentes à natureza específica da sua intervenção.
 - 1.10 Capacidade de trabalhar/projectar tendo em consideração o contexto internacional.
 - 1.11 Capacidade para visualizar e comunicar visualmente a informação.
 - 1.12 Capacidade para cumprir os prazos e orçamentos definidos.
 - 1.13 Competência na orientação, na construção, fabrico ou produção do produto de design.
 - 1.14 Capacidade para trabalhar em equipa, coordenar e/ou trabalhar em equipas multidisciplinares.
-

3 Metodologia

A realização do estudo implicou um conjunto de operações de recolha e tratamento de dados. A recolha de informação primária foi efectuada a partir de um questionário dirigido aos diplomados e profissionais de design das especialidades de Design Têxtil e de Moda e Design de Equipamento e Interiores. Todo o processo de elaboração e concepção dos instrumentos de recolha de informação resultou da pesquisa, análise e tratamento da informação recolhida durante a revisão bibliográfica que o antecedeu, segundo o método descrito por Hill e Hill (2005).

O universo de designers das áreas de especialização em análise foi definido a partir da base de dados da APD², AND³ e CPD⁴, tendo sido identificado um total de 200 profissionais. Os questionários foram distribuídos a todos os indivíduos do universo através de *email* e as respostas foram recepcionadas pela mesma via. A amostra, constituída por 70 designers, que representam 35% do universo, foi obtida através da aplicação da técnica de amostragem por conveniência, tendo sido considerados para o estudo aqueles que, depois de contactados, se mostraram disponíveis para colaborar. Os inquiridos foram questionados quanto ao nível de aquisição, desenvolvimento ou importância das competências empresariais e profissionais listadas, através da utilização de uma escala de 1 a 5, em que o 1 correspondia a “nível fraco” ou “ausente”, o 2 a “nível insuficiente”, o 3 a “nível médio”, o 4 a “nível bom” e o 5 a “nível elevado” ou “plenamente adquirido ou dominado”. A avaliação do nível de aquisição das competências considerou três contextos diferentes: à saída da escola (graduação), ao longo da experiência profissional e no médio/longo prazo (horizonte 2015). Os questionários foram sujeitos a análise e tratamento estatístico, com recurso ao programa SPSS.

4 Apresentação e análise dos resultados

Caracterização da amostra

A amostra é constituída por 70 designers dos quais 57,8% são do sexo masculino. No que respeita ao ano de conclusão dos cursos, 71,8% graduaram-se entre 2000 e 2008 e 19,7% entre 1995 e 1999 (Figura 1).

² Associação Nacional de Designers

³ Associação Nacional de Designers

⁴ Centro Português de Design

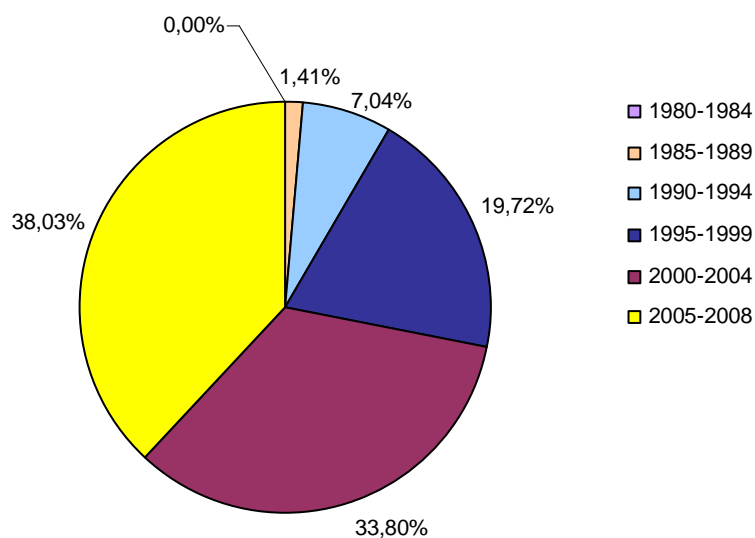


Figura 1 – Ano de conclusão da licenciatura dos inquiridos

Quando questionados em relação ao seu enquadramento profissional, 60% dos inquiridos declarou exercer profissão em empresas privadas, 11,7% no sector público e 28% não respondeu à questão.

Níveis de aquisição ou domínio de competências empresariais e profissionais

As médias das respostas obtidas através dos questionários, apresentadas no Quadro I, e a análise da variância das médias (Figura 2) permitem observar que, à saída do ensino superior, apenas duas competências, a “Capacidade para visualizar e comunicar visualmente a informação” e a “Capacidade para trabalhar em equipa, coordenar e/ou trabalhar em equipas multidisciplinares”, atingem médias superiores a 3, embora inferiores a 4. Quatro competências acusam médias inferiores a 2 e as restantes situam-se entre 2,09 e 2,87.

Ao longo da experiência profissional, as competências empresariais e profissionais dos designers são substancialmente incrementadas, verificando-se que nenhuma competência acusa média inferior a 3, atingindo duas delas médias superiores a 4 (“Capacidade para cumprir os prazos e orçamentos definidos” – 4,06 e “Capacidade

para trabalhar em equipa, coordenar e/ou trabalhar em equipas multidisciplinares” – 4,17).

A visão das exigências futuras no que respeita às competências empresariais acusa um acréscimo médio considerável (4,77), verificando-se que 10 das 14 competências enunciadas atingem médias iguais ou superiores a 4,70.

O desvio padrão, como se observa no Quadro II, é superior a 1 no que respeita às competências adquiridas durante o percurso escolar e no contexto da profissão, mas inferior a 1 em relação à visão sobre as exigências futuras de desempenho, o que reflecte um maior consenso dos inquiridos quanto à necessidade de desenvolvimento das competências detidas.

Quadro II – Médias e desvio padrão das respostas dos designers sobre o nível de aquisição, desenvolvimento ou importância das Competências Empresariais e Profissionais

Competências		Média			Desvio Padrão		
		A	B	C	A	B	C
Competências empresariais e profissionais	1.1 Capacidade de análise e compreensão das características e funcionamento da empresa/ cliente, suas estratégias de mercado e objectivos comerciais e de rentabilidade	1,67	3,67	4,74	1,44	1,17	0,50
	1.2 Capacidade para Integrar a realidade da empresa/cliente no contexto do mercado global e específico	1,75	3,75	4,84	1,44	1,03	0,44
	1.3 Visão sistémica do funcionamento da empresa	1,43	3,76	4,57	1,41	1,07	0,74
	1.4 Competência para estabelecer estratégias de mercado no âmbito dos projectos que desenvolve	2,09	3,35	4,57	1,37	1,03	0,72
	1.5 Competência na selecção de segmentos de mercado e desenvolvimento de uma correcta imagem do produto/marca/empresa	2,58	3,62	4,83	1,21	1,21	0,62
	1.6 Capacidade para interpretar tendências socio-económicas e o comportamento dos consumidores	2,38	3,72	4,84	1,64	1,18	0,44
	1.7 Capacidade de análise de condicionantes e definição de critérios a considerar no contexto da empresa	1,71	3,43	4,25	1,43	1,06	0,96
	1.8 Capacidade para comunicar com eficácia à empresa/cliente, oralmente ou por escrito, as propostas, os briefings, etc.	2,61	3,71	4,86	1,25	1,24	0,43
	1.9 Competência para fornecer à empresa/cliente informações claras relativas ao estilo, funcionalidade, segurança e outros aspectos inerentes à natureza específica da sua intervenção	2,64	3,68	4,81	1,33	1,23	0,60
	1.10 Capacidade de trabalhar/projectar tendo em consideração o contexto internacional	2,54	3,35	4,80	1,54	1,17	0,50
	1.11 Capacidade para visualizar e comunicar visualmente a informação	3,58	3,96	4,83	1,33	1,29	0,45
	1.12 Capacidade para cumprir os prazos e orçamentos definidos	2,87	4,06	4,91	1,15	1,19	0,33
	1.13 Competência na orientação, na construção, fabrico ou produção do produto de design	2,74	3,67	4,93	1,30	1,16	0,31
	1.14 Capacidade para trabalhar em equipa, coordenar e/ou trabalhar em equipas multidisciplinares	3,17	4,17	4,96	1,37	1,15	0,21

Legenda:

- A – À saída da formação na Universidade/escola;
- B – Ao longo da experiência profissional;
- C – Horizonte 2015.

Como se observa na Figura 2, o contributo do ensino superior em design para a aquisição de competências empresariais e profissionais não atinge um nível suficiente, sendo estas competências adquiridas predominantemente em ambiente empresarial. Contudo, os inquiridos consideram que, num futuro já próximo, o nível em que as dominam não será suficiente, pois ser-lhes-á exigido um desempenho de nível muito bom ou excelente.

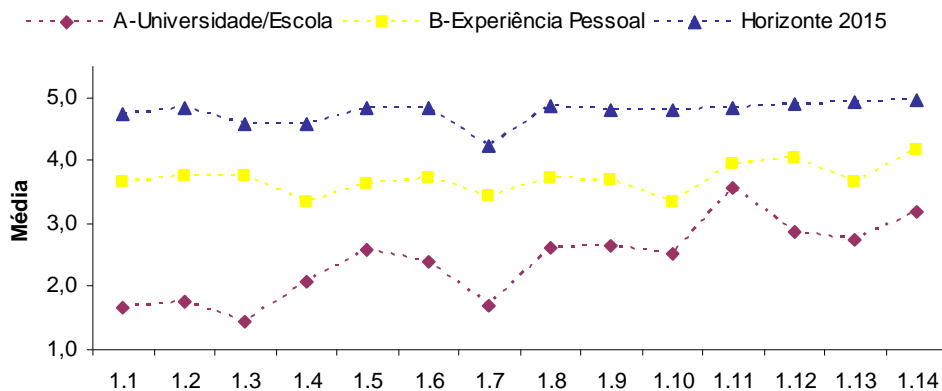


Figura 2 - Análise da variância das médias do nível de aquisição, desenvolvimento ou importância das Competências Empresariais e Profissionais

5 Discussão dos resultados

A diferença registada entre as médias de aquisição, ou desenvolvimento, de competências empresariais e profissionais, na escola e em contexto empresarial, demonstram que a formação superior em design em Portugal não contempla estas competências num nível adequado. Embora algumas competências como, por exemplo, a “Capacidade para Integrar a realidade da empresa/cliente no contexto do mercado global e específico”, sejam tipicamente adquiríveis em função da experiência profissional, outras, como a “Capacidade para comunicar com eficácia à empresa/cliente, oralmente ou por escrito, as propostas, os briefings, etc.” ou a “Capacidade para interpretar tendências socioeconómicas e o comportamento dos consumidores” podem ser alvo de aprendizagem no contexto escolar. Verificou-se, pois, que as competências que permitem a integração no mundo do trabalho dos graduados, e lhes permitem realizar as suas funções na empresa com um bom nível de

desempenho, acusam um défice significativo no conjunto de competências que definem o perfil do graduado em design.

No que respeita às diferenças entre os níveis de aquisição de competências à saída dos cursos e os níveis com que os designers se confrontarão no horizonte de 2015, segundo a perspectiva dos inquiridos, assume um diferencial ainda mais significativo. No horizonte de 2015, a concretizar-se o aumento significativo do nível de exigência sobre o desempenho em cada uma das competências enunciadas, e a manter-se o baixo nível de adequação do ensino no que respeita às competências empresariais e profissionais, os futuros graduados em design enfrentarão sérias dificuldades para se integrarem no mundo do trabalho.

6 Conclusões

Gradualmente, os empresários valorizam mais o facto de poderem contar com a inserção, no seio das suas organizações, de profissionais em design que participem na definição das respectivas estratégias em colaboração com equipas multidisciplinares.

Ao designer passarão a ser exigidas não só as competências técnicas, o domínio de metodologias para a execução e concretização de projectos e o conhecimento dos métodos de fabrico dos produtos que concebe. Ser-lhe-á, também, exigido o domínio de competências que se relacionam com o estudo, a análise e o conhecimento dos mercados, das estratégias de marketing e da análise da lógica de marca, para além de todas as competências que estão relacionadas com a inserção deste profissional no meio empresarial e que se reflectem no conhecimento da estrutura organizacional e do funcionamento da empresa onde se insere.

Os designers inquiridos destacam que as maiores lacunas na sua formação escolar estão relacionadas com o domínio de competências empresariais e profissionais, que representam a relação do designer com a empresa/organização, desde a apresentação e desenvolvimento da ideia, com base em estudos de mercado e de tendências, até à realização de cadernos de encargos e acompanhamento de todo o processo de execução dos projectos.

As competências que estão efectivamente relacionadas com a capacidade de análise e compreensão das características, da estrutura, do funcionamento, bem como das estratégias e condicionantes das empresas e clientes, e as que implicam o

conhecimento e estudo do contexto empresarial, dos mercados, das suas tendências e do comportamento dos consumidores para os quais desenvolve projectos, são referenciadas pelas principais organizações internacionais ligadas ao design, como o ICSID⁵ e o BEDA⁶, e por diversos investigadores. Estas competências são apontadas como aquelas que, ou não são adquiridas, ou são pouco desenvolvidas no contexto académico, tornando-se foco de preocupação no contexto da formação dos designers. Em consequência, a preparação inicial, no que respeita às competências empresariais e profissionais, deverá ser aprofundada no ensino superior, na medida em que tal é importante para as empresas que procuram, cada vez mais, integrar graduados em design nas suas equipas, para fazerem frente à elevada e crescente competitividade no mercado global.

A empregabilidade dos futuros graduados passa, pois, pelo seu domínio de competências que actualmente constituem lacunas na sua formação. De facto, até ao presente, é ao longo da experiência profissional que os designers se vêm confrontados com as realidades empresariais e é já durante o exercício da profissão que desenvolvem competências relacionadas com o conhecimento das empresas, das suas estruturas organizacionais e dos mercados, de marketing, etc..

Importa considerar, contudo, que a escola não consegue, nem conseguirá, corresponder a todas as exigências de aprendizagem dos alunos, futuros graduados em design. Se quatro anos de formação eram insuficientes, a redução do período de estudos para três anos agrava a situação. É evidente que o espírito de Bolonha não implica a redução daquele período mas sim a criação de condições para que muitos, de preferência todos os graduados, continuem os seus estudos e conclua o 2º ciclo. Algumas competências, necessariamente, devem ser desenvolvidas no 2º ciclo da formação, pois requerem ser estruturadas sobre competências adquiridas anteriormente ou implicam maturidade/experiência no domínio de metodologias e/ou processos técnicos ou mentais.

As competências empresariais e profissionais, pelo que implicam ao nível do domínio da especificidade da organização, só poderão ser plenamente dominadas no contexto empresarial. Contudo, a preparação adequada dos graduados neste domínio não pode

⁵ International Council of Societies of Industrial Design

⁶ Bureau of European Design Associations

ser negligenciada no ensino superior, que se confronta com a necessidade de desenvolver estratégias de ensino/aprendizagem que permitam aos alunos conhecer a realidade empresarial.

Referências Bibliográficas

Alencar, Marcelo S., et all 2005, Communication Systems. Springer Hardcover

ANECA 2001, Libro Blanco 2001. Madrid: ANECA.

BEDA 1975, Revised statement on the design profession as agreed in London, 22/23 November, BEDA'S Leaflet, 19xxx:14.

Bertola, Paola 2004, "Design as a research tool: New chances for design competences", In Design Issues in Europe today, BEDA, pp. 41 – 47.

Bessa, Daniel & Vaz, Paulo 2007, Um contributo para um Plano Estratégico para a Indústria Têxtil e do Vestuário Portuguesa. Vila Nova de Famalicão : ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal.

Cabral-Cardoso, Carlos, V. Estêvão, Carlos & Silva, Paulo 2006, Competências Transversais dos Diplomados do Ensino Superior. Guimarães: TecMinho/Gabinete de Formação Contínua.

Hill, Manuela Magalhães & Hill, Andrew 2008, Investigação por questionário. Lisboa: Edições Sílabo.

Loyens, Dick Gerard & Robert, Celina, 1995, 1997, Educação em Design e Criatividade, Tese de Mestrado em Design Industrial, Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto, Porto.

Monally, Norman 2004, "Design education in the 21st Century", In Design Issues in Europe today, BEDA, pp. 48 – 50.

Munari, Bruno 1990, Artista e Designer. Lisboa: Editorial Presença.

Potter, Norman 1999, Qué es un Diseñador: objetos. Lugares, Mensajes. Barcelona: Paidós Estética 24.

Totterdill, Peter et all 2002, Tendências do Sector Têxtil e Vestuário. Implicações nos Perfis Profissionais e na Formação. Guimarães: TecMinho, Associação Universidade Empresa para o Desenvolvimento.