

Histórias do Design no Rio Grande do Sul – II é uma obra que compila as pesquisas realizadas na disciplina 'Tópicos Especiais em Design: História do Design no Brasil', oferecida pelo Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS entre julho e setembro de 2023. Este é o segundo volume focado nas histórias do design gaúcho, sucedendo o primeiro volume originado em 2019. A disciplina, que teve suas raízes na FAUUSP em 2007, já percorreu São Paulo, Minas Gerais e Paraná, resultando em relevantes contribuições para a historiografia do design local, publicadas em livros, artigos, teses e dissertações.

A abordagem da Micro-história utilizada nessas pesquisas destaca-se por preencher lacunas na história de um Brasil continental, revelando tanto similitudes quanto peculiaridades regionais no âmbito cultural e industrial. A riqueza deste empreendimento acadêmico é ampliada pelas parcerias institucionais e docentes, como a colaboração entre o PPGDesign da USP e o PGDesign da UFRGS.

Este volume apresenta dez monografias selecionadas, que aprofundam temas que interligam o design com educação, saúde, artesanato, patentes, políticas públicas, sustentabilidade, moda e vestuário, identidade visual e jogos, contribuindo para a compreensão da rica trajetória econômica e industrial do Rio Grande do Sul e sua relação com o design. A continuidade desse projeto, iniciado com a publicação do primeiro livro em 2021, destaca a importância de registrar e valorizar as histórias do design regional, fortalecendo a identidade do design gaúcho e demonstrando a capacidade projetiva dos brasileiros em criar soluções inovadoras e de qualidade.

Airton Cattani – Editor

HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL - II

Braga e Curtis (Orgs.)



HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL - II

Marcos da Costa Braga
Maria do Carmo Gonçalves Curtis
Organizadores



HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL - II

Marcos da Costa Braga

Maria do Carmo Gonçalves Curtis

Organizadores



Políticas Públicas de Design no Rio Grande do Sul: O Programa Gaúcho de Design e a Rede Gaúcha de Design

Neilton Feliciano Costa

Maria do Carmo Gonçalves Curtis

Introdução

No cenário contemporâneo, o Design desempenha um papel determinante na capacidade de inovar das empresas, servindo como um importante vetor de desenvolvimento econômico e social. A capacidade de projetar produtos, interfaces e experiências que atendam às necessidades e desejos da sociedade é essencial à sobrevivência das organizações em um mercado global marcado pela competitividade (TEIXEIRA JÚNIOR *et al.*, 2012). Nesse contexto, à medida que a importância do Design cresce, a implementação de políticas de Design eficazes torna-se um tema relevante para governos e organizações em todo o mundo (PATROCINIO, 2013).

Políticas de Design representam um conjunto de diretrizes, estratégias e iniciativas que visam promover a integração e a aplicação eficaz do Design em diversos setores da indústria de um país (ALPAY ER, 2002; PATROCINIO, 2013; RAULIK-MURPHY, 2010). Isso pode incluir o apoio à Educação em Design, atuando em conjunto com escolas e centros de ensino do Design, à promoção do Design, via palestras, mostras e concursos, ou ao suporte direto às empresas por meio de assessorias e de treinamentos, entre outras ações

que buscam sensibilizar o empresariado e a sociedade para os benefícios do Design (RAULIK-MURPHY; CAWOOD & LEWIS, 2010).

Este capítulo pretende resgatar duas iniciativas que buscaram promover o Design no Rio Grande do Sul: o Programa Gaúcho de Design (PGD) e a Rede Gaúcha de Design (RGD). A metodologia seguiu uma perspectiva de Micro-História (BARROS, 2007), utilizando-se como ferramentas de coleta de dados a entrevista oral com dois gestores dos programas aludidos, além de pesquisa documental em relatórios, projetos, atas e produtos impressos das entidades, aliado a uma pesquisa bibliográfica. Como resultado da pesquisa, verificou-se que as duas iniciativas representaram uma importante contribuição às políticas de Design no Rio Grande do Sul. Contudo, a descontinuidade dos programas e a ausência de análises rigorosas quanto aos impactos gerados impede fazer uma análise mais exata da efetividade das suas ações e iniciativas, tornando difícil precisar se os seus objetivos foram alcançados. Além disso, o direcionamento mais estreito para políticas industriais e, mais tarde, micro e pequenas empresas associaram o Design prioritariamente às políticas de geração de consumo, exportação e produção industrial, escapando, neste momento, o potencial da área para produzir desenvolvimento e inovação social.

Na primeira parte do trabalho, analisa-se brevemente como o Design se relaciona com a inovação e com a competitividade na indústria, de que forma as Políticas de Design se constituíram ao longo do tempo, e, por fim, apresenta um panorama dessas políticas no Brasil, com especial atenção ao Programa Brasileiro de Design (PBD). Na segunda parte do artigo, relata-se a criação, os objetivos, as ações e os resultados do PGD e da RGD no contexto das Políticas de Design no Rio Grande do Sul.

Políticas Públicas Para o Design

Nesta seção se apresenta uma revisão sobre como o Design tem se inserido na indústria de forma a impulsionar a inovação e a contribuir para o aumento da competitividade de empresas e organizações. Busca-se também fazer um breve relato de como países e regiões têm sistematicamente produzido políticas de incentivo ao uso do Design em suas cadeias produtivas como forma de promover o desenvolvimento social e econômico.

Design, Inovação e Competitividade na Indústria

A prática do Design é reconhecida como um importante fator na promoção da inovação e na melhora dos índices de competitividade na indústria. Por seu intermédio, um conjunto de soluções originais se inseriu no processo produtivo, nos próprios modelos de negócio e no valor entregue pelas organizações à sociedade por meio de bens e serviços, tornando-o, assim, um elemento estratégico para a sobrevivência de empresas em diversas categorias, além de representar um componente essencial de diferenciação nos setores produtivos de um país ou região (TEIXEIRA JÚNIOR *et al.*, 2012).

Verganti (2009) sustenta que há uma inovação dirigida pelo Design que não trata somente de mudanças no âmbito da funcionalidade ou da estética, mas compreende sobretudo alterações de significados. Em outras palavras, quando conduzida pelo Design, a inovação se realiza por meio da compreensão do modelo sociocultural vigente e uma posterior inserção neste modelo de novas linguagens e significados, influenciando diretamente o meio social e a cultura.

Para Verganti (2009), há três modos em que é possível pensar as estratégias de inovação, conforme ilustrado na figura 1.

O primeiro seria a inovação conduzida pela tecnologia, cujo processo é guiado em larga medida por avanços tecnológicos; o segundo é a inovação movida pelo mercado, em que a ênfase recai sobre os usuários, os quais são impulsionadores de inovação ao requererem das empresas um estudo sistemático de suas necessidades e desejos; por fim, o terceiro é a inovação conduzida pelo Design, cuja atenção se volta à capacidade da área em comunicar novos significados e linguagens através de objetos, interfaces ou serviços, alterando com isso o próprio contexto sociocultural (VERGANTI, 2009).

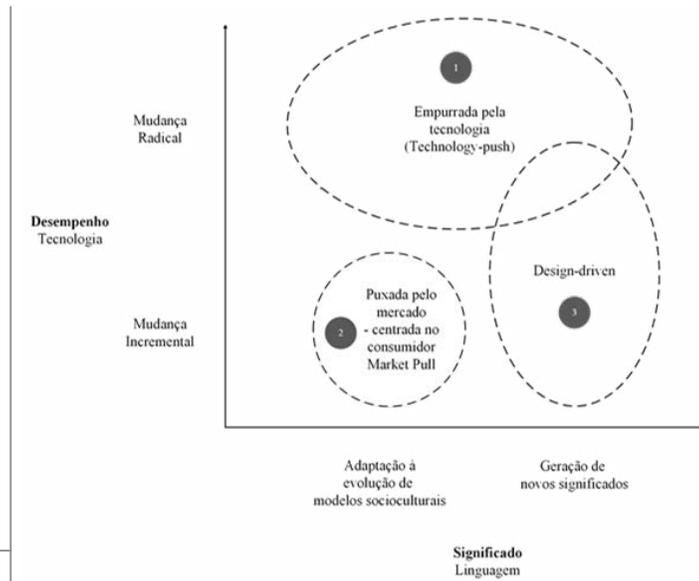


Figura 1: As três estratégias de inovação. Fonte: VERGANTI (2009).

Kumar (2009) reforça que no passado as transformações na indústria seguiam um padrão de busca obstinada da eficiência, o que as obrigava a concentrar esforços na diminuição de custos e no aumento da produção. Entretanto, com as mudanças tecnológicas e o aumento da oferta de bens e serviços, as empresas foram levadas a modificar as abordagens

relativas à inovação. Agora, além da eficiência produtiva, busca-se principalmente oferecer aos clientes experiências de uso desejáveis e inovadoras, com o fito de se manter relevante em mercados extremamente competitivos. O Design, para Kumar (2009), se caracteriza como uma poderosa ferramenta para as organizações, uma vez que a sua prática, partindo de uma compreensão minuciosa das necessidades dos usuários, produz ofertas desejáveis, inovadoras e que geram “valor de uso” ao consumidor final.

Dada a contribuição do Design para a geração de inovação na indústria, vários países passaram a refletir sobre a importância de fomentar sua prática intensiva nas empresas e organizações como meio de aumentar os índices de competitividade da indústria nacional, sobretudo quando inseridos em um contexto de dinâmicas globais facilitadas pela troca de bens, serviços e informação (PATROCINIO, 2013; RAULIK-MURPHY, 2010; TEIXEIRA JÚNIOR *et al.*, 2012). Embora a maneira como o Design interfira, ao lado de outros elementos macroeconômicos, nos índices de competitividade da indústria ainda careça de estudos, sabe-se que os países e as empresas de maior competitividade no mercado global fazem uso acentuado do Design. Conforme estudo elaborado para subsidiar a política de Design da Nova Zelândia, há uma correlação direta entre o nível de competitividade dos países e o grau de maturidade do Design em suas indústrias. O estudo indica que, dos 25 países que mais utilizam o Design 24 estão entre os mais competitivos internacionalmente, demonstrando o papel determinante do setor (NZEIR, 2003 *apud* FERREIRA, 2006).

Dada a contribuição do Design para a geração de inovação na indústria, vários países passaram a refletir sobre a importância de fomentar sua prática intensiva nas empresas

e organizações (PATROCÍNIO, 2013; RAULIK-MURPHY, 2010; TEIXEIRA JÚNIOR *et al.*, 2012). Como resume Patrocínio (2013), essa demanda pelo Design se liga principalmente, como discutido nos parágrafos anteriores, à melhora da posição da indústria nacional em aspectos como inovação e competitividade, o que motivou a implementação de políticas de Design nacionais. Estas políticas visam aproveitar o potencial do Design como uma ferramenta estratégica para estimular a inovação, aumentar a competitividade das empresas locais e, em última instância, fortalecer a economia nacional.

Políticas de Design

O campo de estudo de políticas de Design ainda é incipiente e carente de maior atenção acadêmica e aprofundamentos teóricos (PATROCÍNIO, 2013; RAULIK-MURPHY, 2010). A área esteve inicialmente encampada nos estudos de História do Design. Contudo, tem recebido nas últimas décadas maior interesse de governos e órgãos de Estado, principalmente devido a suas ligações com a inovação e a melhoria dos índices de exportação e competitividade das indústrias nacionais, como exposto no capítulo anterior (PATROCÍNIO, 2013).

Como define Alpay Er (2002), política de Design pode ser compreendida como um esforço sistemático de governos para desenvolver o repertório nacional de Design e estimular o seu uso efetivo por organizações e empresas, fomentando a competitividade da indústria nacional e o desenvolvimento econômico. Patrocínio (2013) afirma que políticas de Design são diretrizes estabelecidas por um governo para instrumentalizar o Design como mecanismo de desenvolvimento industrial, econômico, regional e social.

Aponta-se comumente as origens das políticas de Design na realização de feiras e exposições industriais do século XIX. Nestes eventos, é possível perceber que se aguça o desejo das economias desenvolvidas em expor e estimular a produção de suas indústrias, ressaltando o Design como uma importante dimensão da nascente sociedade industrial (RAULIK-MURPHY, 2010). Após o fim da Segunda Guerra Mundial, as políticas de Design se tornaram mais explícitas e direcionadas, com o pioneirismo do Reino Unido, como exemplifica a fundação do Design Council em 1944, e da Alemanha, onde se instalou a influente Escola de Ulm, em 1953 (GOMES & ARAÚJO, 2016b). Em 1960 e 1970, os movimentos de apoio ao Design se ampliaram em diferentes partes do mundo, crescendo o número de feiras, exposições, premiações e concursos, o que demonstra sua importância nas estratégias de desenvolvimento de diversos países. No Brasil, nesse período, foi criada a ESDI, a primeira escola superior de Design em âmbito nacional e latino-americano (PATROCÍNIO, 2013).

Desde fins do século XX e início do século XXI, as políticas de Design se firmam como programas de caráter mais amplo e sistêmico, integrando-se às políticas macro, como a de Inovação, sobretudo em países do continente europeu e do leste asiático. Nos países em desenvolvimento, as políticas de Design são acionadas como mecanismo de desenvolvimento social, numa visão menos restrita da atividade, a qual passa a não estar relacionada apenas à indústria e ao consumo, mas também ao combate à desigualdade e à inovação social (GOMES & ARAÚJO, 2016a).

Heskett (2001, *apud* GOMES & ARAÚJO, 2016a) desenvolveu uma análise, complementada por Alpay Er (2002) e Raulik-Murphy (2010), que relaciona as políticas de Design

ao controle exercido pelo governo sobre sua elaboração e condução. Os resultados estão esquematizados na figura 2, elaborada por Gomes e Araújo (2016a) a partir dos trabalhos dos autores citados.

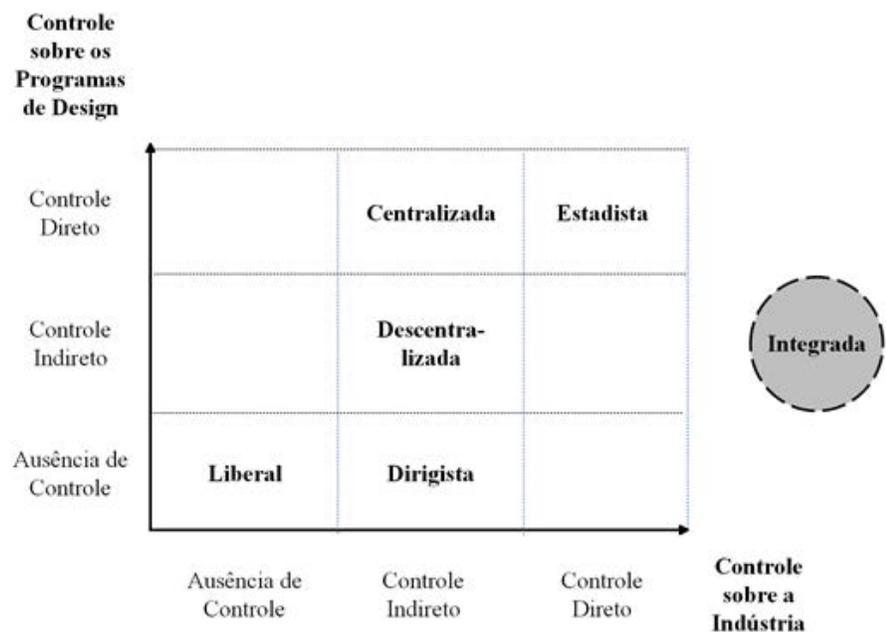


Figura 2: Categorias de Políticas de Design. Fonte: GOMES E ARAÚJO, (2016a), com base em GIARD (1996), ALPAY ER (2002) e RAULIK-MURPHY (2010).

Neste modelo, as políticas de estado se referem às situações em que o governo controla com exclusividade as políticas industriais e de Design. É comum em regimes autoritários. Já a política centralizada ocorre quando o Estado é o principal agente de criação da política, especialmente na fase de sua concepção e de planejamento, sem, contudo, deter total controle dos agentes envolvidos na fase de execução. Tratando-se de uma política descentralizada, o governo participa geralmente por meio do financiamento de ações e iniciativas, porém não detém o controle das políticas estabelecidas, as quais são desenvolvidas com a participação

de múltiplos atores. Na política dirigista, acrescenta-se ao modelo a possibilidade de o governo não ter um plano unificado de Design, e apenas controlá-la por meio de políticas econômicas indiretas, tais como incentivos fiscais ou política tributária (GOMES & ARAÚJO, 2016a).

Na política liberal, o Estado não possui agenda de Design, optando por deixar a área sob responsabilidade do mercado. Há, contudo, decisões de governo que podem impactar o setor, como a política de patentes e leis de propriedade intelectual, dentre outras. Por fim, na política integrada, o tema do Design se integra a outras políticas de caráter mais amplo. Exemplos vêm de alguns países europeus, onde as políticas de Design estão inseridas em sistemas maiores de políticas de inovação (GOMES & ARAÚJO, 2016a).

Raulik-Murphy (2010) sistematiza num modelo tríade os componentes básicos de uma política de Design. Os três componentes, conforme figura 3, são: 1) EDUCAÇÃO, direcionado à própria classe dos profissionais de Design; 2) SUPORTE, cujo alvo são as organizações e empresas beneficiadas com a inserção do Design em suas cadeias de valor; 3) PROMOÇÃO, cuja atenção se volta para a própria sociedade na forma de consumidores ou usuários de Design.

O componente de Educação em Design abrange iniciativas que buscam desenvolver a formação profissional. Refere-se à criação de escolas de Design, programas de pós-graduação, pesquisas acadêmicas, além da inserção da disciplina em cursos correlatos, com o fim de prover o mercado de profissionais em quantidade adequada, bem como garantir sua sintonia com as demandas e desafios enfrentados pela indústria.

A promoção do Design compreende ações que visam promover o tema para públicos amplificados, procurando

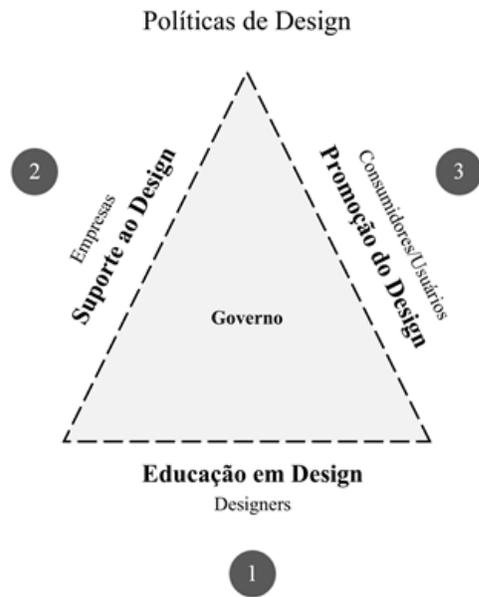


Figura 3: Tríade de Políticas de Design.
 Fonte: RAULIK-MURPHY, G.; CAWOOD, G. & LEWIS, A., 2010.

sensibilizar a sociedade para as vantagens de utilizar e consumir Design. Podem estar relacionadas à promoção do Design nacional no contexto global, ao incentivo às organizações para utilizarem Design em seus processos de geração de valor ou ao engajamento do público consumidor na apreciação e consumo de produtos beneficiados pelo Design. Para exemplificar, podem ser citadas ações como prêmios, mostras, exposições, seminários, conferências, concursos, campanhas de publicidade, entre outras iniciativas.

Já as ações de suporte são realizadas diretamente junto às empresas e à indústria. São iniciativas que utilizam o assessoramento direto, principalmente às pequenas e médias empresas (PME) nas quais geralmente o uso do Design ainda é incipiente. Raulik-Murphy (2010) cita três tipos principais de programas de suporte: programas

de treinamento, assessorias curtas e assessorias de longa duração. Nessas últimas duas, uma equipe com a presença de designers atua por um período junto à empresa no desenvolvimento de um projeto ou produto, em um esforço para as empresas notarem e se sensibilizarem com o valor do Design nos seus processos produtivos ou na inserção no mercado.

Desta maneira, uma vez que a importância do Design tem aumentado de forma constante, à medida que os governos reconhecem sua estreita ligação com o progresso econômico, e embora ainda exista a necessidade de realizar mais pesquisas, foi feito um esforço para categorizar programas e práticas em modelos abrangentes que permitam a análise das políticas de Design de diversas origens, o que colabora para aprofundar a compreensão sobre a eficácia e as deficiências dessas políticas no estímulo ao desenvolvimento do Design na indústria nacional.

Políticas de Design no Brasil e o Programa Brasileiro de Design (PBD)

Como argumenta Patrocínio (2013), apesar do discurso recorrente de modernidade que acompanhou a industrialização do Brasil desde o início do século XX, em comparação a países como Japão e Coreia do Sul, as políticas de incentivo ao Design são tímidas frente à necessidade de gerar melhorias sistêmicas na concepção dos produtos nacionais. Ainda assim, Patrocínio (2013) faz referência amparado no relato de Barroso Neto (1998) a duas iniciativas criadas ainda no período do regime militar: o "Programa 06", elaborado pelo Ministério da Indústria e do Comércio no início da década de 1970 com o objetivo de estimular o desenvolvimento do Design no país; e a criação do Laboratório Brasileiro de Design (LBDI), instituição que buscou dar suporte à indústria, bem como pesquisar,

ministrar palestras e workshops com foco no Design, além de ocasionalmente desenvolver produtos.

Outra relevante política de apoio ao Design foi a criação do Programa Brasileiro de Design (PBD) no governo Fernando Henrique Cardoso por Decreto publicado em 1995¹. O programa procurou construir “um conjunto de ações indutoras da modernização industrial e tecnológica, através do Design, contribuindo ao incremento do desenvolvimento econômico e social, da melhoria da qualidade e, conseqüentemente, da competitividade do produto brasileiro (PBD, 1997, p. 4)”. O PBD procurou coordenar e aglutinar subprogramas de alcance amplo e especializado contando com uma direção estratégica unificada, porém executada de forma descentralizada em vários níveis, por diversos atores econômicos e sociais. O programa promoveu a participação de empresas e organizações na integração do Design no sistema de produção. Dividiu-se em cinco subprogramas gerais: conscientização, motivação e divulgação; informação, normalização e proteção legal; capacitação de recursos humanos; infraestrutura para o Design e articulação e fomento. Além desses, havia mais cinco subprogramas específicos, os quais estavam relacionados de forma matricial aos programas gerais: moveleiro, gemas e joias, software, programas estaduais e outros (PBD, 1997).

Embora tenham sido apontadas falhas, especialmente quanto ao financiamento e à continuidade das atividades, Patrocínio (2013) e Raulik-Murphy (2010) reconhecem no PBD uma política de Design relevante, a qual denota a sensibilização, na época, do governo brasileiro para a valorização do setor como mecanismo de competitividade na indústria. A trajetória do programa ressalta, contudo, como afirma Patrocínio (2013), a complexidade de se elaborar

um sistema sólido de Design em um país de considerável extensão como o Brasil, fato que se intensifica pela participação integrada de múltiplos atores.

Programa Gaúcho de Design (PGD) e Rede Gaúcha de Design (RGD): Políticas de Design no Rio Grande do Sul

Nesta seção, investiga-se duas políticas de apoio e de fomento ao Design desenvolvidas no Rio Grande do Sul em fins do século XX e início do século XXI: o Programa Gaúcho de Design (PGD) e a Rede Gaúcha de Design (RGD). As ações realizadas nestes dois programas revelam a sensibilidade por parte da sociedade para a necessidade de desenvolver e aplicar políticas de fomento ao setor no Rio Grande do Sul, ao mesmo tempo em que ilustram as dificuldades encontradas para atingir esse objetivo.

O Programa Gaúcho de Design

Conforme discutido na seção anterior, um dos subprogramas específicos do PBD foi direcionado à criação de programas semelhantes em nível estadual. Contudo, como apontam Costa (2011) e Miasaky *et al.* (2006), em apenas cinco estados o programa logrou êxito em fomentar a implantação de programas estaduais de Design: Rio Grande do Sul, Bahia, São Paulo, Paraíba e Rio de Janeiro. Neste contexto, foi criado em 1998 no Rio Grande do Sul o Programa Gaúcho de Design (PGD) (ver figura 4), fruto do esforço de seu idealizador e depois coordenador do programa, o designer Manlio Gobbi, junto à Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (FIERGS). Conforme Gobbi (2008), o programa tinha como objetivo a divulgação e a promoção do Design com a proposta de “multiplicar as ações de Design para facilitar a vida das empresas” (GOBBI, 2008, p. 45).

Figura 4: Marca do PGD.
Fonte: PGD (1999).



Manlio Gobbi na época da constituição do PGD era um reconhecido designer de mobiliário no contexto local, pioneiro na introdução da prática do Design na indústria moveleira gaúcha, destacando-se na produção de móveis para escritórios e tendo trabalhado em várias empresas do setor (CURTIS; COSSIO, 2011). Como revela o próprio Gobbi (2008), desde a década de 1970 buscou sensibilizar o Rio Grande do Sul para a necessidade da construção de políticas para o fomento do Design. Ele relata uma audiência com o então governador Euclides Triches (1971-1975) e o presidente do Banco do Rio Grande, Roberto Bier da Silva (1971-1973), para discussões sobre o tema. Nesta época, ele lembra ter obtido algum sucesso na promoção do Design de mobiliário, levando secretarias de estado e outras instituições públicas, como Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul) e o Instituto de Previdência do Estado do Rio Grande do Sul (IPE), a adotarem em suas agências o mobiliário de viés moderno projetado no RS.

Desempenhando desde 1977 a função de diretor na FIERGS e colaborando com outras instituições, como o Sindicato da Indústria de Marcenaria do Rio Grande do Sul, Gobbi (2008) se consolidou, deste modo, como uma figura de destaque na conscientização sobre a relevância do Design na indústria gaúcha. Na FIERGS, ele ressalta duas iniciativas anteriores

ao PGD que evidenciam o compromisso da instituição em impulsionar o Design. Em 1981 foi realizado o Seminário de Desenho Industrial do Rio Grande do Sul intitulado “Design: uma nova opção profissional”, o qual contou com a participação de Gui Bonsiepe, Alessandro Ventura e Joice Leal. Na mesma época foi criado o projeto Pró-Design, que propiciou a oferta de cursos, ministrados pelo SENAI, destinados à formação de “auxiliares de projetos de produtos industriais”. Os “auxiliares” seriam um apoio ao designer no nível do “chão de fábrica”, conforme idealizado por Gobbi (2008), motivado por suas reflexões quanto à dificuldade na comunicação entre os projetistas e os executores responsáveis pelas linhas de produção nas fábricas gaúchas. O sucesso do Pró-Design levou o programa a ser replicado em quatro estados: Paraíba, Ceará, Pará e Paraná (GOBBI, 2008). Além dessas ações, ele destaca outras iniciativas que contribuíram para o amadurecimento do Programa Gaúcho de Design (PGD), como a criação da Comissão para o Desenvolvimento do Desenho Industrial e a Coordenadoria de Apoio Tecnológico (GOBBI, 2008).

A fundação do PGD ocorreu durante a presidência de Dagoberto Lima Godoy na FIERGS, com base nas diretrizes estabelecidas pelo Programa Brasileiro de Design (PBD). De acordo com as atas de reunião do PGD (1999b), ao lado da própria FIERGS outras instituições desempenharam papéis importantes nas discussões, incluindo ApDesign, UFRGS, ULBRA, Faculdade Ritter dos Reis, Universidade Caxias do Sul (UCS), SENAI-RS E SEBRAE-RS. Além disso, o PGD contou com o apoio do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo (MDICT), que naquele período estava encarregado da supervisão do PBD em nível federal. Conforme mencionado por Gobbi (2008), em determinado momento o PGD se destacou como o programa estadual de Design mais consolidado e atuante

em todo o país, um reconhecimento que foi expresso pela coordenadora do PBD da época, Fernanda Messias (2001-2012). Sua visita a Porto Alegre em 2002 fortaleceu ainda mais a colaboração entre os dois programas.

Conforme registram as atas de reuniões do programa, e comentado pelo próprio Gobbi (2008), o PGD realizou um amplo conjunto de atividades, cujo escopo, utilizando-se do modelo de Raulik-Murphy (2010), recaiu em sua maioria nas dimensões de Promoção e de Educação em Design. Entre as atividades de Promoção do Design, é possível citar o apoio à exposição de produtos e projetos de Design gaúchos em mostras e feiras internacionais. Indica-se, por exemplo, em ata de julho de 1999, a seleção de trabalho oriundo do Núcleo de Design e Seleção de Materiais (NDSM) vinculado à UFRGS e parceiro do programa para participar no Fórum “Design Management” (PGD, 1999c). Outros exemplos de Promoção do Design podem ser acrescentados, como a menção, registrada em ata do mesmo ano, à veiculação de propaganda do PGD na cidade de Caxias do Sul, tendo alguns empresários locais contactado com sucesso o programa em busca de informações sobre profissionais de Design.

Dornelles (2023) cita que, neste período, acompanhou a comitiva à feira internacional de joias e pedras na cidade de Tucson, nos Estados Unidos, no contexto de implementação do Projeto “Pedras Gaúchas” com recursos financiados pelo Instituto Brasileiro de Gemas e Joias, SEBRAE e pelo Governo do Estado. A ação tinha como intuito reunir informações do setor para incrementá-lo. O projeto visava posteriormente “à qualificação do produto gaúcho através da criação de oficinas de projeto de joias”. Ficou registrado na ata da reunião a visita de Manlio Gobbi à Feira de Móveis de Milão com objetivos semelhantes ao citado

por Dornelles (2023), o que sugere que visitas de atualização e prospecção de setores intensivos em Design no contexto internacional, visitas técnicas e missões no exterior eram práticas correntes utilizadas pelo PGD.

Outra ação de promoção do Design, aludida por Gobbi (2008), e mencionada em ata do programa (1999), trata da intenção, nascida nas discussões do PGD, de se criar uma Bienal de Design do Mercosul, a ser desenvolvida pela FIERGS. Embora a proposta original não tenha sido materializada, Gobbi (2008) assevera que tais discussões foram fundamentais para, com o apoio do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), por intermédio de Fernando Mattos, futuro diretor executivo da iniciativa e que havia participado das discussões dentro do PGD, construir uma nova fase da Bienal Brasileira de Design, enfim realizada em 2006 e atualmente sem edições desde 2015 (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS, 2015).

Quanto ao componente de Educação em Design, há registro em plano de ação anexo à ata da reunião de março 1999 da condução, pelo PGD, de cursos de curta duração em parceria com a PUC-RS, UFPEL e UFRGS, além de palestras, seminários e workshops (PGD, 1999a). Há ainda registrada a encomenda de estudos, em parceria com universidades e com centros de pesquisas, sobre o mapeamento do mercado de Design no RS e a inserção do tema nas indústrias gaúchas, como meio de complementar outras pesquisas econômicas relacionadas com a indústria riograndense (PGD, 1999b).

As atividades desenvolvidas pelo PGD, tanto no âmbito de Promoção como no de Educação em Design, como explicita Gobbi (2008), estavam intimamente ligadas ao tema da inovação e da competitividade. Gobbi (2008) escreve, por exemplo,

que o impulso dos dirigentes da FIERGS para a criação do PGD foi uma forma de “empunhar a bandeira da inovação como uma de suas metas prioritárias” (GOBBI, 2008, p. 44). Desta maneira, percebe-se um viés claro das ações do programa num sentido de política industrial, buscando reforçar, dentro da indústria, temas como o da Inovação, o apelo à exportação e o aumento da competitividade da indústria gaúcha.

Dornelles (2023) destaca que, em determinado momento, Manlio Gobbi ocupava uma posição singular como o único designer atuante dentro da FIERGS, a ponto de o Programa Gaúcho de Design (PGD) estar intimamente ligado à sua pessoa. Essa estreita associação resultou em certa limitação na sua atuação, gerando uma espécie de “engessamento” do programa. Posteriormente, o PGD foi descontinuado sem que fosse conduzida uma análise detalhada de seus resultados, o que dificultou a utilização das experiências do programa como insumo para o desenvolvimento de políticas subsequentes.

Apesar dessas limitações, fica evidente, com base no relato, que o PGD representou uma iniciativa pioneira e relevante no contexto das políticas para o Design no Rio Grande do Sul, atuando pela maior inserção da prática na indústria gaúcha. O programa esteve alinhado com a perspectiva de utilizar o design para aprimorar a competitividade da indústria regional por meio da inovação, em consonância com a abordagem adotada pelo Programa Brasileiro de Design (PBD) e com políticas de design observadas em outros países. O discurso prioritariamente industrial do programa, contudo, associado unilateralmente a políticas fabris e comerciais, dificultava, nesta fase, o influxo de ideias mais contemporâneas nas discussões de políticas para o Design, desconsiderando, por exemplo, a prática como uma opção de desenvolvimento social e apto a gerar mecanismos de inovação social.

Rede Gaúcha de Design (RGD)

Alguns anos após a criação do PGD junto à FIERGS, em 2002, foi constituída outra entidade no âmbito das políticas de Design no RS: a Rede Gaúcha de Design (RGD) (ver figura 5). Como esclarecem Dornelles (2023) e Andrade (2023), o primeiro coordenador do Núcleo de Inovação e Design em joias e pedras e, o último, gestor da iniciativa, a RGD foi criada com o incentivo do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e nascida do aglutinamento e colaboração de vários atores sob liderança da Associação dos Profissionais de Design do Rio Grande do Sul (ApDesign).



Figura 5: Marca da RGD.
Fonte: (REDE GAÚCHA DE DESIGN, 2005).

Com efeito, o SEBRAE liberou, naquele período, um edital público do programa Via Design, cujo objetivo era selecionar “propostas de criação, consolidação e fortalecimento de uma rede SEBRAE de Design, com unidades em todos os estados da federação e no Distrito federal” (SEBRAE, 2002, p. 2). Isso possibilitaria prestar apoio às micro e pequenas empresas (MPE), além de levá-las a “descobrir, valorizar e utilizar o Design como estratégia para a geração de produtos com qualidade compatível com as expectativas do consumidor, segundo padrões internacionais de competitividade

(SEBRAE, 2002, p. 2). O valor destinado à iniciativa foi de R\$ 19.000.000,00, o que a colocava, à época, como um dos maiores programas de suporte na área até então editados no Brasil. Até 2007, como relata Miasaky *et al.* (2006), o programa fomentou a criação de 15 Centros de Design e 85 Núcleos de Design no Brasil, todos direcionados para a promoção do Design e ao suporte das MPES em todo o território nacional.

O Programa Via Design previu financiar e auxiliar tecnicamente a criação de três tipos de entidades de apoio ao Design: Centros de Design, Núcleos de Inovação e Design e Oficinas de Design. Além disso, o edital determinou uma modalidade de Núcleo de Inovação e Design voltada especificamente à promoção do artesanato, bem como possibilitou a formação de um projeto integrado, englobando um Centro de Design para coordenar simultaneamente vários núcleos e oficinas multitemáticas (SEBRAE, 2002). O quadro abaixo apresenta a definição de cada uma das entidades mencionadas:

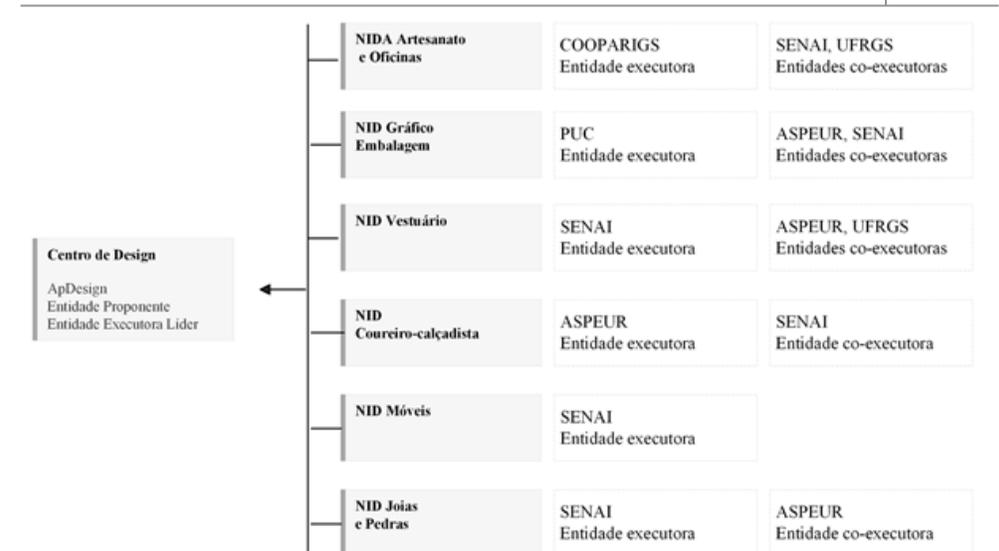
Quadro 1: Definição das Entidade abrangidas no Edital Via Design. Fonte: autor, adaptado de SEBRAE, 2002.

Tipo de Entidade	Definição
Centro de Design	Entidade (...) que tem como missão promover e articular atividades de Design num estado, com visibilidade local, regional, nacional e internacional, seguindo os modelos inicialmente adotados por países mais industrializados, tais como Inglaterra, Alemanha, Holanda, Dinamarca, Suécia e Espanha.
Núcleo de Inovação e Design	Entidade (...) voltada à disseminação das práticas do Design, com atividades concentradas nos vários setores produtivos potenciais ou existentes e prioritários para o desenvolvimento do estado
Oficina de Design para o Artesanato	Unidade operacional exclusiva de um núcleo de inovação e Design voltada ao artesanato. Trata-se de uma iniciativa experimental dedicada ao atendimento de polos de artesanato identificados no estado.

A RGD foi concebida obedecendo aos parâmetros definidos pelo SEBRAE (2002) como um projeto integrado (ANDRADE, 2023),

reunindo numa associação um centro de Design e seis núcleos de Inovação e Design e mais cinco Oficinas de Artesanato. Os núcleos foram os seguintes: artesanato, vestuário (confecção/têxtil), coureiro-calçadista, gráfico-embalagem, móveis, joias e pedras. O primeiro desses núcleos contava com oficinas de couro, têxtil, de cerâmica, de fibras e de materiais inusitados (REDE GAÚCHA DE DESIGN, 2002). A criação da entidade foi coordenada pela ApDesign, que assumiu a responsabilidade de facilitar a interação entre as diversas instituições parceiras envolvidas na iniciativa. Entre essas instituições destacam-se a Cooperativa de Artesãos do Rio Grande do Sul (COOPARIGS), a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), a Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo (ASPEUR) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Rio Grande do Sul (SENAI-RS). Cada uma dessas entidades teve suas atribuições e responsabilidades definidas e distribuídas conforme ilustrado na figura abaixo.

Figura 6: Relação das Entidades da RGD. Fonte: (REDE GAÚCHA DE DESIGN, 2002).



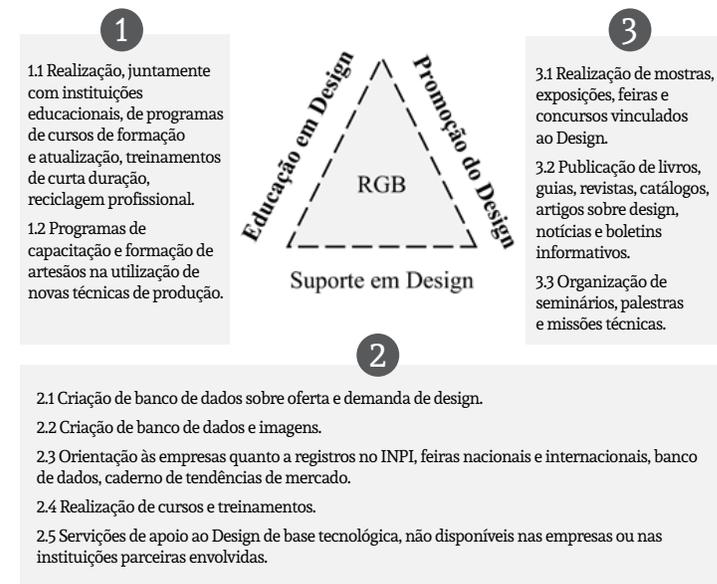
A escolha das áreas de atuação de cada Núcleo de Design, como informa Andrade (2023) e o próprio projeto da RGD (2002), foi feita em função da importância dos setores elencados para a economia do Rio Grande do Sul, bem como seus respectivos potenciais de crescimento no estado, mais a capacidade dos atores parceiros em atuar efetivamente como suporte nos segmentos selecionados. Exemplificando este último ponto, no Núcleo de Artesanato a presença da COOPARIGS e da UFRGS, por meio do Laboratório de Seleção de Materiais, viabilizou o alcance dos objetivos do segmento, assim como a presença do Centro Universitário Feevale, por intermédio do Laboratório de Moda, foi importante para possibilitar as atividades do Núcleo de Vestuário (ANDRADE, 2023).

Andrade (2023) e Dornelles (2023) informam que, durante o período de funcionamento da rede, outras instituições tornaram-se parceiras da iniciativa, como a Faculdade Ritter dos Reis e do PGD, este último, como aponta Gobbi (2008), tendo inclusive cedido o seu próprio planejamento estratégico nos estágios iniciais da entidade. Como esclarece Andrade (2023), a atuação dos colaboradores, seja enquanto instituições ou como entusiastas do tema, mostrou-se fundamental para o desenvolvimento dos trabalhos, uma vez que os recursos financeiros disponibilizados pelo SEBRAE não supriam integralmente as necessidades da iniciativa e, com o tempo, passaram a escassear.

Os objetivos da RGD eram variados e divididos entre objetivos gerais, específicos e de longo prazo. De forma sintética, a RGD buscou tornar a economia do Rio Grande do Sul mais competitiva por meio da prática do Design, com especial atenção às micro e pequenas empresas, coletando e disponibilizando informações na forma de painéis de tendência, bancos de imagem e de dados sobre o setor. Procurou também atuar

no suporte direto ao empresariado e às MPES no desenvolvimento de produtos com valor agregado pelo Design, ressaltando a melhora de funcionalidades, o apuro estético e a valorização da identidade regional. Ainda buscava sensibilizar os empresários sobre a importância do tema, além de capacitar e multiplicar profissionais de Design, equilibrando oferta e demanda no mercado regional (REDE GAÚCHA DE DESIGN, 2002).

As atividades desenvolvidas pela rede foram inicialmente discriminadas em edital pelo SEBRAE. Conforme Andrade (2023), foram cumpridas integralmente durante o período de funcionamento da entidade. O quadro abaixo apresenta um resumo utilizando a classificação proposta por Raulik-Murphy (2010) das atividades realizadas pela RGD, como apresentada originalmente pelo SEBRAE (2002) durante sua permanência como política de Design no Rio Grande do Sul.



Quadro 2: Atividades da RGD, conforme Edital Via Design. Fonte: Autor, adaptado de SEBRAE (2002).

Ressalta-se que, além dessas, o edital indicava a necessidade da realização de atividades de articulação e formação de alianças, fomentando a construção de uma rede de atores ligados ao desenvolvimento do Design no Estado.

Dessas atividades, Andrade (2023) destaca que foram feitas muitas visitas a instituições, reuniões de empresários e eventos para realizar a apresentação do projeto no Rio Grande do Sul e em outros estados, o que parece indicar que a organização de eventos, palestras e seminários era um dos principais mecanismos utilizados pela RGD para o cumprimento dos seus objetivos. Andrade (2023) comenta que esses eventos tinham boa aderência do público e, em alguns casos, eram bem disputados, a exemplo do evento organizado pela rede com a presença da equipe de designers da Nokia, empresa que era referência em inovação, cujo público atingiu quase 10.000 pessoas, entre profissionais da área e empresários locais.

Nessa linha de atuação, a RGD organizou o programa Circuito Gaúcho de Design (CGD), que objetivou realizar visitas a microempreendedores e a empresários espalhados pelo interior do Estado. Como informa Dornelles (2023), o circuito funcionava assim: um grupo de empresários solicitava a palestra à RGD, geralmente por intermédio de alguma associação de empresários ou outra instituição, como os balcões do SEBRAE espalhados pelo estado, e a RGD levava um conjunto de palestrantes, além de materiais de divulgação já produzidos, para aquela região interessada. O intuito era, com uma linguagem simples, mostrar ao pequeno empreendedor a importância do Design para a inserção dos seus produtos no mercado. Em meados de 2005 o CGD havia atingido 700 empresários em 13 municípios do RS (REDE GAÚCHA DE DESIGN, 2005b).

Andrade (2023) lembra outras duas ações importantes realizadas pela RGD: a criação de uma revista de promoção

do Design, nomeada design.rs, e a instituição do 1º Prêmio Design.rs. A primeira ação foi a publicação de uma revista de distribuição gratuita e periodicidade semestral (ver figura 7a) que visou “conscientizar as empresas, em especial as de micro e pequeno portes, para a importância do Design como diferencial” (REDE GAÚCHA DE DESIGN, 2005a, p. 28). A segunda iniciativa, por meio de um prêmio de Design (ver figura 7b), voltava-se à valorização das empresas que utilizavam o Design como ferramenta estratégica, para disseminar a prática entre o empresariado. O prêmio era dividido em três categorias: indústria, comércio e serviço e procedeu por meio da avaliação de todo o processo de desenvolvimento do produto inscrito por cada empresa (TREIN, 2015).

Figura 7: (a) revistas design.rs, editadas pela RGD; (b) 1º prêmio design.rs, organizado pela RGD. Fonte: (REDE GAÚCHA DE DESIGN, 2005).



Quanto às atividades de suporte às empresas realizadas pela RGD, Dornelles (2023) relata que aos Núcleos de Inovação e Design, em conjunto com as entidades parceiras mais o SEBRAE-RS, cabia o trabalho de prospecção de empresas com potencial de se beneficiarem do Design nos segmentos priorizados pelo programa. A preferência era pelas MPES, conforme vocação do SEBRAE como patrocinador do projeto.

Após identificadas, as empresas recebiam os consultores, incluindo designers, para desenvolvimento de um produto ou coleção de produtos. Esses produtos poderiam, em seguida, ser comercializados pelas empresas beneficiadas. O objetivo era permitir que os empreendedores com menos recursos e capitais pudessem se beneficiar e notar as vantagens do uso do Design em seus processos de construção de valor.

As oficinas de artesanato também se constituíam um importante eixo de atuação da RGD, oferecendo suporte e treinamentos aos artesãos gaúchos, com forte participação da COOPARIGS, em um esforço de tornar a produção de artesanato do RS mais competitiva no mercado nacional e de exportação. Como avalia Dornelles (2023), as Oficinas de Artesanato eram as iniciativas que melhor funcionam no escopo de trabalho da rede, permitindo realizar uma reciclagem dos artesãos e incentivar o ciclo de inovação no setor.

Assim como o PGD, a RGD teve suas atividades encerradas sem realizar uma avaliação rigorosa dos seus resultados. Como explica Andrade (2023), embora houvesse no edital a exigência de construí-la sob um modelo de negócios autosustentável, e durante sua existência essa discussão tenha sempre interessado seu corpo diretor, sem o financiamento direto de entidades mantenedoras, como o SEBRAE, a RGD não possuía condições financeiras de se manter ativa. Após mudança da política de investimentos do SEBRAE e o fim do financiamento direto por meio do programa Via Design, a RGD foi, portanto, encerrada.

Andrade (2023) e Dornelles (2023) identificam desafios significativos que dificultaram, em parte, o alcance dos objetivos da RGD. Andrade (2023) nota que as ações da rede eram frequentemente apropriadas por empresas já familiarizadas com os benefícios do Design, como meio de obter

consultoria subsidiada, o que se somava à aderência limitada das empresas sem experiência em Design, o que pode ter comprometido a eficácia da iniciativa em atingir seu público-alvo primário. Dornelles (2023) acrescenta que, nas consultorias, era comum que as equipes de Design contratadas não considerassem adequadamente os requisitos financeiros dos projetos, resultando em soluções de Design que não eram economicamente viáveis para as empresas atendidas.

Fica claro, porém, que a RGD representou uma promissora iniciativa no âmbito das políticas de design no Rio Grande do Sul. Apesar dos desafios identificados, a rede contribuiu para promover a importância do Design como estratégia para a competitividade das empresas por intermédio da inovação. Complementando o trabalho do PGD, a RGD propôs um maior direcionamento às MPES, as quais tradicionalmente têm maior dificuldade de acesso ao Design, além de construir um sistema de apoio mais robusto, incluindo o suporte direto às empresas, aliada à coordenação de uma rede de parceiros numa agenda conjunta de promoção do Design no RS.

Considerações Finais

Como argumenta Miasaky *et al.* (2006), em fins do século XX e início do século XXI, o PBD e o programa Via Design do SEBRAE eram as duas principais iniciativas irradiadoras do Design no Brasil. Com este cenário em vista, é possível argumentar que o Rio Grande do Sul conseguiu se beneficiar de ambas, instituindo um programa estadual de Design, o PGD, além de ter conseguido implantar, via financiamento do SEBRAE, um centro e seis núcleos de Design no Estado, formando a RGD.

Referenciando o modelo proposto por Heskett (2001, *apud* GOMES; ARAÚJO, 2016a) e aperfeiçoado por outros autores,

as políticas de Design do PGD e da RGD estão inseridas num contexto de políticas descentralizadas, as quais, a partir das diretrizes gerais do PBD, múltiplos atores, em diferentes níveis institucionais, atuaram visando fomentar o Design na cadeia produtiva do estado. Cabe destacar a presença de algumas instituições em ambos os projetos, a exemplo da ApDesign e do SEBRAE, o que indica um compromisso sustentado com o avanço das Políticas de Design no RS por parte das entidades.

A ausência de avaliações formais dos programas em questão, tanto do PGD como da rede, é uma lacuna significativa no trabalho realizado, uma vez que a falta de dados quantitativos e qualitativos impede determinar com precisão até onde esses programas atingiram seus objetivos. Vale ressaltar que, no contexto da descontinuidade recorrente das políticas públicas no Brasil, o encerramento dessas iniciativas evidencia a falta de uma estratégia de longo prazo e uma visão abrangente de fomento ao Design, resultando, em muitos casos, em uma série de ações desarticuladas e, por conta disso, ineficazes.

Para avançar na compreensão das Políticas de Design no contexto brasileiro e criar políticas mais eficazes, é essencial realizar pesquisas mais aprofundadas. Ressalta-se que se obteve, neste trabalho, acesso às atas de reunião do PGD apenas para o ano 1999, por meio de Dornelles (2023), o qual foi participante das reuniões. Seria vantajoso reunir, além de atas do PGD dos anos restantes, mais documentos e informações relacionadas tanto ao PGD como a RGD, na forma de relatórios, avaliações e dados sobre o impacto das ações no setor de Design e na indústria. Seria igualmente relevante realizar entrevistas com outros atores envolvidos nos programas, como gestores, designers e representantes

de instituições de ensino e indústria. Essas entrevistas podem proporcionar uma visão mais ampla sobre as iniciativas e suas implicações.

Salienta-se ainda a importância das abordagens de Micro-História e história oral para a construção do trabalho. A ausência de registros das políticas de Design no Brasil, ligada à falta de maiores estudos acadêmicos no tema, prejudica a análise das ações e das iniciativas produzidas por programas e projetos de fomento ao Design, o que torna a história oral um instrumento de resgate e registro dessas informações, permitindo acessar e compilar a experiência dos atores que concretizaram essas ações.

Apesar das limitações citadas, percebe-se que as duas iniciativas estudadas fizeram um importante trabalho de apoio ao Design, reunindo ações de promoção, educação e, no caso da RGD, suporte direto às empresas. Embora tenham sido descontinuados, servem como referência para refletir sobre o potencial do Design como agente de mudança e inovação no contexto da indústria. É fundamental aprender com suas experiências, identificar o que funcionou e o que não funcionou, e utilizar essas lições para orientar futuras políticas e iniciativas relacionadas ao Design no Brasil.

Referências

ALPAY ER, H. **Does Design Policy Matter?:** The Case of Turkey in a Conceptual Framework. In: World Design Forum, 2002, Anais [...]. Seongnam, Design Policy and Global Network. 2002. p. 160-191.

BARROS, José D. Sobre a feitura da Micro-História.

Revista Opsis. Goiás: Unidade Acadêmica Especial de História e Ciências Sociais da Universidade Federal de Goiás/Regional

Catalão, v.7, n.9, p. 167–185, julho–dezembro, 2007.

COSTA, Maria I. **Política de Design para o Fomento da Inovação na Cadeia de Valor Têxtil/Confecção de Moda de Santa Catarina**. 2011. Tese (Doutorado em Design) – Programa de Pós-graduação em Design PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2011.

CURTIS, Maria do Carmo.; COSSIO, Gustavo. **Manlio Gobbi, um pioneiro do mobiliário no Rio Grande do Sul // Manlio Gobbi, a pioneer in furniture design in Rio Grande do Sul**. In: Desenhando o Futuro, 1o Congresso Nacional de Design, 2011, Senai Cetemo, Bento Gonçalves. 2011.

FERREIRA, Eliza. **O Design como Estratégia de Inovação para a Competitividade e Sustentabilidade de Países, Empresas e Comunidades: O Caso Ipameri – GO**. 2006. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) — Universidade de Brasília, Brasília - DF, 2006.

GOBBI, Manlio. **Designare, um sonhar acordado**. In: BOZZETTI, N.; BASTOS, R. (org.). Pensando Design 2. Porto Alegre: Ed. Uniritter, 2008. pp.14-49.

GOMES, Daniel D.; ARAÚJO, Kátia M. de. **Fundamentos teóricos das políticas e programas de Design**. In: 12o Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2016a, Belo Horizonte: Blucher Design Proceedings, 2016a. v. 2, p. 254–266.

GOMES, Daniel D.; ARAÚJO, Kátia M. de. **Linha do tempo das políticas de Design: das grandes exposições às políticas internacionais integradas**. In: 12o Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. 2016b, Belo Horizonte: UEMG, Blucher

Design Proceedings, 2016b v. 2, p. 267–278.

KUMAR, Vijay. **A process for practicing design innovation**. Journal of Business Strategy, v. 30, n. 2/3, p. 91–100, 1 jan. 2009.

MIASAKY, D.; POUGY, G.; SAAVEDRA, J. **Panorama das Ações de Design no Brasil: Relatório preparado por solicitação da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial - ABDI**. Curitiba: Centro de Design Paraná, set. 2006.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS. **Bienal Brasileira de Design**. 2015. Disponível em: <http://mdic.gov.br/index.php/comercio-externo/exportacao/cotas-de-exportacao/105-assuntos/competitividade-industrial/538-bienal-brasileira-de-design>. Acesso em: 13 out. 2023.

PATROCINIO, Gabriel T. Do. **The impact of European design policies and their implications on the development of a framework to support future Brazilian design policies**. 2013. Tese — Cranfield University, Bedfordshire, England, 2013.

PBD. **Programa Brasileiro de Design: Documento Básico**. Brasília - DF: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, 1997. Programa Brasileiro de Design: Documento Básico. Brasília - DF: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, 1997.

PGD Programa Gaúcho de Design. **Memória de Reunião**. Porto Alegre: Fiergs, 4 mar. 1999a. (Acervo pessoal de Celso Dornelles, disponibilizado a Neilton Feliciano Costa).

Fiergs. **Programa Gaúcho de Design**. Memória de

Reunião. Porto Alegre: PGD, 6 maio 1999b. (Acervo pessoal de Celso Dornelles, disponibilizado a Neilton Feliciano Costa).

PGD. **Programa Gaúcho de Design**. Memória de Reunião. Porto Alegre: PGD, 15 jul. 1999c. (Acervo pessoal de Celso Dornelles, disponibilizado a Neilton Feliciano Costa).

RAULIK-MURPHY, Gisele. **A comparative analysis of strategies for design promotion in different national contexts**. 2010. Tese — Cardiff Metropolitan University, Cardiff, UK, 2010.

RAULIK-MURPHY, Gisele; CAWOOD, Gavin; LEWIS, Alan. **Design Policy: An Introduction to What Matters**. *Design Management Review*, v. 21, n. 4, p. 52–59, dez. 2010.

REDE GAÚCHA DE DESIGN. **Projeto Integrado**: Centro de Design e Núcleos de Inovação e Design (Artesanato, Coureiro-Calçadista; Gráfico-Embalagem; Joias e Pedras; Móveis). Porto Alegre: RGD, out. 2002.

REDE GAÚCHA DE DESIGN. **Filiar-se à RGD traz benefícios a entidades associadas**. *design.rs*, Porto Alegre, n. 2, p. 28, 2005a.

REDE GAÚCHA DE DESIGN. **RGD circula pelo Rio Grande**. *design.rs*, Porto Alegre, n. 2, p. 30, 2005b.

SEBRAE. **Edital Via Design 01-2002**. Porto Alegre: RGD, 2002. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.cespe.unb.br/concursos/antigos/2002/sebrae/arquivos/ED_2002_SEBRAE_DESIGN_AB_T_I.PDF>. Acesso em 8 out 2023.

TEIXEIRA JÚNIOR, J. R.; MONTANO, P. F.; FALEIROS,

J. P. M.; BASTOS, H. B. **Design estratégico**: inovação, diferenciação, agregação de valor e competitividade. BNDES Setorial, mar. 2012. Disponível em: <http://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/1496>. Acesso em 1º out 2023.

TREIN, C. A. **Ações para difundir o Design**. *design.rs*, Porto Alegre, n. 3, p. 04, 2015.

VERGANTI, R. **Design driven innovation**: changing the rules of competition by radically innovating what things mean. Cambridge: Harvard Business Press, 2009.

Referências das Entrevistas

ANDRADE, Mauricio B. de. 2023. **Depoimento de Mauricio Bernardes de Andrade a Neilton Feliciano da Costa**, em Porto Alegre, em Porto Alegre, em 5 de outubro de 2023.

DORNELLES, Celso, 2023. **Depoimento de Celso Dornelles a Neilton Feliciano da Costa**, em Porto Alegre, em 27 de setembro de 2023.

Como citar este capítulo:

COSTA, Neilton Feliciano; CURTIS, Maria do Carmo Gonçalves. Políticas Públicas de Design no Rio Grande do Sul: O Programa Gaúcho de Design e a Rede Gaúcha de Design. In: BRAGA, Marcos da Costa; CURTIS, Maria do Carmo Gonçalves. **Histórias do Design no Rio Grande do Sul, vol. II**. Porto Alegre: Marcavizual; 2024. p. 77-109.

HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL II

© dos autores – 2024

Projeto Gráfico: Dennis Messa da Silva

Diagramação: Alexandre dos Santos Rossi, Bruna Luz Vieira,
Bruna Moreira Mattos Balestro, Roberto Bastos

Imagem da Capa: Capa Ideal Renner, de Patricia Comunello,
2021. Editado por Bruna Luz Vieira

Revisão: Victor Lourenço

H673 Histórias do Design no Rio Grande do Sul – II /
organizadores Marcos da Costa Braga [e]
Maria do Carmo Gonçalves Curtis. – Pos-
fácio de Fabio Pinto da Silva. Porto Alegre:
Marcavvisual, 2024.

300 p.: il. : 16x21cm.

Inclui Referências.

ISBN 978-65-89263-75-3 (digital)

ISBN 978-65-89263-74-6 (físico)

Este livro é composto por pesquisas desen-
volvidas na disciplina Tópicos Especiais em
Design: História do Design no Brasil, do Pro-
grama de Pós-Graduação em Design da UFRGS.

1. Design – História – Rio Grande do Sul. 2.
Políticas públicas. 3. Sustentabilidade. 4. Identi-
dade visual. 5. Moda. 6. Joias. I. Braga, Marcos da
Costa. II. Curtis, Maria do Carmo Gonçalves.

CDU 745.6

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
(Jaqueline Trombin – Bibliotecária responsável CRB 10/979)



Marcavvisual Editora

www.marcavvisual.com.br

Conselho Editorial

Airton Cattani – Presidente

Doutor em Informática na Educação pela
Universidade Federal do Rio Grande do Sul/Brasil

Adriane Borda Almeida da Silva

Doutora em Filosofia e Ciências da Educação pela
Universidade de Zaragoza/Espanha

Aline Sanches

Doutora em Filosofia pela Universidade Federal de São Carlos/Brasil
e Universidade Denis Diderot Paris VII/França

Celso Carnos Scaletsky

Doutor em Ciências da Arquitetura pelo
Instituto Nacional Politécnico de Lorraine/França

Denise Barcellos Pinheiro Machado

Doutora em Urbanismo pela Universidade de Paris XII/França

Maria de Lourdes Zuquim

Doutora em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo/Brasil