

**PLANO SETORIAL
DESIGN
BRASIL 2026**

SETEMBRO 2014

Diagnóstico Setorial Design Brasil. Brasília/ São Paulo, 2014

Diagnóstico - UNESCO/ Secretaria da Economia Criativa/

Ministério da Cultura/Colegiado de Design

Referências bibliográficas: pp 35-39

ELABORAÇÃO

Ana Beatriz Simon Factum

Bernadete Teixeira

Cecilia Consolo

Cleomar Rocha

Daniela Garrossini

Denise de Castro

Fernanda de Oliveira Martins

Marta Melo

Mauro Pinheiro

Miriam Zanini

Paulo Cardoso

Renata Gamelo

Roselie de Faria Lemos

Ruth Klotzel

Tulio Filho

Wagner Batista

ORGANIZAÇÃO

Jaakko Tammela

Colegiado Setorial de Design no Conselho Nacional de Políticas Culturais 2012- 2014

Adalberto Bogsan
Agostinho Lira
Ana Beatriz Simon Factum
Bernadete Teixeira
Carlo Freitas Carolina
Fujita Cecilia Consolo
Cleomar Rocha
Daniela Garrossini
Denise de Castro
Érico Fileno
Fernanda de Oliveira Martins
João Eduardo Chagas Sobral
Marta Melo
Mauro Pinheiro
Miriam Zanini
Paulo Cardoso
Renata Gamelo
Roselie de Faria Lemos
Ruth Klotzel
Sâmia Batista
Ticiano Arraes
Tulio Filho
Wagner Batista



SUMÁRIO

01 **Apresentação**

02 **Introdução**

03 **Linhas principais a serem trabalhadas no plano setorial**

04 **Eixo 1: Criação, Produção e Desenvolvimento**

05 1.1 Objetivo: Implantar o Fundo Setorial de Design

06 1.2 Objetivo: Estabelecer o Design como área específica de conhecimento junto aos órgãos de fomento à pesquisa CNPQ e CAPES.

08 1.3 Objetivo: Facilitar a aquisição de equipamentos e ferramentas necessários ao exercício da atividade do Design.

09 1.4 Objetivo: Alinhar a formação em Design e a atuação profissional, segundo as demandas e vocações produtivas das regiões.

10 1.5 Objetivo: Fortalecer a contemplação de projetos de Design no nos mecanismos de fomento e incentivo existentes no Sistema do Ministério da Cultura.

12 1.6 Objetivo: Levar ao ensino fundamental a compreensão do papel social e simbólico do Design, particularmente relacionado aos aspectos da sustentabilidade cultural, econômica e ambiental da região.

13 **Eixo 2: Difusão e Acesso à Cultura**

14 2.1 Objetivo: Ampliar a compreensão do Design pela sociedade

16 2.2 Objetivo: Ampliar a produção e distribuição bibliográfica sobre Design

17 2.3 Objetivo: ampliar a inserção e o acesso de informações relevantes sobre o Design no ambiente online.

18 2.4 Objetivo: Fortalecer e estimular o Design como expressão cultural e ferramenta de transformação social

19 2.5 Objetivo: Instituir o Prêmio Nacional de Design

20 Eixo 3: Memória e Diversidade Cultural

21 3.1 Objetivo: Divulgar os mecanismos de registro da produção do Design brasileiro e aumentar o número destes registros.

22 3.2 Objetivo: Promover e proteger a história e a memória do Design Brasileiro.

24 3.3 Objetivo: Fortalecer a pesquisa sobre origens e identidades do Design Brasileiro e sua difusão, para a consolidação e manutenção da memória do Design nacional.

25 Eixo 4: Estrutura e Gestão

26 4.1 Objetivo: Gerar, sistematizar e difundir dados e informações atualizados sobre o Design brasileiro e seus agentes.

27 4.2 Objetivo: Fortalecer a presença de políticas e ações voltadas ao Design nas esferas federais, estaduais e municipais de governo.

APRESENTAÇÃO

Este documento foi construído pelos membros do Colegiado Setorial do Design como insumo à construção do Plano Setorial do Design atendendo às diretrizes do Plano Nacional de Cultura (PNC). O processo de construção deste prognóstico está embasado nos problemas levantados na etapa de diagnóstico, que gerou a definição da justificativa que norteia o conjunto de propostas do Plano de Setorial de Design. Portanto, seu papel é identificar os problemas e estabelecer diretrizes, metas e ações necessárias para a execução e implementação do plano.

INTRODUÇÃO

A inserção do Design no Plano Nacional de Cultura (PNC) e no Sistema Nacional de Cultura (SNIIC) projeta-se no âmbito dos sistemas estaduais e municipais, abrindo novas perspectivas profissionais de contribuição na valorização e divulgação das expressões culturais locais. Dentro do novo paradigma da economia da cultura, particularmente no âmbito da Secretaria da Economia Criativa e da Secretaria de Políticas Culturais (SPC), esta inserção se mostra potencialmente como um importante instrumento de valorização deste aspecto da nossa cultura. Pela sua capacidade de agregar valor a produtos e serviços, além de contribuir à geração de emprego e renda, beneficiando aos envolvidos em diversos níveis com as ações por ela afetadas. A estratégia de incluir o Design no PNC contribui, também, ao desenvolvimento de Capacidade Tecnológica Própria, ao ativar recursos materiais, técnicos e humanos de uma região ou unidade produtiva no desenvolvimento de produtos singulares.

Como processo que envolve simultaneamente diferentes saberes e competências, conceitos e linguagens, ferramentas e métodos; o Design requer uma operação integrada de todos aqueles que se relacionam tanto diretamente com as atividades do processo, como com os efeitos que produz e, potencialmente, pode produzir no contexto onde ele opera.

Nesse sentido, cooperação e integração entre os envolvidos na sua cadeia produtiva viabilizam projetos de melhoria de processos e produtos. Permitindo assim, a identificação de problemas simples e complexos, para os quais encaminha competências ao encontro das melhores práticas.

Considerando a diversidade cultural, a variedade de setores produtivos e instituições de ensino em diferentes regiões do país, que supõem a articulação de diferentes dimensões do conhecimento, o desempenho profissional do Design apoia-se na sua capacidade de pensar o mundo ao redor e encontrar as melhores soluções para os seus problemas. Nessa perspectiva, este requer múltiplas capacidades, habilidades e competências e também percepções diferentes, adquiridas e desenvolvidas nos diferentes níveis de construção do conhecimento, em uma relação dialética entre o conhecimento tácito e o conhecimento científico.

LINHAS PRINCIPAIS A SEREM TRABALHADAS NO PLANO SETORIAL

Prioritariamente é importante integrar o Design às políticas existentes, como, por exemplo, ações sociais, ambientais e econômicas.

É também, de suma importância, aproximar o Design das produções regionais em menor escala, como forma de contribuir para a qualificação dos produtos e ampliar as oportunidades de comercialização do artesanato brasileiro.

Outra questão relevante é a situação legal e fiscal do profissional. A profissão do Designer não é regulamentada e sofre restrições com as regulamentações de outras profissões, que estabelecem como suas e exclusivas, as competências e habilidades que também cabem a um profissional de Design. Além disso, tem-se o alto impacto fiscal em suas atividades, não só pela carga tributária, como também pelos custos de equipamentos e programas (software) necessários a sua atuação.

Apesar de o Design estar mundialmente inserido em projetos de desenvolvimento local, ainda é incipiente no Brasil a consciência do papel social do Design no desenvolvimento local e não existem oportunidades que colaborem para sua participação nestes processos.

Para finalizar, apesar da reconhecida qualidade da participação do Design brasileiro em eventos nacionais e internacionais, não existe no Brasil a preocupação com história e memória do local. Não existe uma instituição voltada prioritariamente para a salvaguarda e disseminação da memória do Design, passado e presente.

Também se apresenta como grande problema a escassa sinergia entre a academia, o profissional atuante e a sociedade, fazendo com que o potencial do Design como ferramenta de transformação social fique renegado.

EIXO 1: CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E DESENVOLVIMENTO

O exercício do Design no Brasil encontra diversas dificuldades. Uma delas se refere aos elevados custos devido ao preço de maquinário e softwares para desenvolvimento de projetos. O preço final de computadores, por exemplo, chega a contar com taxa de 73% de impostos. Outro fator é a baixa penetração do Design, como disciplina específica, em programas de fomento de projetos, bolsas de estudos ou incentivos fiscais. Este cenário cria um campo árduo para o desenvolvimento da profissão no contexto brasileiro atual.

Depois, por conta da sua natureza interdisciplinar e amplitude processual, o Design necessita de soluções específicas de fomento e incentivos. Surgindo, assim, a necessidade de programas específicos que consigam atender, e entender, o amplo espectro da atuação da profissão.

Esta mesma amplitude de atuação é também uma de suas grandes virtudes. Sua maneira de projetar - Entender, Definir, Criar, Prototipar e Testar, serve como base para o processo, não só, de Design, mas também, de inovação nos mais diversos setores. Por isso, incentivar e difundir o seu uso, como disciplina, nos diversos níveis educacionais, não só ampliará o exercício profissional, mas como também ajudará no desenvolvimento do senso crítico e criação de estruturas de raciocínio valiosas para o desenvolvimento da sociedade.

1.1 OBJETIVO: IMPLANTAR O FUNDO SETORIAL DE DESIGN

1.1 Estratégia:

Implantação do Fundo Setorial de Design destinado ao desenvolvimento de toda a cadeia produtiva do Design no Brasil.

1.1 Meta:

Ter até 2021 o Fundo Setorial de Design em funcionamento. (Médio prazo)

1.1 Indicador:

- a) Ter lei e decreto específicos para criação e regulamentação, respectivamente, do fundo sancionados;
- b) Criação e publicação pelo Ministério da Cultura (MinC), das ações orçamentárias (fomento e administração dos recursos) do Fundo Setorial;
- c) Criação do Comitê Gestor e suas diretrizes;
- d) Publicação das diretrizes do Fundo Setorial de Design, criado, pelo Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES);
- e) Alocação de recursos junto ao BNDES.

1.1 Ações:

1 – Elaboração das diretrizes do Fundo Setorial de Design, estabelecendo as atividades associadas (produção, difusão e memória), os instrumentos de fomento e as fontes de recursos para sua composição.

1.2 OBJETIVO:

ESTABELECE O DESIGN COMO ÁREA ESPECÍFICA DE CONHECIMENTO JUNTO AOS ORGÃOS DE FOMENTO À PESQUISA, CNPQ E CAPES.

1.2.a Estratégia:

Requerer junto a CAPES o reconhecimento do Design como área específica do conhecimento, desvinculada da área de Arquitetura.

1.2.a Meta:

Ter até 2018 a área criada na CAPES. (Curto prazo)

1.2.a Indicador:

- a) Ter área de Design, como uma disciplina específica, homologada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), fundação do Ministério da Educação (MEC);
- b) Ter edital de Chamada Pública de Projetos para o Programa Escola de Altos Estudos publicado pela Fundação CAPES/MEC.

1.2.a Ações:

- 1- Articular junto a CAPES que a área seja criada como área específica e que seja identificada;
- 2- Articular junto a CAPES/MEC a indução do Design no Programa Escola de Altos Estudos.

1.2.b Estratégia:

Organizar a área do Design na tabela das áreas do conhecimento do CNPq.

1.2.b Meta:

Ter o seguimento do Design estruturado na tabela de Áreas de Conhecimento do CNPq até 2018. (Curto prazo)

1.2.b Indicador:

- a) Ter uma Comissão Especial de Estudos para a reformulação e proposta de nova tabela, nomeada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) aprovada;

- b) Ter nova tabela de Áreas do Conhecimento, com a reformulação do campo do Design, publicada pelo CNPq;
- c) Ter editais de Chamada Públicas para fomento à pesquisa sobre o Design Brasileiro publicados pelo FINEP.

1.2.b Ações:

- 1- Propor ao CNPq o debate e reformulação da composição do Design na tabela de áreas do conhecimento;
- 2 – Estimular a criação de editais para pesquisa sobre o Design Brasileiro;
- 3 - Articular junto à CNPq a indução de publicações de Design nos programas de fomento pertinentes (Auxílio Editoração AED do CNPq).

1.2.c Estratégia:

Articular a inserção e promover o melhor entendimento do Design no FINEP.

1.2.c Meta:

Ter o seguimento do Design inserido nas atividades de Inovação no FINEP.

1.2.c Indicador:

- a) Ter proposta de Conceitos e potencialidades do Design para Inovação da Comissão Especial de Design na Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) aprovada;
- b) Ter editais de fomento a estudos e projetos em Design lançados pela FINEP nos próximos 3 anos;
- c) Ter editais de Chamada Públicas para fomento à pesquisa sobre o Design Brasileiro publicados pela FINEP.

1.2.c Ações:

- 1- Propor a FINEP a criação de Comissão Especial de Design para conceituação compreensão do Design como agente de Inovação;
- 2 – Estimular a criação de editais para pesquisa sobre o Design Brasileiro;
- 3 - Articular junto à FINEP a inserção do Design nos programas de fomento pertinentes.

1.3 OBJETIVO:

FACILITAR A AQUISIÇÃO DE EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS NECESSÁRIOS AO EXERCÍCIO DO DESIGN

1.3 Estratégia:

Articulação para criação de incentivos e ações de fomento para a aquisição de equipamentos, softwares e ferramentas relacionados ao exercício da atividade do Design.

1.3 Meta:

Obter, em até três anos, uma redução média de 50% nos impostos incidentes sobre os produtos relacionados ao exercício da atividade do Design. (Curto prazo)

1.3 Indicador:

- a) Publicação da Tabela Código da Situação Tributária dos equipamentos e ferramentas relacionadas à atividade do Design, junto a Receita Federal, Ministério da Fazenda;
- b) Valor da redução média dos impostos incidentes nos produtos da Tabela Código.

1.3 Ações:

- 1 – Criar e manter atualizada uma lista de equipamentos, softwares e ferramentas relacionados à atividade do Design;
- 2 - Negociar junto ao Ministério da Fazenda e Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior a redução de impostos e taxas que incidem sobre os itens desta lista
- 3 – Articular junto aos órgãos competentes mecanismos de financiamento para a promoção da cultura do software legal junto as universidades e profissionais.

1.4 OBJETIVO:

ALINHAR A FORMAÇÃO EM DESIGN E A ATUAÇÃO PROFISSIONAL, SEGUNDO AS DEMANDAS E VOCAÇÕES PRODUTIVAS DAS REGIÕES

1.4 Estratégia:

Articulação entre o ensino de Design e os setores e comunidades produtivas da região.

1.4 Meta:

Realizar, em até três anos, 30 ações de fomento à articulação entre instituições de ensino de Design e setores e comunidades produtivas locais, nas cinco macrorregiões brasileiras. (Curto prazo)

1.4 Indicador:

Número de ações de fomento realizados de forma igualitária entre as cinco macrorregiões, sendo seis no Norte, seis no Nordeste, seis no Sul, seis no Sudeste e seis no Centro-Oeste.

1.4 Ações:

- 1 - Articular junto a CAPES/MEC a indução do Design no Programa Escola de Altos Estudos;
- 2 - Incentivar a criação e implantação de incubadoras, núcleos e laboratórios de projetos de Design nas instituições de ensino, em parceria com os setores e comunidades produtivas locais;
- 3 - Lançar editais para fomento a projetos colaborativos entre instituições de ensino de Design e setores e comunidades produtivas locais, nas cinco macrorregiões brasileiras, considerando a aplicação de pesquisas para otimização do setor produtivo, nas várias dimensões do projeto, principalmente articulados com a formação de mestres e doutores e em estágios pós-doutorais.
- 4 – Avaliar ao final de 3 anos as experiências dos projetos executados para a discussão de casos exemplares que poderão ser replicados e disseminados a partir de Editais específicos.

1.5 OBJETIVO:

FORTALECER A CONTEMPLAÇÃO DE PROJETOS DE DESIGN NOS MECANISMOS DE FOMENTO E INCENTIVO NO SISTEMA DO MINISTÉRIO DA CULTURA

1.5 Estratégia:

Estimular a submissão de projetos qualificados de Design nos mecanismos de fomento e incentivo existentes no Sistema do Ministério da Cultura, bem como criar nestes mecanismos linhas específicas para o Design.

1.5 Meta:

Aumentar, em no mínimo 50% ao ano, o número de projetos contemplados relacionados ao Design em mecanismos de fomento e incentivo existentes no Sistema do Ministério da Cultura. (Longo prazo)

1.5 Indicador:

Número de projetos contemplados pelo Fundo Nacional da Cultura (FNC), relacionados ao Design, em relação ao número de 2014.

1.5 Ações:

- 1 - Desenvolver uma campanha de incentivo à participação de Designers em mecanismos de fomento e incentivo, coordenada junto a Instituições de Ensino e Associações representativas do setor (nacionais e regionais);
- 2 - Promover capacitação por meio de oficinas junto às Incubadoras Brasil Criativo e demais programas de formação desenvolvidos pelo Sistema do Ministério da Cultura, com o objetivo de capacitar os Designers para proposição de projetos de Design em mecanismos de fomento e incentivo;
- 3 – Promover a qualificação dos próprios facilitadores dos processos de indução e capacitação dos Designers para participação nos mecanismos de fomento e incentivo;
- 4 – Garantir junto ao Ministério da Cultura a criação linhas específicas para o Design nos mecanismos de fomento e incentivo operados;
- 5 - Garantir recursos específicos para o Design nos editais de fomento e no fundo de cultura do MinC;
- 6 - Estimular e Capacitar os Designers a inscreverem projetos nos editais de cultura nacionais, estaduais e municipais;
- 7 - Inscrição/Realização de projetos de Design autoral nos editais de cultura,

possibilitando a realização de projetos experimentais/autorais que não teriam espaço no mercado.

1.6 OBJETIVO:

LEVAR AO ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO A COMPREENSÃO DO PAPEL SOCIAL E SIMBÓLICO DO DESIGN, PARTICULARMENTE RELACIONADO AOS ASPECTOS DA SUSTENTABILIDADE CULTURAL, ECONÔMICA E AMBIENTAL DA REGIÃO

1.6 Estratégia:

Inserção de conceitos de Design transversais e integrados aos conteúdos curriculares do ensino fundamental e e médio.

1.6 Meta:

Realizar até 2018 pelo menos dez ações em cada estado e no Distrito Federal, cujos métodos possam ser adaptados e replicados. (Curto prazo)

1.6 Indicador:

Número de ações realizadas em cada estado e no Distrito Federal, que englobem o papel social e simbólico do Design em seu escopo.

1.6 Ações:

- 1 - Apoiar oficinas de criação integradas às comunidades produtivas locais;
- 2 - Estimular atividades que favoreçam a percepção da interface do Design com os conteúdos curriculares; com a integração do uso de ferramentas trabalho colaborativo, pensamento estratégico, prototipagem de ideias e produtos, aos currículos atuais
- 3 - Promover a interação escola e equipamentos culturais no desenvolvimento de atividades integradas de arte, Design e artesanato;
- 4 - Estimular a criação de premiações para projetos integrados de Design, arte e artesanato desenvolvidos pelas escolas e relacionados a manifestações culturais das regiões.

EIXO 2:

DIFUSÃO E ACESSO

À CULTURA

O povo brasileiro é conhecido por seu caráter criativo, porém, o Design no Brasil carece de espaços físicos e virtuais para sua memória, o Museu da Casa Brasileira, em São Paulo, é o único espaço totalmente dedicado ao tema hoje.

O Design é reflexo da expressão sobre seu meio, tanto pelas necessidades sociais quanto pelas inovações tecnológicas. Os artefatos que permeiam a sociedade são produto e um reflexo da sua história cultural, política e econômica; ajudando, portanto, a moldar a sociedade e, também, afetando a qualidade de vida das pessoas. Por isso, trabalhar o Design como inspiração de expressão social - retirando o espaço entre o criador, projetista e criação, trará uma maior compreensão a sua natureza e ao uso do Design assim como auxiliará no desenvolvimento expressivo de toda a sociedade.

Além disto, o Design, por sua amplitude de atuação, não conta com uma forma unificada de registro - pois é capaz de atuar na produção de bens materiais e imateriais, assim, parte da produção de Design brasileira demanda registro de acordo com a Lei da Propriedade Industrial e outra parte tem seu registro regido pela Lei da Propriedade Intelectual.

2.1 OBJETIVO:

AMPLIAR A COMPREENSÃO DO DESIGN PELA SOCIEDADE

2.1.a Estratégia:

Uso de equipamentos públicos (bibliotecas, centros culturais, entre outros), CEUs e Pontos de Cultura na formação de público para o Design.

2.1.a.1 Meta:

Alcançar a realização de dez ações, por ano, de difusão de Design, como debates, palestras, oficinas e exposições, em equipamentos públicos, CEUs e Pontos de Cultura, em cada estado e no Distrito Federal. (Longo prazo)

2.1.a.1 Indicador:

Número anual de ações, acima citadas, realizadas em cada estado e no Distrito Federal nos CEUs e Pontos de Cultura apoiados pelo Ministério da Cultura (MinC).

2.1.a.1 Ações:

- 1 - Apropriação dos espaços acima mencionados, de modo a contemplar a realização de cursos e oficinas.
- 2 - Fomentar a circulação de eventos já consolidados no calendário do Design em diferentes regiões, cidades de modo a torná-los itinerantes, especialmente fora das capitais e grandes cidades.
- 3 – Incentivar a adequação dos espaços culturais existentes para que estes atendam aos direitos do cidadão ao Design Universal, ao Decreto Presidencial 5296/2004 e complementado pela NBR 9050/ABNT.

2.1.a.2 Meta:

Mapear 100% dos eventos, em um ano, regulares realizados em cada estado promovidos por centros de Design, associações profissionais e universidades. (Curto prazo)

2.1.a.3 Indicador:

Publicação, por meio do Portal de Design Brasil, da agenda unificada, com atualização mensal.

Número de exposições e de projetos itinerantes de difusão do Design que já existem no país.

Número de editais para adequação de ambientes públicos.

2.1.a.4 Ações:

1 – Integrar os calendários dos eventos de Design em âmbito local, nacional e internacional (semanas de Design, congressos, seminários, exposições, encontros), junto ao Colegiado Setorial de Design, aos Fóruns Setoriais de Design e às Associações do Setor

2.1.b Estratégia:

Fortalecimento da presença de projetos e ações de Design em equipamentos de cultura das instâncias do Sistema Nacional de Cultura, das Federações de Indústria e das entidades do Sistema S.

2.1.b Meta:

Ocupar no mínimo 10% dos equipamentos de cultura das instâncias do Sistema Nacional de Cultura, das Federações de Indústria e das entidades do Sistema S, com projetos e ações de Design, até 2024. (Longo prazo)

2.1.b Indicador:

Número de projetos e ações realizadas em relação ao número de equipamentos de cultura instalados.

2.1.b Ações:

- 1 – Promover seminários para ampliar o entendimento do Design em conjunto com o Colegiado Setorial de Design, os Fóruns Setoriais de Design e as Associações do Setor, nas esferas federais, estaduais e municipais;
- 2 – Desenvolver e produzir cartilha educativa sobre o Design e suas especialidades e distribuir nas instâncias do Sistema Nacional de Cultura, nas Federações de Indústria e nas entidades do Sistema S;
- 3 - Realizar campanhas de sensibilização dos setores governamentais e da sociedade sobre a utilização do Design;
- 4 - Articular junto ao Congresso Nacional a aprovação do Projeto de Lei da Regulamentação da Profissão de Designer.
- 5 – Capacitar os Designers em produção cultural com foco na economia criativa.

2.2 OBJETIVO:

AMPLIAR A PRODUÇÃO BIBLIOGRÁFICA SOBRE O DESIGN

2.2 Estratégia:

Constituir acervos bibliográficos de referência de Design nas bibliotecas públicas (municipais, estaduais e federais).

2.2 Meta:

Aumentar nos próximos cinco anos em 30% o número de publicações sobre Design. (Médio prazo)

2.2 Indicadores:

Número de publicações (livros, trabalhos e artigos) referente ao Desenho Industrial registrados no CNPq, em relação ao número total de 2014.

2.2 Ações:

- 1 – Fomentar publicações sobre Design;
- 2 – Articular junto à Fundação Biblioteca Nacional e ao Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas a inserção do Design como área temática na elaboração do Plano Nacional do Livro e da Leitura e na constituição de acervos.
- 3- Articular junto à Fundação Biblioteca Nacional e CAPES um levantamento das dissertações e teses defendidas nos últimos 20 anos que contenham como palavras-chave: DESIGN, BRASIL, HISTORIA

2.3 OBJETIVO:

AMPLIAR A INSERÇÃO E O ACESSO DE INFORMAÇÃO RELEVANTES SOBRE O DESIGN NO AMBIENTE ONLINE

2.3 Estratégia:

Fomentar os canais digitais de informação já constituídos, e a criação de novos.

2.3 Meta:

Ampliação de 25% no cadastro de usuários das plataformas online indicadas; aumento de 25% no número de acessos nessas plataformas, nos próximos cinco anos; aumento de 25% no número de artigos submetidos às revistas online. (Médio prazo)

2.3 Indicador:

- a) Número de usuários cadastrados, em relação ao número total de usuários em 2014;
- b) Número de acessos, em relação ao número absoluto de acessos de 2014;
- c) Número de artigos, em relação ao número total de artigos publicados online em 2014.

2.3 Ações:

- 1- Mapear os canais digitais existentes;
- 2 - Constituir uma rede de potenciais colaboradores;
- 3 - Divulgar junto ao público e Instituições acadêmicas, Laboratórios e Centros de Pesquisa canais digitais existentes;
- 4 - Estimular o setor acadêmico a publicar a sua produção (teses, dissertações, artigos) os canais digitais existentes.

2.4 OBJETIVO:

FORTALECER E ESTIMULAR O DESIGN COMO FERRAMENTA DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL, TANTO NOS ASPECTOS ECONÔMICOS COMO NA MEDIAÇÃO DAS EXPRESSÕES CULTURAIS

2.4 Estratégia:

Estimular a realização de projetos de Design que contribuam ao desenvolvimento social e econômico local.

2.4 Meta:

Avaliação positiva média de 90% das comunidades envolvidas em relação aos projetos de Design que contribuam ao desenvolvimento social e econômico local, até 2024. (Longo prazo)

2.4 Indicador:

Nota média de acordo com avaliação de satisfação aplicada através de questionário em plataforma digital sobre gestão do Ministério da Cultura (MinC).

2.4 Ações:

- 1 - Estimular a maior percepção do Design em diferentes contextos e seus impactos na sociedade e na economia;
- 2- Estimular a apresentação de projetos de Design que contribuam ao desenvolvimento social e econômico local;
- 3 - Fomentar o desenvolvimento de Editais que contemplem projetos de Design que contribuam ao desenvolvimento social e econômico local.

2.5 OBJETIVO: INSTITUIR O PRÊMIO NACIONAL DE DESIGN

2.5 Estratégia:

Promover, através de premiação nacional, a divulgação da produção acadêmica ligadas ao Design das instituições brasileiras.

2.5 Metas:

Realizar a primeira edição do prêmio em 2018;

Ter 20% dos projetos de graduação dos cursos de Design inscritos no Prêmio;

Ter 20% das dissertações e teses defendidas nos cursos de pós-graduação inscritos no Prêmio;

Ter no mínimo 2.000 inscrições de estudantes.

2.5 Indicador:

Realização da premiação e número de projetos inscritos em relação aos públicos de interesse.

2.5 Ações:

1- Elaborar o projeto do Prêmio;

2- Junto às universidades, estimular a participação de alunos de graduação com seus projetos de conclusão de curso;

3- Estimular a participação de pós-graduandos com suas teses e dissertações;

4- Estimular a participação de profissionais junto às associações representativas do setor;

5- Estabelecer parceria entre MinC e MDIC, envolvendo as entidades ligadas aos setores de Indústria, Comércio e da Economia Criativa para viabilização do Prêmio e facilitarem acesso de estudantes à novas tecnologias empregadas nos setores produtivos.

EIXO 3:

MEMÓRIA E

DIVERSIDADE CULTURAL

Se compararmos a produção acadêmica de Design à produção de Comunicação, duas disciplinas com formação e atuação igualmente amplas, fica explícita a baixa produção intelectual brasileira na primeira área. Desta forma, disseminar o conteúdo intelectual gerado em todo o território nacional é fundamental para a evolução do conhecimento em Design.

Também incentivar o estudo das nossas raízes e diversidade cultural de forma a ilustrar o desenvolvimento de um Design próprio ligado as diferentes expressões regionais autóctones. Valorizando uma expressão legítima nacional já existente.

3.1 OBJETIVO:

DIVULGAR OS MECANISMOS DA PRODUÇÃO DO DESIGN BRASILEIRO E AUMENTAR O NÚMERO DE REGISTROS

3.1 Estratégia:

Estímulo aos registros das produções em Design nos órgãos competentes existentes no país e à discussão sobre seus mecanismos junto às instituições de ensino, associações profissionais e organizacionais.

3.1 Meta:

Aumento de 15% ao ano do número de registros realizados das produções em Design nos órgãos competentes existentes no país. (Longo prazo)

3.1 Indicador:

Número anual de registros das produções em Design junto aos órgãos competentes, a partir de 2017, em relação ao ano anterior da aferição.

3.1 Ações:

- 1 - Difundir o serviço de registro das produções em Design dos órgãos competentes, como a Biblioteca Nacional e o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual;
- 2 – Estimular o registro autoral dos projetos selecionados em mostras, feiras, festivais, bienais e publicações que sejam financiados com recursos públicos;
- 3 – Estimular a participação de agentes do campo do Design nos fóruns de debate sobre os marcos legais acerca do direito autoral e acesso e participação nos fóruns internacionais sobre direito autoral e propriedade intelectual.

3.2 OBJETIVO: PROMOVER E PROTEGER A HISTÓRIA E A MEMÓRIA DO DESIGN BRASILEIRO

3.2.a Estratégia:

Articulação em rede de instituições e entidades dedicadas à preservação, exibição e divulgação de acervos nacionais relacionados ao Design nas cinco regiões do país.

3.2.a Meta:

Constituição de cinco novos acervos físicos e digitais para preservação da produção nacional em Design, sendo um em cada macrorregião do país, em até cinco anos. (Médio prazo)

3.2.a Indicadores:

Criação dos cinco espaços, um em cada uma das cinco macrorregiões, para abrigar os acervos.

3.2.a Ações:

- 1 - Mapear equipamentos públicos e privados com estruturas e equipamentos de conservação compatíveis ao abrigo de acervos de Design;
- 2 – Incentivar a criação de espaços dedicados à preservação, exibição e divulgação de acervos de Design nas macrorregiões brasileiras;
- 3 – Fomentar a adequação técnica e de infraestrutura, bem como capacitação do seu corpo técnico, das instituições que abrigarão acervos de Design que permitam a conservação, preservação e exibição de papéis, objetos, publicações e demais suportes;
- 4 – Fomentar a criação de Pontos de Cultura dedicados ao Design que prevejam ações para preservação da produção nacional de Design;
- 5 – Estimular a divulgação de acervos de Design junto aos programas de cultura do governo federal;
- 6 – Estimular a criação de sistemas de informação digitais de registro de projetos de Design selecionados em prêmios nacionais e internacionais, que se comuniquem com o Sistema Nacional de Informação e Indicadores Culturais (SNIIC).

3.2.b Estratégia:

Criação de mecanismos para democratização do acesso aos acervos e bancos de

dados do Design brasileiro.

3.2.b Meta

Criar uma plataforma de base tecnológica, intitulada Rede de Design Brasileiro, que disponibilizará acervos regionais e nacionais do Design brasileiro até 2020. (Médio prazo)

3.2.b Indicador:

Criação e implementação da rede para cadastros e consulta dos acervos do Design brasileiro.

3.2.b Ações:

- 1 – Mapear os acervos de Design existentes em todos os estados brasileiros e Distrito Federal, por meio dos Observatórios de Economia Criativa e demais iniciativas que possibilitem esse tipo de atividade;
- 2 – Definir os requisitos para conceituação da plataforma em articulação com a Rede Nacional de Ensino e Pesquisa;
- 3 – Articular junto às instituições interessadas o desenvolvimento da plataforma.

3.3 OBJETIVO:

FORTALECER A PESQUISA SOBRE ORIGENS E IDENTIDADES DO DESIGN BRASILEIRO E SUA DIFUSÃO, PARA A CONSOLIDAÇÃO E MANUTENÇÃO DA MEMÓRIA DO DESIGN NACIONAL

3.3 Estratégia:

Incentivar pesquisas sobre origens e identidades do Design Brasileiro em parceria com instituições públicas e privadas.

3.3 Meta:

Publicação de 200 pesquisas sobre origens e identidades do Design Brasileiro até 2020. (Médio prazo)

3.3 Indicador:

Número de pesquisa publicadas no CNPq com a temática sobre origens e identidades do Design Brasileiro

3.3 Ações:

- 1 - Estimular universidades a manterem pesquisas que contemplem a Memória do Design Nacional;
- 2 - Incentivar a salvaguarda da memória produtiva do Design pelas empresas brasileiras produtoras de bens e serviços, como insumo de pesquisas;
- 3 - Incentivar a publicação de pesquisas sobre origens e identidades do Design nacional em português e outros idiomas.

EIXO 4:

ESTRUTURA E GESTÃO

As informações relativas ao ambiente profissional do Design no Brasil encontram-se esparsas e, infelizmente, parecem não revelar o potencial do setor, o que dificulta os reais problemas pra desenhar soluções factíveis e programas de desenvolvimento ao Design. Ter um retrato atual e amplo dos profissionais e seu mercado ajudará na construção de ações que tragam real impacto ao desenvolvimento da atuação profissional e, desta forma, criará uma visão mais estratégica e tática aliando ações das diversas instituições já ativas nas áreas de Design, cultura e economia.

4.1 OBJETIVO:

GERA, SISTEMATIZAR E DIFUNDIR DADOS E INFORMAÇÕES ATUALIZADOS SOBRE O DESIGN BRASILEIRO E SEUS AGENTES

4.1 Estratégia:

Incentivo e fortalecimento à participação do Design e de seus agentes no Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC) por meio de adesão ao Registro Aberto da Cultura (RAC).

4.1 Meta:

Alcançar 10.000 agentes do campo do Design cadastrados no Registro Aberto da Cultura até 2024. (Longo prazo)

4.1 Indicador:

Número de resultados da busca pelos termos taxonômicos relacionados ao campo do Design na base de dados do Registro Aberto da Cultura (RAC).

4.1 Ações:

- 1 - Campanhas de divulgação da plataforma SNIIC junto a profissionais e instituições de ensino, com intuito de aumentar a participação dos Designers de diversos setores;
- 2 - Promover oficinas anuais do RAC para o Setorial de Design, fóruns setoriais, centros de Design, associações representativas do setor e instituições públicas relacionadas ao setor de Design.

4.2 OBJETIVO:

FORTALECER A PRESENÇA DE POLÍTICAS E AÇÕES VOLTADAS AO DESIGN NAS ESFERAS FEDERAIS, ESTADUAIS, E MUNICIPAIS DO GOVERNO

4.2.a Estratégia:

Fortalecer e ampliar a atuação da área por meio da efetiva ação do Programa Brasileiro do Design.

4.2.a Meta:

Participação formal do Ministério da Cultura e do Colegiado Setorial de Design no Comitê Executivo do Programa Brasileiro de Design até 2017. (Curto prazo)

4.2.a Indicador:

Ter, ao menos, um representante do Colegiado Setorial de Design e do Ministério da Cultura como membro do Comitê Executivo do PBD.

4.2.a Ação:

1 – Articular junto aos gestores do Programa Brasileiro de Design a participação formal do Ministério da Cultura e do Colegiado Setorial de Design no Comitê de avaliação de políticas públicas voltadas ao setor.

4.2.b Estratégia:

Garantia de participação institucionalizada do Design em todas as instâncias do Sistema Nacional de Cultura.

4.2.b Meta:

Ter, até 2026, pelo menos um representante do Design nos Conselhos de Cultura dos Estados e Municípios que aderiram ao SNC. (Longo prazo)

4.2.b Indicador:

Número de cadeiras ocupadas por representantes do Design em relação às cadeiras totais do Sistema Nacional de Cultura (SNC) disponíveis.

4.2.b Ações:

1 - Articular junto à Secretaria de Articulação Institucional e às Secretarias de Cultura de Estados e Municípios que aderiram ao SNC, que a composição dos

conselhos preveja um representante do Design;

2 - Estimular e promover a participação de Designers nos espaços de discussão de políticas públicas.

4.2.c Estratégia:

Garantir a inclusão do Design em espaços de fomento à pesquisa e desenvolvimento tecnológico vinculado ao Ministério da Ciência e Tecnologia e Inovação.

4.2. c Meta:

Ter, até 2018, editais de fomento voltados ao desenvolvimento tecnológico que considerem o Design como parte do processo de desenvolvimento tecnológico do Brasil.

4.2.c Indicador:

Ter ao menos 1 edital por ano publicado pelas Fundações de Apoio à Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico que considere à área de conhecimento do Design como prioritária.

4.2.c Ações:

1 - Articular junto às Secretarias de Ciência e Tecnologia Estaduais e Distrital a inclusão do Design como área do conhecimento que esteja vinculada também ao desenvolvimento tecnológico.

2 - Estimular os debates entre os profissionais, academia e a indústria no sentido de aproximar as iniciativas inovadoras.