

Encontro da Indústria com o Design

Climar Lighting, Niepoort Vinhos, Grestel Produtos Cerâmicos S.A. e Larus Design na Universidade de Aveiro

Meeting of Industry with Design

*Climar Lighting, Niepoort Wines, Grestel Ceramic Products and
Larus Design at University of Aveiro*

376

Marlene Ribeiro

ORCID ID 0000-0003-0055-9851
marlenefribeiro@ua.pt
ID+ | Universidade de Aveiro

Francisco Providência

ORCID ID 0000-0002-6411-5267
fprovidencia@ua.pt
ID+ | Universidade de Aveiro

Lígia Afreixo

ORCID ID 0000-0003-4026-7036
ligia.afreixo@ua.pt
ID+ | Universidade de Aveiro

DOI:
10.48528/pbag-9511-28

O Encontro da Indústria com o Design que aqui se expõe, juntou em 2022, na Universidade de Aveiro, industriais e académicos para uma manhã de partilha de boas práticas e desafios na área do Design. As indústrias convidadas, com atividade predominante na região de Aveiro, têm contribuído para a qualificação do produto industrial através do Design em setores de atividade distintos, assim demonstrando a mundividência desta área disciplinar e profissional. A Climar Lighting através do desenho de luz; os vinhos Niepoort na comunicação visual de uma identidade em constante atualização; os produtos cerâmicos da Grestel pela reinvenção tecnológica de processos de conformação e cosedura (grés) que abriu novas possibilidades ao desenho; e ainda o equipamento de mobiliário urbano da Larus Design, empresa que demonstrou resultados consolidados de uma estratégia de gestão vertical do Design na organização, que se apresenta pioneira em Portugal. Como enquadramento da colaboração Universidade – Indústria, através dos projetos de cooperação, a reitoria da Universidade de Aveiro apresentou dados que mostram um crescimento no registo de patentes, partilhadas entre áreas científicas, departamentos, a indústria, e o ID+ Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura, demonstrando a partir de resultados de investigação, um retorno económico do investimento em investigação e em Design, para uma economia baseada no conhecimento e na inovação. Este artigo foca-se, no relato da discussão gerada no Encontro da Indústria com o Design, e apresenta sumariamente o conjunto de ações coordenadas pelo grupo de investigação MADE.PT Laboratório de Design Crítico para o Crescimento e Prosperidade, na comemoração do 25º aniversário da criação da área científica de Design e da formação em Design na Universidade de Aveiro (1996/1997). Tendo sido unanimemente avaliado como fundamental e de grande interesse, é com a ambição de ver continuado, e cada vez mais alargado, este formato de diálogo demonstrativo do valor do Design na economia, que encontramos a pertinência deste artigo. Em conclusão, reconhecemos o imperativo de um esforço conjunto de colaboração entre Universidade e Indústria para garantia da prosperidade social, soberania nacional e europeia.

The Meeting of Industry with Design presented here, gathered in 2022 at the University of Aveiro, industrialists and academics for a morning of sharing good practices and challenges in the area of Design. The industries invited, with predominant activity in the region of Aveiro, have contributed to the qualification of the industrial product through Design in different sectors of activity, thus demonstrating the range of this disciplinary / professional area. Climar Lighting through light design; Niepoort wines in the visual communication of an identity which is constantly being updated; the ceramic products from Grestel for the technological reinvention of forming and seaming processes (stoneware) that opened up new possibilities for design; and the urban

Palavras-chave

Encontro da Indústria com o Design
Design Português
Colaboração Universidade - Indústria
25 anos de Design na Universidade de Aveiro

Keywords

Meeting of Industry with Design
Portuguese Design
University - Industry collaboration
25 years of Design at University of Aveiro

furniture equipment from Larus Design, a company that demonstrated the consolidated results of a vertical design management strategy in the organisation, which is a pioneer in Portugal. As a framework for the University - Industry collaboration, through cooperation projects, the Rectory of the University of Aveiro presented data that show an increase in patent registration, shared between scientific areas/departments and industry, and the ID+ Research Institute in Design, Media and Culture, demonstrated from research results, an economic return on investment in research and Design, for an economy based on knowledge and innovation. This article focuses on the report of the discussion generated in the Meeting of Industry with Design, and briefly presents the set of actions coordinated by the research group MADE.PT Critical Design Lab for Growth and Prosperity at the commemoration of the 25th anniversary of the creation of the scientific area of Design and Design teaching at the University of Aveiro (1996/1997). Having this event been unanimously evaluated as fundamental and of great interest, it is with the ambition of seeing this format of dialogue continuing and increasingly widespread, demonstrating the value of Design in the economy, that we find the relevance of this article. In conclusion, we recognize the imperative of a joint effort of collaboration between University and Industry to guarantee national and European sovereignty. Industry to guarantee national and European sovereignty.

Sobre o Encontro da Indústria com o Design na Universidade de Aveiro

O Design apresenta-se como parceiro das empresas, é nelas que se realiza criativamente, no entanto, constata-se uma certa resistência nesta integração (Danish Design Centre, 2001) que a União Europeia mediu (European Commission, 2016).

378

Com a extinção do Centro Português de Design em 2013, perdeu-se um instrumento público dedicado à promoção do Design em contexto nacional e internacional, um espaço que tem sido ocupado de forma espontânea pelos designers e pelas escolas, que identificam como fundamental e urgente, uma consolidação do Design enquanto área de ensino, investigação e atividade profissional (Borges et al., 2017, 2019, 2021). No ID+ Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura, o grupo MADE.PT Laboratório Crítico para o Crescimento e Prosperidade, apostado em *fazer Portugal pelo Design* (Providência, 2019), centra a sua atividade científica no projeto, aproximando o tecido económico e cultural à academia e à decisão política. Neste contexto, a organização do Encontro da Indústria com o Design, em 2022 na Universidade de Aveiro, veio reforçar esta predisposição de cooperação.

Dando protagonismo discursivo às indústrias convidadas, que aqui se convocam como casos exemplares de integração do Design, foi possível perceber a multiplicidade de domínios de intervenção, desde ambientes (Climar Lighthing), identidade (Niepoort Vinhos), valorização das matérias primas e economia circular (Grestel, produtos cerâmicos) e integração vertical de todos os níveis da organização (Larus Design), assim se posicionando maioritariamente, pela tecnologia (Climar Lighthing e Grestel Produtos Cerâmicos S.A.), autoria (Niepoort Vinhos), ou programa (Larus Design). Os representantes da indústria apresentaram uma seleção de projetos, cujo desenho é argumento de diferenciação e posicionamento no mercado, disponibilizando-se para a partilha de experiências e resposta às questões colocadas pelo público, maioritariamente constituído por estudantes e docentes de Design.

Além do painel da indústria, este encontro contou com o enquadramento institucional pelo Vice-Reitor da Universidade de Aveiro para a cooperação Universidade - Sociedade que apresentou a estratégia de aproximação da academia de Aveiro à indústria (predominantemente da região), e demonstrou a consolidação deste trabalho de sinergia, medido através de projetos e patentes.

Seguiu-se o painel da investigação que, recorrendo à revisão de documentos europeus orientadores para as políticas de Design e investigação, apresentou dados do valor económico do Design, e do retorno da investigação para o setor da indústria (Ribeiro, 2021) e, sobre a realidade da indústria nacional do setor, expôs o mapeamento realizado no âmbito do projeto DesignOBS para um Observatório de Design em Portugal: modelos, instrumentos, representação e estratégia (Borges, Silva, et al., 2022).

O Encontro da Indústria com o Design, integrou o programa paralelo de acolhimento, na Universidade de Aveiro, da itinerância internacional da exposição *From Spain With Design*¹, um projeto da READ Rede Espanhola de Associações de Design² (constituída por 13 associações regionais de Design) que visa a promoção nacional e internacional do Design Espanhol e da capacidade produtiva da indústria espanhola.

Este conjunto de iniciativas aconteceu no ano em que se comemora o 25º aniversário da formação em Design na Universidade de Aveiro (desde o ano letivo de 1996-1997); com o propósito de assinalar a data, foi lançado na conclusão do encontro, o livro *25 formas, 25 anos de pensamento em Design na Universidade de Aveiro*, que reúne o comentário crítico de 18 investigadores do ID+ a 25 formas de Design exibidas (Borges, Sousa, et al., 2022) e que, como refere o diretor do ID+, deve inspirar o caminho que o Design português merece traçar

¹ Mais informação disponível em <https://fswd.es>

² Mais informação disponível em <https://designread.es>

no sentido da sua afirmação, quer junto das empresas e dos públicos nacionais, quer ao nível da sua internacionalização (Branco, 2022).

Integração do Design na Indústria

“Designers operate across the whole economy. They shape the built environment, the digital world and the products and services we use, creating better places, better products, better processes and better performance”
in *The Design Economy 2018* (Design Council, 2018, p. 4)

Vários documentos apontam a necessidade de desenvolver métricas de Design para recolher dados que permitam avaliar o seu impacto económico, assim demonstrando o valor estratégico da sua integração nas organizações (European Commission, 2013; Montréal World Design Summit, 2017).

Com o objetivo de aferir o uso de Design nas empresas, o *Danish Design Centre* desenvolveu o modelo *Design Ladder* (2001) que prevê quatro níveis de utilização:

Degrau 1: Sem Design (o Design não é aplicado sistematicamente);

Degrau 2: Design como atribuição de forma (o Design é usado como acabamento, forma ou estilo em novos produtos);

Degrau 3: Design como processo (o Design é um elemento integrado nos processos de desenvolvimento);

380 **Degrau 4 :** Design como Estratégia (o Design é um elemento estratégico chave no modelo de negócio).

Consultámos o *Innobarometer 2016 – EU business innovation trends* (European Commission, 2016), que apresenta o resultado do inquérito empreendido a uma amostra de mais de catorze mil empresas, incluindo todos os Estados-Membros da União Europeia, a Suíça e os Estados Unidos da América por interesse comparativo. Este relatório, centrado na inovação, identifica o perfil de empresas inovadoras, os problemas de comercialização de bens e serviços inovadores, o apoio público a empresas inovadoras, os planos de investimento futuros e (recorrendo ao Modelo *Design Ladder*), o papel do Design na estratégia da empresa por forma a estabelecer o futuro da inovação e seus impactos.

Identifica-se que na média dos países da União Europeia, 56% das empresas não utiliza Design (degrau 1), 14% recorrem ao Design como atribuição

de forma (degrau 2), percentagem que sobe para 18% nas empresas que integram o Design como processo (degrau 3) e, com menos impacto, o Design como Estratégia (degrau 4) é uma realidade de apenas 12% das empresas.

Colaboração Universidade – Indústria

A colaboração entre Universidade e Indústria de importância inegável, tem-se apresentado como grande desafio. Genericamente, as empresas lucram com recursos humanos altamente qualificados e poderão beneficiar de estruturas de investigação adquirindo acesso a tecnologia e conhecimento. Por sua vez, as universidades beneficiam de financiamento adicional, e acesso à prática da validação no terreno, a equipamento industrial oneroso e a novas receitas provenientes de patentes.

O problema maior é a divergência da noção de *tempo* (indeterminado na universidade e escasso na indústria), que a urgência das respostas ao mercado implicam, e de *cultura*, (opondo-se a da investigação, à das empresas), já que o benefício (financeiro) e conseqüente mobilização dos docentes e investigadores (muitas vezes em regime de exclusividade) é muito diferente da dos empresários para quem os benefícios serão diretamente equacionados. Talvez a Universidade devesse criar novas medidas de incentivo ao trabalho com as empresas, potenciando não só o conhecimento, como os seus resultados sobre a economia, abrindo uma perspectiva de partilha de riqueza com aqueles (investigadores e docentes) que se envolvam nos projetos.

Por outro lado, a complexidade de problemas é também um desafio para a comunicação entre especialistas e gestores. O gestor, a quem cabe a decisão, procura em questões complexas, e por falta de experiência especializada, apoio no conhecimento científico, para uma tomada de decisão informada (e simples). No desenvolvimento de projeto, a participação de equipas de áreas diversas é coordenada pelo gestor de projeto, a quem cabe interpretar o conhecimento a veicular junto da administração. A assimetria de conhecimento é uma realidade. Assim, a classificação de problemas de comunicação entre especialistas e gestores foca-se em cada uma das partes individualmente, na sua interação e ainda em fatores externos determinantes (micropolítica do conhecimento). Eppler (2007) sintetiza a função de cada um destes intervenientes, no desafio da comunicação do conhecimento escrevendo:

A comunicação do conhecimento designa a transferência bem sucedida de saber fazer (por exemplo, realizar uma tarefa), saber porquê (por exemplo,

as relações de causa-efeito de um fenómeno complexo), saber o quê (por exemplo, os resultados de um teste), e saber quem (por exemplo, as experiências com outras pessoas), por meio de interações cara-a-cara (mesma localização) ou através de media digitais (virtuais) (Eppler, 2007, p. 291).

Numa abordagem com foco mais otimista, ainda que admitindo os inúmeros obstáculos e desafios, uma revisão sistemática da literatura (Rybnicek & Königsgruber, 2019) procurou os fatores de sucesso da colaboração entre Universidade e Indústria. Os autores organizaram os resultados empíricos, tendo proposto um modelo conceptual de síntese, que apresenta três elementos de influência no processo de colaboração. Assim, tomam como base a colaboração genérica entre as organizações (com parceria com a indústria e a universidade) para resultados conjuntos não alcançáveis de outra forma. Segue-se, para desafios mais complexos, a necessária articulação entre os recursos de cada parte (fatores institucionais), o vínculo estabelecido (fatores de relacionamento), os resultados esperados da colaboração (fatores de produção) e, finalmente, o envolvimento legal (fatores de enquadramento). O modelo, define como terceiro elemento de influência, os moderadores, reconhecidos pelo impacto decisivo na forma como os fatores individuais das partes afetam a colaboração. Destacamos a necessidade do elemento de moderação, pela convicção do contributo de particular competência do Design e do designer, enquanto especialista na mediação cultural.

Ainda que esta colaboração Universidade – Indústria seja identificada já com longa tradição em vários países em todo o mundo, é do interesse dos Governos, Universidades e Indústrias, que estas interações sejam reforçadas e implementadas com sucesso (Ankrah & Al-Tabbaa, 2015).

3B2 São apresentados como fatores de sucesso para a colaboração Universidade – Indústria, um conjunto de aspetos de interação como:

“Compreender a variedade de interações, identificar os agentes, compreender o ‘porquê’ – identificar a motivação, identificar e nomear pessoas adequadas e envolver a liderança, garantir características básicas de parceria, estabelecer comunicação eficiente, reforçar a estratégia de disseminação, abordar questões de propriedade intelectual, adotar políticas para incentivar / facilitar a colaboração, adotar estratégia para incentivar a colaboração, dar destaque aos recursos de capital social, definir recompensas e incentivos, gerir a colaboração, associação a *Alumni*” (Awasthy et al., 2020, pp. 55–56).

No entanto, é ainda um desafio para as indústrias e universidades identificar as melhores práticas a serem adotadas, a fim de estabelecer e manter a colaboração.

Um interesse a favor de vantagem competitiva, num ambiente global em constante transformação, altamente sofisticado e competitivo, que se manifesta como instrumento imperativo tanto para a Universidade como para a Indústria, e cujo impacto na qualidade de vida dos cidadãos, poderá ser superior ao das partes envolvidas.

Indústrias convidadas

Climar Lighting

A Climar Lighting com ambição descrita na assinatura da marca “we create the light of tomorrow” posiciona-se pela tecnicidade do LED fazendo uso do Design para integrar a eletrônica, e assim conquistar impacto, nomeadamente através dos projetos de modulação do espaço com iluminação. O laboratório próprio de investigação e desenvolvimento (Climar Lab) é revelador de uma aposta na criatividade e interdisciplinaridade para diferenciação do produto industrial.

Niepoort Vinhos

No domínio da comunicação visual, a Niepoort vinhos apresentou o desenho como protagonista da aproximação a novos mercados e novos modelos de consumo, reconhecendo o contributo poético dos designers que convida – em prejuízo de uma coerência de marca, numa atualização permanente das mensagens, tem trabalhado de forma sistemática, o domínio da identidade.

Grestel – Produtos Cerâmicos S.A.

O desenho como forma de valorização da imperfeição do material, foi bem defendida pelos produtos cerâmicos da Grestel, que explora novos modelos de conformação sustentável (monocozedura a alta temperatura), assentes numa retórica romântica de resistência e durabilidade, que tem permitido o crescimento da empresa, e expansão a novos mercados, nomeadamente na hotelaria onde a porcelana se impõe, agora integrando resíduos industriais para explorar cromaticamente as pastas contribuindo para a economia circular.

Larus Design

A última partilha deste encontro foi da *Larus Design* que tem visto o seu entendimento estratégico do design como forma de posicionamento em diferentes mercados, premiado internacionalmente. No entanto, reportando-se à sua larga experiência nos mercados internacionais e nacional, o CEO tem sido uma voz

ativa na crítica à legislação portuguesa que valoriza o preço mais baixo nos procedimentos de aquisição do Estado, mostrando-se indiferente à qualificação da cultura material pelo desenho.

Conclusões

O conjunto coordenado de atividades sumariamente descritas neste artigo (Encontro da Indústria com o Design, Exposição Internacional *From Spain With Design* e Livro *25 anos, 25 formas de pensamento em Design na Universidade de Aveiro*) foi bem acolhido pelos intervenientes e públicos, unânimes na identificação da necessidade de continuidade das ações que contribuam para uma cada vez maior colaboração entre as universidades e as indústrias e, desta forma para a consolidação de uma cultura de Design.

Assim, é possível concluir que foram cumpridos os objetivos propostos por estas realizações, ficando a ambição da organização de futuras ações estratégicas demonstrativas, com foco na valorização e internacionalização do Design português enquanto ensaio da ligação com as indústrias.

Bibliografia

Ankrah, S. & Al-Tabbaa, O. (2015). Universities-industry collaboration: A systematic review. *Scandinavian Journal of Management*, 31(3), 387-408. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2015.02.003>

Awasthy, R., Flint, S., Sankarnarayana, R. & Jones, R. L. (2020). A framework to improve university-industry collaboration. *Journal of Industry-University Collaboration*, 2(1), 49-62. <https://doi.org/10.1108/jiuc-09-2019-0016>

Borges, A., Silva, A. C., Modesto, A., Costa, N., Cunca, R., Costa, R. & Branco, V. (2019). REDE #02 Reunião de Escolas de Design. IPCA Escola Superior de Design. <http://hdl.handle.net/10773/33236>

Borges, A., Silva, A. C., Modesto, A., Cunca, R., Costa, R. & Branco, V. (2017). REDE #01 Reunião de Escolas de Design. UA Editora - Universidade de Aveiro. <http://hdl.handle.net/10773/24199>

Borges, A., Silva, A. C., Modesto, A., Ribeiro, M., Costa, N., Cunca, R., Costa, R. & Branco, V. (2021). REDE #03 Reunião de Escolas de Design. Universidade de Lisboa. Faculdade de Belas-Artes. <http://hdl.handle.net/10773/34347>

Borges, A., Silva, A. C., Modesto, A., Ricci, D., Providência, F., Ribeiro, M., Costa, N., Cunca, R., Costa, R. & Branco, V. (2022). DesignObs. Towards a Design Observatory in Portugal: Models, Instruments, Representation and Strategies / Para um Observatório de Design em Portugal: Modelos, Instrumentos, Representação e Estratégia (A. Borges, A. C. Silva, A. Modesto, D. Ricci, F. Providência, M. Ribeiro, N. Costa, R. Cunca, R. Costa, & V. Branco (eds.)). Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

Borges, A., Sousa, Á., Albino, C., Noronha, E., Sousa, F., Providência, F., Magalhães, G., Barbosa, H., Fonseca, I., Quental, J., Afreixo, L., Ferreira, L., Ribeiro, M., Dias, N., Martins, O., Bessa, P., Branco, R. & Costa, R. (2022). 25 formas 25 anos de pensamento em Design na Universidade de Aveiro (F. Providência, L. Afreixo, & M. Ribeiro (eds.)). UA Editora - Universidade de Aveiro. <https://doi.org/10.48528/ncdx-sm51>

Branco, V. (2022). From Spain With Design na Universidade de Aveiro com o ID+. In F. Providência, L. Afreixo & M. Ribeiro (Eds.), 25 formas 25 anos de pensamento em Design na Universidade de Aveiro (pp. 12-14). UA Editora - Universidade de Aveiro. <https://doi.org/https://doi.org/10.48528/ncdx-sm51>

Danish Design Centre. (2001). The Design Ladder. 2. https://danskdesigncenter.dk/sites/default/files/pdf/design_ladder_2016_eng_0.pdf

Design Council. (2018). The Design Economy 2018 - The state of design in the UK. In *The Design Economy 2018*.

Eppler, M. (2007). Knowledge Communication Problems between Experts and Decision Makers: an Overview and Classification. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 5(3), 291-300.

European Commission. (2013). Implementing an Action Plan for Design Driven Innovation. <https://doi.org/http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/13203/attachments/1/translations>

European Commission. (2016). Flash Eurobarometer 433 - February 2016 "Innobarometer 2016 - EU business innovation trends" Report (Issue February). <https://doi.org/10.2873/791491>

Montréal World Design Summit. (2017). Montréal Design Declaration. <http://www.montrealdesigndeclaration.org/>

Providência, F. (2019). MADE.PT Design Crítico para o desenvolvimento e prosperidade. UA Editora - Universidade de Aveiro.

Ribeiro, M. (2021). Design da marca como mediação territorial dos agentes científico, económico e político [Universidade de Aveiro]. <http://hdl.handle.net/10773/33348>

Rybnicek, R. & Königsgruber, R. (2019). What makes industry-university collaboration succeed? A systematic review of the literature. *Journal of Business Economics*, 89(2), 221-250. <https://doi.org/10.1007/s11573-018-0916-6>