

b

a

belas-artes
ulisboa

GDE

Ana Lia Miranda Santos

DESIGN E VALOR ACRESCENTADO

O Design acrescenta valor, seja ele cultural, simbólico, político, económico, social, tecnológico, ético, ambiental, legal ou outro. Apesar de, nas últimas décadas, “o design emergir como um ativo valioso em todos os setores, enfatizando a natureza insubstituível do pensamento criativo e da inovação” estamos ainda muito longe de uma economia guiada pelo design (***design-driven economy***) e as pessoas, um pouco por todo o mundo, estão insatisfeitas com a economia do seu país.

Fonte:

<https://www.firstpost.com/business/union-budget-and-expectations-for-a-design-driven-economy-13673872.html>

ECONOMIA



As classificações económicas em 34 países pesquisados este ano pelo Pew Research Center são, no geral, mais más do que boas. Uma mediana de cerca de dois terços dos adultos (64%) avalia mal a situação económica do seu país. Este estudo relaciona-se diretamente com a estagnação do comércio global e o lento crescimento económico em todo o mundo.

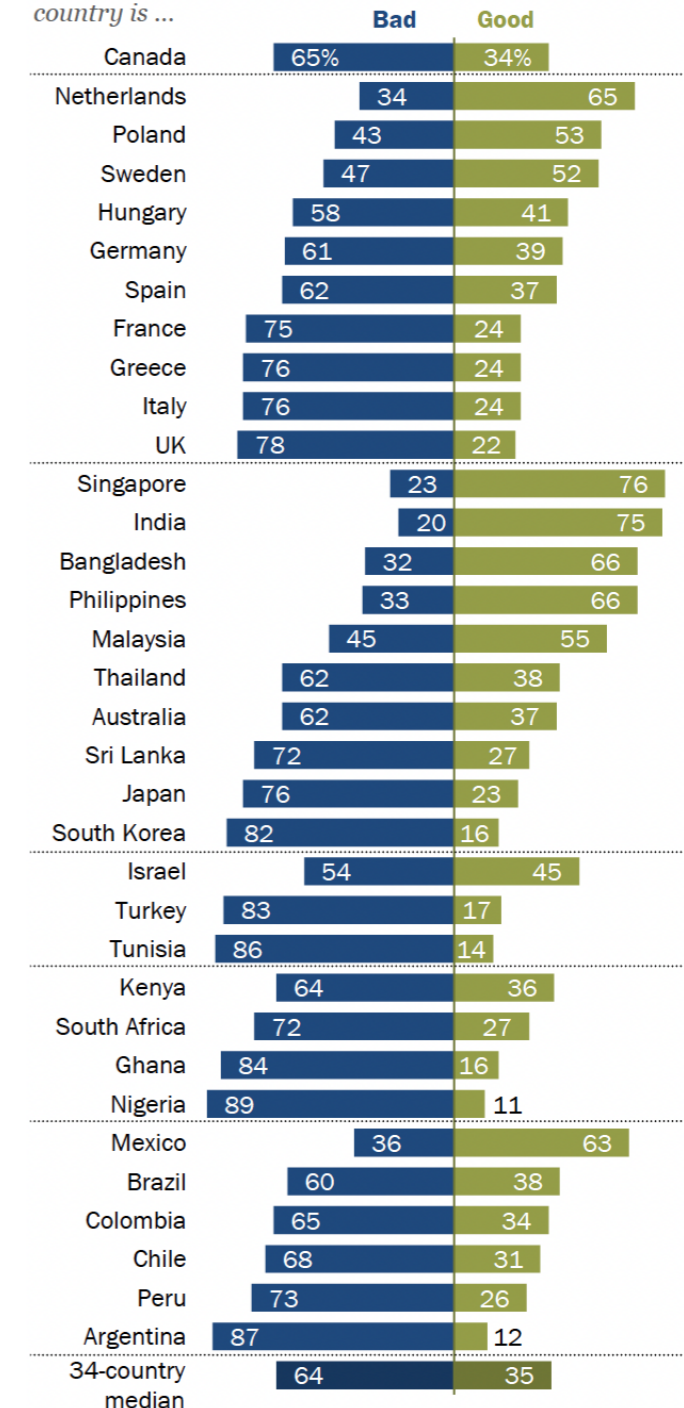
Fontes:

<https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/06/07/economic-ratings-across-34-countries-are-more-negative-than-positive/>

<https://unctad.org/news/global-economic-growth-set-slow-26-2024-just-above-recession-threshold>

Across 34 countries, people mostly rate their economies negatively

% who say the current economic situation in their country is ...



Note: Those who did not answer are not shown.

Source: Spring 2024 Global Attitudes Survey. Q1.

PEW RESEARCH CENTER

AS ACTUAIS CONDIÇÕES DE MERCADO

As actuais condições sócio-econômicas impulsionam as organizações para o desenvolvimento de novas atividades e novas formas de realizar as suas funções tradicionais.

No que respeita à atividade económica, é notória a mudança estrutural sofrida nas duas últimas décadas e que implicou a emergência de novas formas de negócio, a alteração das estruturas industriais, o estabelecimento de redes formais e informais, de empresas de produção, serviços e comércio às escalas nacional e internacional.

AS ACTUAIS CONDIÇÕES DE MERCADO

A política internacional redefine sistematicamente novas regras de atuação em que a norma é a procura de vantagens competitivas dinâmicas que permitam o crescimento económico e o bem estar social.

O jogo desenrola-se à escala planetária, num mundo cada vez mais interdependente a todos os níveis: recursos naturais, capital, mão-de-obra, capacidades técnicas e científicas e competências de gestão e organização.

AS ACTUAIS CONDIÇÕES DE MERCADO

Todos estes fatores, por si sós, não asseguram o sucesso. Este surge na forma como aqueles fatores se entrecruzam e inter-sustentam, gerindo a riqueza, que cada um dos fatores comporta, segundo fórmulas que vão sendo defendidas até serem substituídas por outras. Um elemento surge como notório: a rapidez da mudança. E a necessidade de a identificar, analisar, compreender e instrumentalizar.

O DESIGN E O MERCADO

No caso específico do design a dinâmica das últimas décadas tem tido forte impacto:

- A. Na consolidação do design como disciplina, na investigação e no ensino.
- B. Na área de atuação do design, que se assume agora em vários níveis da estrutura da sociedade e das empresas.
- C. No papel do design na sociedade: há uma real expectativa sobre a capacidade do design conceber produtos de alto valor acrescentado.

○ DESIGN E O MERCADO ○

Os designers têm que conhecer o mundo que os rodeia, entender a realidade do país onde e para onde trabalha, antecipar as mudanças de mercado que resultam das alterações **PESTLE** e construir oportunidades para o design.

Deve sempre perceber o design como um agente de desenvolvimento económico, científico, técnico, tecnológico, cultural, ambiental, social ou outro.

PERFIL DE COMPETÊNCIAS

De uma forma mais explicita, o designer enquanto player do mercado:

- Avalia os fenómenos de mudança, sociais e individuais, que afetam a actualidade;
- Categoriza as características dos segmentos de mercado, identifica e analisa as diferenças existentes entre os vários targets;
- Cria, planeia e implementa projetos de design para produtos e/ou serviços de alto valor acrescentado (económico, científico, técnico, tecnológico cultural, ambiental, social ou outro);

PERFIL DE COMPETÊNCIAS

- É atento, interpreta e integra os resultados do feedback dos utilizadores dos produtos/serviços já existentes;
- Seleciona as novas oportunidades emergentes no mercado nacional, europeu e/ou mundial;
- Impulsiona a realidade com soluções inovadoras.
- Aborda de forma multidisciplinar os problemas de design, enquadrando-os nos respetivos contextos técnico-científico, económico, social e ambiental;

PERFIL DE COMPETÊNCIAS

- Adota uma atitude pró-ativa face à mudança, enquadrando-a nos contextos do desenvolvimento económico nacional e da competitividade internacional;
- Tem capacidade de comunicar, de forma sucinta e clara, os resultados do seu trabalho a audiências técnicas e/ou generalistas;
- Capacidade de trabalho em equipa;
- Consciência de cidadania e actuação eco-sustentável;
- Liderança e empreendedorismo.

MANAGEMENT GAME: CRIAÇÃO DE VALOR ACRESCENTADO

Objectivo: Acrescentar valor através do Design

Deliverable: Instalação / Produto / Serviço / etc.

Time frame: 12 de fevereiro a 5 de março

Equipa: Grupo de 5 alunos de GDE

Local: Faculdade de Belas-Artes

Target: ~1800 alunos ~200 professores e funcionários

Budget: 10 a 100€ em materiais /matéria prima / recursos

Não são considerados neste exercício os custos de mão de obra, tempo de desenvolvimento / implementação e criatividade, embora o resultado seja directamente proporcional à capacidade de investimento e gestão destes factores.

MANAGEMENT GAME: CRIAÇÃO DE VALOR ACRESCENTADO

Caracterização do Target: Os alunos da FBAUL são geração Z - nativos digitais para quem a *internet*, a tecnologia e redes sociais são uma extensão natural de suas vidas. São a 1ª geração a questionar o custo-benefício do ensino superior (ROI) e a priorizar a saúde mental, a consciência social, a inclusão, a diversidade, a sustentabilidade e o ativismo. As opções de vida que fazem refletir os seus interesses e valores como indivíduos e grupo. São *procumers* (*consumers + producers*), não reconhecem o *Manifesto incompleto para o Crescimento* de Bruce Mau e confrontam-se, agora, com a *explosão da IA* e o *paradoxo da Rainha Vermelha* de Lewis Carroll.

https://www.internetlivestats.com/#google_vignett

<https://youtu.be/xj8ZadKgdC0?feature=shared>

<https://brucemaustudio.com/projects/an-incomplete-manifesto-for-growth/e>

<https://medium.com/@mcraddock/running-to-stand-still-mastering-the-red-queen-effect-in-the-ai-revolution-077462318039>

MANAGEMENT GAME: CRIAÇÃO DE VALOR ACRESCENTADO

Metodologia: Cada grupo desenvolve um conceito original de Instalação, Produto ou Serviço que responda a uma oportunidade de design identificada dentro da turma e/ou dentro da faculdade, promovendo mudança positiva (problem solving / inovação incremental ou radical) através de um processo de design (ou re-design) dentro do time frame dado.

A turma irá classificar em conjunto os conceitos apresentados com base no seu valor percebido / ROI. O conceito que for mais votado será proposto à presidência para posterior desenvolvimento e implementação.

MANAGEMENT GAME: CRIAÇÃO DE VALOR ACRESCENTADO

Modo de apresentação: Cada equipa defende o seu conceito numa apresentação multimédia com:

- Logotipo da faculdade
- Nome da UC e data
- Nomes e números dos alunos do grupo
- Definição da oportunidade para o Design e objectivos a atingir
- Contexto, estratégia e razões para o design
- Imagem e descrição do conceito (Instalação/produto/serviço)
- Forma de funcionamento e implementação
- Custos discriminados com materiais /matéria prima/recursos
- Outros elementos de caracterização como desenhos, diagramas, testes, modelos ou protótipos (físico ou digital)

MANAGEMENT GAME: CRIAÇÃO DE VALOR ACRESCENTADO

As apresentações terão que ser colocadas na Drive da turma no dia antes da aula de apresentação.

Classificação:

Na aula de apresentação, cada equipa tem 10 minutos para apresentar o seu conceito que de seguida é debatido pela turma. No final da aula cada aluno votará na proposta que considera ter conseguido ter mais valor acrescentado pelo design.

Parecer da turma 60% (cumprimento dos objectivos = sucesso)
Parecer do docente 40% (observância dos processo de design e capacidade de gestão)

BOA SORTE!