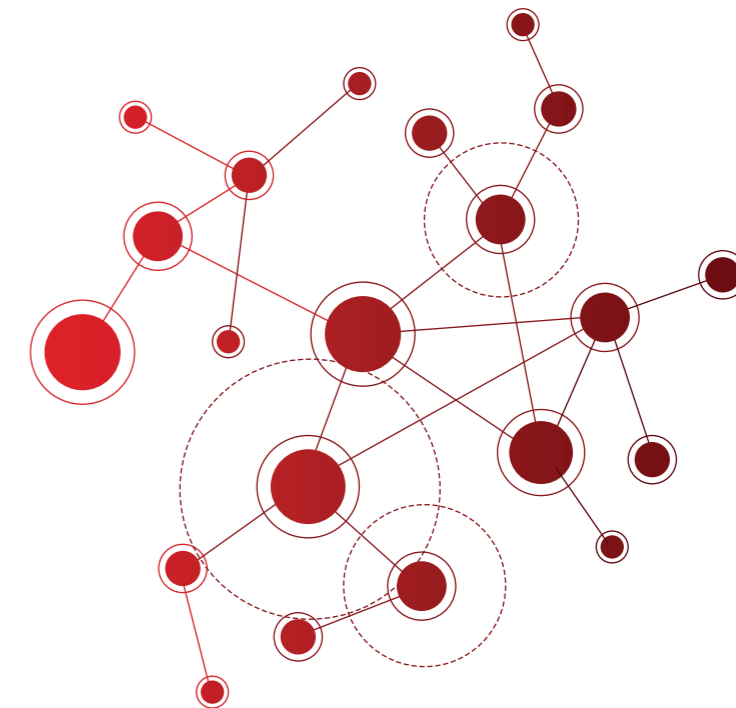


Dissertação para obtenção do grau mestre

Associações Profissionais de Design no Contexto Atual Português



Candidata: **Beatriz Trindade Barradas**
Orientador: Prof. Doutor Gonçalo Andre Moço Falcão

Documento definitivo
Junho 2018

Dissertação para obtenção do grau mestre

Associações Profissionais de Design no Contexto Atual Português

Candidata: **Beatriz Trindade Barradas**
Orientador: Prof. Doutor Gonçalo Andre Moço Falcão



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

U LISBOA

UNIVERSIDADE
DE LISBOA

AGRADECIMENTOS

Na realização desta dissertação contei com importantes apoios e incentivos sem os quais este trabalho não se teria tornado uma realidade e pelos quais estarei eternamente grata.

Ao Professor Doutor Gonçalo Falcão, pela sua orientação, total apoio, disponibilidade, pelo saber que transmitiu, opiniões críticas, total colaboração no encontro de soluções para as dúvidas e questões que foram surgindo.

Às associações de Design espalhadas pelo mundo, pela sua generosidade na partilha de informação, bem como aos Designers Portugueses, das várias áreas, que tiveram a amabilidade de darem a sua opinião sobre esta temática.

Agradeço aos meus pais, Estela e Manuel, pelo grande esforço que fizeram na minha educação. Por todas as possibilidades que me deram, e pela confiança que sempre depositaram em mim.

Ao meu irmão, Guilherme, por conseguir introduzir sempre um pouco de humor na minha vida.

Ao meu namorado, Frederico, por ter estado ao meu lado, pela motivação, paciência, e apoio nesta fase da minha vida.

Aos meus amigos e aos meus colegas, por todos os momentos, pela entreatajuda, pela força que me deram, por fazerem parte da minha evolução como pessoa e designer portuguesa.

À Faculdade de Arquitetura, por me possibilitarem uma formação de excelência e adequada a prática profissional, tanto na licenciatura como no mestrado.

PALAVRAS-CHAVE:

Design;
Associativismo profissional;
Associativismo em Design;
Profissionalismo

RESUMO

A presente proposta é relativa a uma dissertação teórica realizada para obtenção do grau de Mestre em Design de Comunicação, pela Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa.

Sendo o seu título “Associações de Design em Portugal” tem como objetivo analisar as associações de design em Portugal e o que podem vir a ser, uma ou mais, nova(s) estrutura(s) associativas profissionais (e/ou outras).

Para a realização desta investigação começou por fazer-se uma entrevista informal a um antigo diretor da Associação Portuguesa de Designers, consultou-se toda a literatura disponível sobre associações, pesquisou-se o histórico associativo em Portugal. Com esta base formada, “o que existe hoje em Portugal” procurou conhecer-se também associações fora do país para perceber o seu funcionamento e estruturas associativas noutros países de referência.

Na fase seguinte, quis-se saber a opinião dos designers portugueses sobre a temática das associações no contexto português. Assim, elaborou-se um inquérito que foi enviado a profissionais e de onde foi possível tirar conclusões. Considerou-se fundamental ter os testemunhos de profissionais do design para conhecer e clarificar a sua visão sobre a real necessidade e motivação de ter um órgão representativo desta área, saber o que pensam sobre o funcionamento atual das associações e o que esperam delas no curto e médio prazo.

Assim, pretende-se que esta investigação contribua para um novo fôlego associativo em Portugal. Esperamos que para além de todos os envolvidos nesta dissertação, a comunidade ligada à temática em questão, com especial destaque para os profissionais se possam rever nos objetivos e no caminho delineado para os alcançar.

Atualmente, surgem indicadores de uma nova vontade associativa e de intervenção política com objetivos de criação da ordem. Vários debates têm alimentado as redes sociais sobre este tema (ex: Mário Moura, reconhecido crítico de design) e tem sido recorrente a recusa da criação por parte de alguns profissionais (ex: Mário Feliciano, reconhecido criador de fontes tipográficas). Devido a esta divergência de ideias e a conseqüente falta de consenso faz com que se haja vontade de investigar as alternativas que poderão existir.

Com base nestes pressupostos e perante o contexto apresentado esta investigação reveste-se da maior atualidade e pertinência.

KEY WORDS:

Design;
Professional associations;
Design Associations;
Professionalism

ABSTRACT

The present proposal is in regards to a theoretical dissertation required in order to obtain a Master's Degree in Communication Design from the College of Architecture of the University of Lisbon.

Bearing the title "Design Associations in the Current Portuguese Context", the objective is to analyse the design associations in Portugal and what may become one or more new professional (or other) associative structure(s).

In order to carry out this research, a former director of the Portuguese Designers Association was informally interviewed, all available literature on associations was consulted and the history of associations in Portugal was researched. With these foundations laid out, "what there is currently in Portugal", associations abroad were sought out, to understand their functioning and associative structures in other countries of reference.

In the next stage, it was determined that the opinion of Portuguese designers on the topic of associations in the Portuguese context should be known. As such, a survey was created and sent out to professionals, from which conclusions were drawn. It was considered fundamental to collect the testimonials of design professionals in order to find out and clarify their visions on the real needs and motivations of a representative body in this area, know what they think about the functioning of today's associations, as well as what they expect from them in the short- and medium-term.

Thus, it is intended that this research contributes to ushering in a new era of association in Portugal. We hope that, in addition to all those involved in this dissertation, the community linked to the theme in question, with special emphasis on the professionals, can see themselves in the light of these objectives and the path outlined to achieve them.

Nowadays, indicators of a new associative and political intervention will, with objectives of creation of order, are emerging. Several debates have fuelled the social networks on this subject (e.g. Mário Moura, a renowned design critic) and the refusal of creation of order by some professionals has been recurring (ex: Mário Feliciano, a renowned creator of typographic fonts). This divergence of ideas and consequent lack of consensus has led to an eagerness to investigate possible alternatives that may exist.

Based on these fundamentals and in the context presented, this research is of the utmost current relevance.

ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

- INII** • Instituto Nacional de Investigação Industrial
- NAAI** • Núcleo de Arte e Arquitetura Industrial
- APD** • Associação Portuguesa de Designers
- AND** • Associação Nacional de Designers
- SNBA** • Sociedade Nacional de Belas-Artes
- ICSID** • International Council Societies of Industrial Design
- DSA** • Design South Africa
- ICO-D** • International Council of Design (Icograda)
- BEDA** • Europeu é Bureau of European Design Association
- AIGA** • American Institute of Graphic Arts
- Abedesign** • Associação Brasileira de Empresas de Design
- BDA** • Brasil Design Award
- ADR** • Союз Дизайнеров России Новости
(Associação de designer da Rússia)
- AGDA** • Australian Graphic Design Association
- DBA** • Design Business Association
- ADP** • Associació de Dissenyadors Professionals
- BNO** • Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers

Dd • Design Denmark

AIAP • Associazione Italiana Design Della Comunicazione Visiva

ACI • Associação Italiana de Caligrafia

Grafill • Norsk organisasjon for visuell kommunikasjon
(associação para comunicação visual da Noruega)

EDL • Eesti Disainerite Liit

EDC • Estonian Design Centre

CAE • Classificação da Atividade Económica

ADDICT • Agência para o Desenvolvimento de Indústrias Criativas

GLOSSÁRIO

Mentoring/mentor program

É uma relação pessoal de desenvolvimento, em que uma das pessoas é mais experiente (o mentor) ajuda na evolução e desenvolvimento de outra menos experiente.

Networking

Capacidade para fazer uma rede de contatos profissionais. É conhecer as pessoas certas, que podem dar uma referência ou fazer uma indicação do seu trabalho a outras.

Software

Sequencia de instruções escritas para serem interpretadas por um computador com o objetivo de executar tarefas específicas. Também pode ser definido como os programas que comandam o funcionamento de um computador.

Media

Conjunto dos diversos meios de comunicação, com a finalidade de transmitir informações e conteúdos variados.

Escala de Likert

A escala Likert ou escala de Likert é um tipo de escala usada habitualmente em questionários, e é a escala mais usada em pesquisas de opinião. Ao responderem a um questionário baseado nesta escala, os inquiridos especificam seu nível de concordância com uma afirmação.

ÍNDICE

III	<i>Agradecimentos</i>		
V	<i>Resumo</i>		
	<i>Palavras-chave</i>		
VII	<i>Abstract</i>		
	<i>Keywords</i>		
IX	<i>Acrónimos e abreviaturas</i>		
XI	<i>Glossário</i>		
XIV	<i>Índice de Figuras</i>		
XIV	<i>Índice de Tabelas</i>		
XIV	<i>Índice de Gráficos</i>		
	Introdução		
1	Título		
2	Problematização		
3	Hipótese		
3	Objetivos		
	Objetivos Gerais		
	Objetivos Específicos		
4	Metodologias		
6	Benefícios		
7	Fatores críticos de sucesso		
	Enquadramento teórico		
	Design		
11	Contexto da institucionalização do design		
12	Institucionalização do design		
14	Profissionalização		
17	Profissão de Designer		
	Associações		
20	Antecedentes das associações		
21	Associativismo		
24	Associações Portuguesas de Design		
	APD		
	AND		
29	Associação, Ordem e Sindicato		
31	Associativismo Contemporâneo		
32	Síntese Conclusiva		
	Casos de Estudo		
39	Introdução		
41	Tabela de análise a varias associações		
	Mundo		
	Europa		
51	Análise descritiva da tabela		
53	4 casos notáveis		
54	Espanha		
54	Austrália		
58	Brasil		
63	Holanda		
67	Síntese Conclusiva		
	Inquérito a profissionais		
73	Introdução		
73	Metodologia		
74	Instrumento		
75	Descrição da amostra		
92	Síntese Conclusiva		
	Conclusões		
97	Conclusões finais		
102	Recomendações		
103	Disseminação		
	Bibliografia		
107	Referencias bibliográficas		
108	Bibliografia		
	Apêndices		
121	Apêndice 1		
149	Apêndice 2		
175	Apêndice 3		
193	Apêndice 4		
203	Apêndice 5		

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1 | Organograma

Fonte: A Autora (2018) **p.5**

Fig. 2 | Estatutos APD

Fonte: Associação Portuguesa de Designers (2017) **p.25**

Fig. 3 | Estatutos AND

Fonte: Associação Nacional de Designers (2017) **p.28**

Fig. 4 | Logotipo AGDA

Fonte: LinkedIn associação (2018) **p.54**

Fig. 5 | Banner AGDA Design Awards

Fonte: UNSW Sydney (2017) **p.55**

Fig. 6 | Logotipo Abedesign

Fonte: Site associação (2018) **p.58**

Fig. 7 | Fronteiras do Design - Publicidade

Fonte: Site associação (2017) **p.60**

Fig. 8 | Logotipo BNO

Fonte: <http://www.wonenblog.com> (2017) **p.62**

Fig. 9 | Revista BNO

Fonte: Site associação (2017) **p.67**

Fig. 10 | Layout Inquérito

Fonte: A Autora (2017) **p.193 - 199**

Fig. 11 | Inquéritos enviados e recebidos

Fonte: A Autora (2017) **p.203 - 205**

ÍNDICE DE TABELAS

Tab .1 | Associações diferentes países

Fonte : a Autora (2017) **p.41- 49**

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráf. 1 | Caracterização - Género

Fonte: A Autora (2018) **p.75**

Gráf. 2 | Caracterização - Anos de trabalho

Fonte: A Autora (2018) **p.76**

Gráf. 3 | Caracterização - Habilitações académicas

Fonte: A Autora (2018) **p.76**

Gráf. 4 | Caracterização - Área de trabalho

Fonte: A Autora (2018) **p.77**

Gráf. 5 | Associações de profissionais de design – Conhecimento

Fonte: A Autora (2018) **p.77**

Gráf. 6 | Associações de profissionais de design – Quais as associações que conhece

Fonte: A Autora (2018) **p.79**

Gráf. 7 | Associações de profissionais de design – Pertenceu a alguma associação

Fonte: A Autora (2018) **p.77**

Gráf. 8 | Associações de profissionais de design – Quais

Fonte: A Autora (2018) **p.79**

Gráf. 9 | Associações de profissionais de design

– Qual foi o seu papel

Fonte: A Autora (2018) **p.79**

Gráf. 10 | Associações de profissionais de design

– Participação em eventos

Fonte: A Autora (2018) **p.80**

Gráf. 11 | Interesse em aderir

Fonte: A Autora (2018) **p.80**

Gráf. 12 | Interesse em aderir

– Frequência da necessidade

Fonte: A Autora (2018) **p.81**

Gráf. 13 | Tipo de serviços

– Necessidade de apoio

Fonte: A Autora (2018) **p.82**

Gráf. 14 | Tipo de serviços

– Classificar nível de importância dos serviços

Fonte: A Autora (2018) **p.84**

Gráf. 15 | Associações de profissionais

– Conhecimento do modo de funcionamento

Fonte: A Autora (2018) **p.86**

Gráf. 16 | Associações de profissionais

– Utilidade da associação

Fonte: A Autora (2018) **p.86**

Gráf. 17 | Associações de profissionais

– Disponibilidade de investimento

Fonte: A Autora (2018) **p.87**

Gráf. 18 | Associações de profissionais

– Intervalos de valores

Fonte: A Autora (2018) **p.87**

Gráf. 19 | Associações de profissionais

– Integrar corpos sociais

Fonte: A Autora (2018) **p.88**

Gráf. 20 | Ordens Profissionais

– Conhecimento ordens profissionais

Fonte: A Autora (2018) **p.88**

Gráf. 21 | Ordens Profissionais

– Utilidade ordens profissionais

Fonte: A Autora (2018) **p.89**

Gráf. 22 | Ordens Profissionais

– Disponibilidade de investimento

Fonte: A Autora (2018) **p.89**

Gráf. 23 | Ordens Profissionais

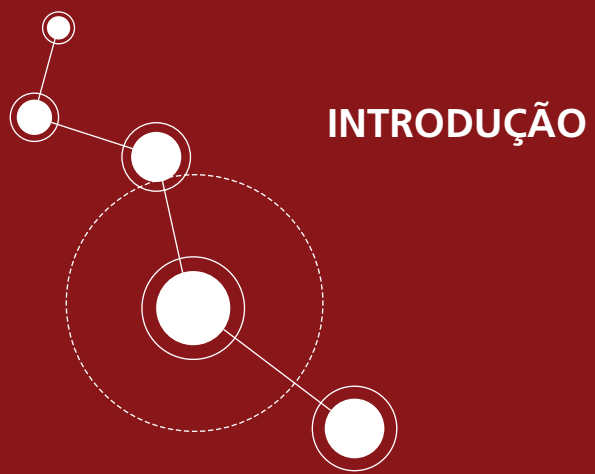
– Valor de investimento

Fonte: A Autora (2018) **p.90**

Gráf. 24 | Ordens Profissionais

– Interesse em pertencer aos órgãos sociais

Fonte: A Autora (2018) **p.90**



INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

Este projeto de investigação tem como foco analisar a posição atual do associativismo em Portugal.

Este tema surge do interesse da mestranda por esta temática, bem como a tentativa de perceber melhor como funcionam os sistemas que atualmente protegem e divulgam o design.

A fundamentação teórica deste trabalho assentou na pesquisa nas áreas do design e das associações.

Pesquisaram-se outras associações estrangeiras que operam na mesma área e procurou-se conhecer os seus modos de funcionamento e o trabalho desenvolvido por forma a conhecer melhor o universo associativo do design.

Seguidamente, procedeu-se à recolha de testemunhos de profissionais, com o intuito de mostrar a visão que têm das associações. Nesse sentido, será necessário perceber se há a necessidade de ter um órgão representativo da profissão, e compreender o que esperam os profissionais de uma entidade como esta.

Com esta investigação pretende-se captar a atenção dos designers para a temática do associativismo, bem como, bem como apelar a uma participação mais ativa nestas organizações. Espera-se que esta investigação possa contribuir para um novo fôlego associativo em Portugal.

ÁREA

Design

TEMA

Associações de Design

TÍTULO

Associações de Design no Contexto Atual Português

PROBLEMATIZAÇÃO

Esta investigação nasce da constatação que muitos designers não conhecem as associações de design existentes em Portugal e/ou não querem fazer parte delas. Consta-se ainda que estas têm muito pouca representatividade e, que não existe um movimento associativo no Design que seja agregador da profissão. É necessário perceber as diferentes identidades dos designers que exercem ativamente a função, bem como, entender que tipo de união poderia ser verdadeiramente proveitosa e benéfica para a classe de designers. É ainda necessário criar novas estratégias para dinamizar as associações e fazer com que elas sejam um ponto de união entre estes profissionais.

QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

- **Qual o papel/função/objetivos de uma associação de designers no contexto atual?**
- Quem são os designers no contexto atual (licenciados, profissionais, o que é um profissional)?
- Quais são os interesses profissionais comuns a um (ou mais) grupo(s) profissional(ais) de designers portugueses?
- Quais as diferentes perspetivas profissionais em jogo atualmente no design de comunicação?

HIPÓTESE

Se conseguirmos conhecer as aspirações coletivas, de um grupo representativo de designers profissionais, estaremos em condições de poder lançar um movimento agregador que os represente, defenda e promova, fortalecendo assim a dinâmica associativa no Design em Portugal.

OBJETIVOS

Objetivo geral

- Lançar as bases para um futuro movimento que faça renascer o associativismo profissional no design em Portugal.

Objetivos específicos

- Saber quais os principais interesses partilhados pelos designers;
- Conhecer os valores partilhados por grupos profissionais de designers;
- Identificar as dificuldades comuns que são sentidas pelos profissionais e que pudessem servir de elemento agregador;
- Conhecer quais as necessidades de representatividade profissional dos designers;
- Perceber que tipo de ações é que as associações podem desenvolver;
- Definir quais as vantagens de uma associação para designers.
- Potenciar o desenvolvimento informado e eficaz de uma futura estrutura associativa de design em Portugal;

METODOLOGIA

Com o intuito de responder às diversas questões de investigação vai ser necessário proceder a diversas etapas processuais e investigativas, assumindo a metodologia *quasi-experiência* não intervencionista.

Proceder-se-á à revisão literária que é realizada, como método de pesquisa para a compreensão do tema em causa e do seu histórico, dividindo-se em 3 fases diferentes, mas fundamentais: recolha de informação, análise, e síntese crítica. Vão ser trabalhados os tópicos mais relevantes para a investigação do tema em análise. Contribuindo assim para sustentar e clarificar o projeto.

O método adotado, o de investigação não intervencionista, está relacionado com as técnicas de observação direta e pesquisa para a recolha, organização, análise e tratamento de informação relevante, para a sustentação e desenvolvimento do projeto.

O desenvolvimento do trabalho prosseguirá com entrevistas a diversos agentes envolvidos na profissão, tentando abarcar igualmente agentes a montante (ensino e investigação) e a jusante (membros de organizações formais e informais já constituídas) para depois, através de um grupo de peritos se proceder à validação das propostas de intervenção que resultarem da conjugação dos dois métodos iniciais.

Trata-se de um assunto complexo, e por esse motivo conta-se recolher toda a informação que se consiga absorver dos documentos existentes, tanto em biblioteca como em páginas da internet, por forma a que a investigação seja o mais completa possível.

Após o desenvolvimento das fases metodológicas, dar-se-á início à tentativa de validação do argumento, procedendo-se depois a ajustes que se venham a revelar necessários.

Por fim far-se-á uma revisão global do projeto realizado, a edição de conteúdos e execução da parte gráfica para a apresentação do trabalho.

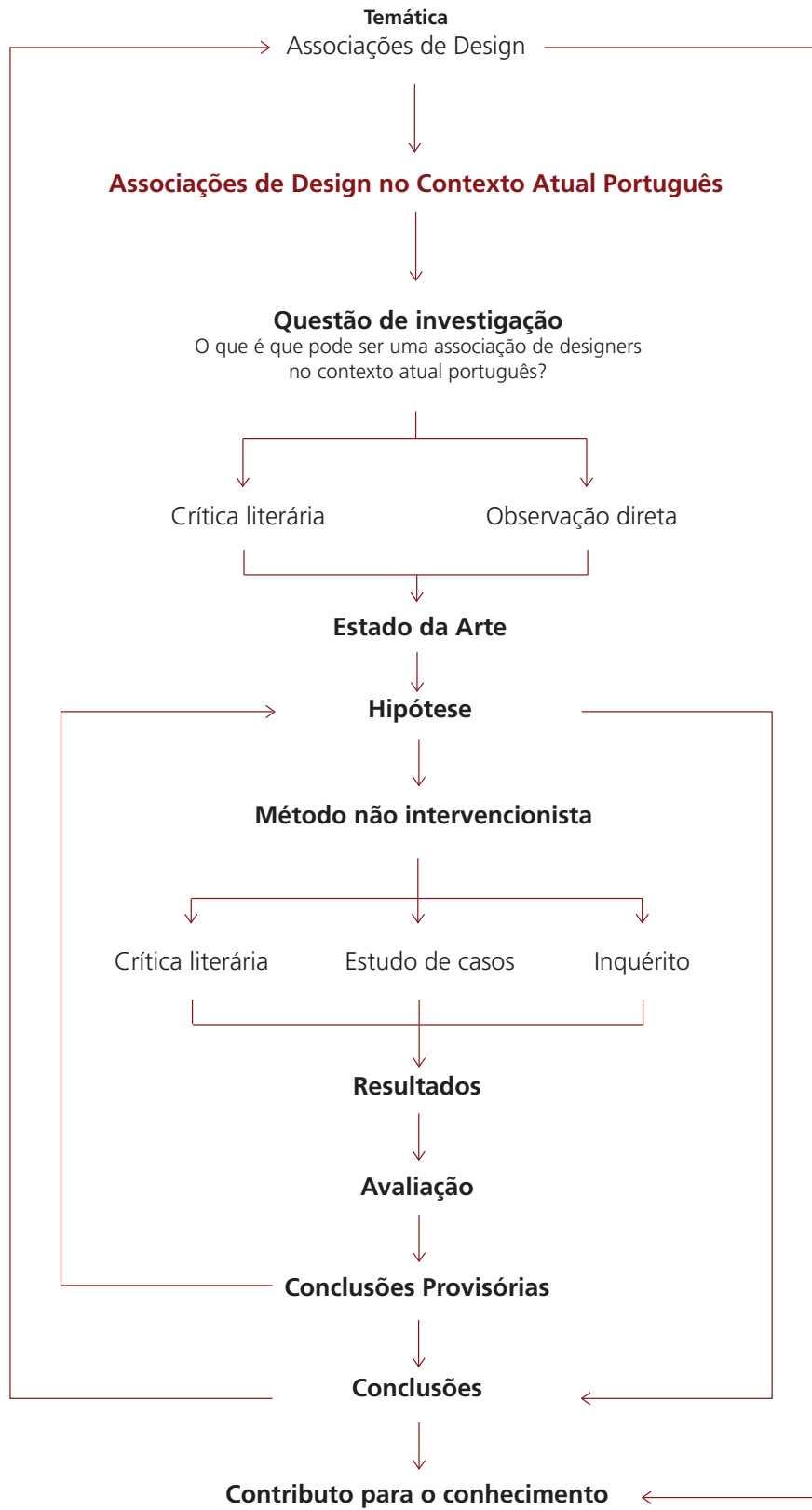


Fig 1 | Organograma
Fonte: A Autora (2018)

BENEFÍCIOS

Da Mestranda

A mestranda poderá aprofundar os seus conhecimentos enriquecendo-a igualmente como pessoa e investigadora. Torná-la mais metódica, crítica, focada, ajudando a que desenvolva as suas capacidades de organização e até de expressão escrita. Poderá ainda ter um contacto mais próximo com a profissão e com os profissionais através do interesse associativo. Por fim está mais preparada para ensaiar uma iniciativa associativa, algo que interessa e motiva a investigadora.

Da Faculdade

A Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, poderá usar este estudo e até expandi-lo, visto que é um tema sobre o qual ainda não há muita informação e para o qual existe bastante curiosidade, podendo até ponderar a vontade de liderar este processo, assumindo com isso uma posição privilegiada fazendo de elo de ligação entre os alunos com o mundo do trabalho, que será uma mais valia para ambas as partes.

Para os Designers

Trata-se de um tema do interesse de todos os designers. As entrevistas a realizar serão um testemunho importante no contexto atual das associações e da sua história.

Para as associações de Design

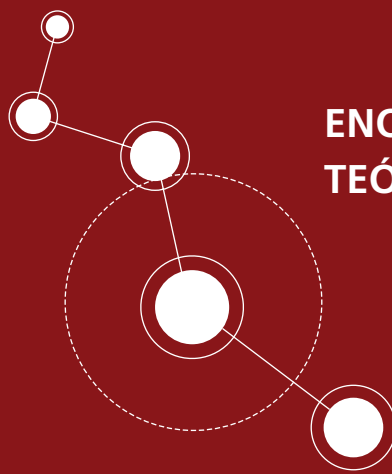
Promover o associativismo, divulgar as associações existentes e captar interesses. Poderá servir para uma reflexão sobre as bases das associações e os caminhos a desenvolver.

FACTORES CRITICOS DE SUCESSO

Para a construção desta dissertação é necessária a consulta de diferentes suportes de informação e o estudo do material recolhido, selecionando o mais adequado, com maior rigor e credibilidade. O acesso a informação pertinente, através da consulta de livros e publicações sejam elas artigos, teses ou páginas da internet, obtendo exatamente o tipo de informação mais adequado à dissertação.

É um assunto atual, nomeadamente porque está a ser discutida a criação de uma ordem profissional de designers. Este assunto foi submetido á assembleia da república e é do interesse de toda a classe.

Trazer um conhecimento aprofundado sobre a temática do associativismo, uma nova visão e abordagem.



**ENQUADRAMENTO
TEÓRICO**

DESIGN

CONTEXTO DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DO DESIGN

O Instituto Nacional de Investigação Industrial nasceu em 1957 com o objectivo de colmatar as dificuldades do país no acesso aos mercados externos e ainda promover, auxiliar e aperfeiçoar a forma de trabalhar dos profissionais e da indústria portuguesa. (Almeida, 2009, p.137). Havia a ambição de alterar o paradigma do desenvolvimento da indústria nas décadas de 1930 a 1940 e face à constatação de que as medidas implementadas, apesar dos investimentos realizados, ainda não tinham obtido resultados positivos na industrialização. (Almeida, 2009, p.137)

Nesta altura, a associação industrial portuguesa constatava a baixa produtividade do sector industrial, a deficiente gestão das empresas industriais, a falta de técnicos especializados bem como a ausência de cursos nas universidades para melhorar o sector industrial. (Almeida, 2009, p.138)

Pretendia-se que o país deixasse de copiar os modelos estrangeiros e se colocasse em prática a modernização da indústria Portuguesa. (Almeida, 2009, p.139)

O INII, tentava convencer o estado dos benefícios da modernização no sector industrial, mas não havia receptividade às iniciativas. O design nesta altura ainda não fazia parte do léxico discursivo dos dirigentes desta instituição. (Almeida, 2009, p.139)

O diretor do INII criou um Núcleo de Arte e Arquitetura Industrial (NAAI), cujo objetivo seria o contacto com os seus parceiros europeus no sentido de recolher e de difundir informação sobre a estética industrial. O tema do design que começou por aporuguesar esta designação francesa. É com a entrada do responsável do NAAI, que se começa a abordar o tema do design que começou por aporuguesar esta designação francesa. (Almeida, 2009, p.140)

O INII estava interessado em atualizar-se na problemática da estética industrial que tanto se falava. Participar em congressos e seminários no estrangeiro revelar-se-ia importante nas dinâmicas do NAAI. (Almeida, 2009, p.140)

“Perante esta realidade, os designers portugueses, individualmente e/ou através do INII, à medida que iam assimilando as características daquilo que poderia ser uma atividade profissional, contribuíam para que se iniciasse um novo tipo de relacionamento com as instituições, com os industriais, com os pares, com os clientes e com a sociedade.”

(Almeida, 2009, p.140)

O NAAI organizou as jornadas da I Quinzena de Estética Industrial, criando a possibilidade, de pela primeira vez, se exporem questões relativas à estética industrial - ou design como hoje preferimos chamar - e aos problemas da industrialização em Portugal. Esta abertura serviu para se contraporem posições com especialistas estrangeiros. (Almeida, 2009, p.141)

O estado através da colaboração do INII, procurava promover o contacto entre de designers portugueses e estrangeiros, por forma a conseguir desenvolver as instituições nacionais. (Almeida, 2009, p.142)

A formação da identidade do designer iniciou-se com a criação da profissão e do seu ensino, um processo de reconhecimento cultural e socioprofissional dos papéis do design e do designer na sociedade. Neste contexto iniciam-se em 1975 os cursos de design nas Escolas Superiores de Belas-Artes de Lisboa e do Porto e passa a haver educação formal e oficial do design. (Almeida, 2009, p.142)

INSTITUCIONALIZAÇÃO: DESIGN

“Institucionalização é o processo através do qual uma prática – ou uma atividade – é reconhecida por um grupo de instituições.” (Falcão, 2015, P.66)

“A institucionalização do design é um processo de construção social de uma atividade cujas competências a sociedade tende a reconhecer como válidas e imprescindíveis.”

(Almeida, 2009, p.163)

Estas duas interpretações realçam a importância do reconhecimento da profissão na sociedade. O design integrado num sistema social com os seus valores e objetivos consolidados e reconhecidos pelos profissionais do sector.

As instituições definem as regras e os procedimentos que os elementos da organização devem seguir e controlam a sua conduta. Esta normalização é a principal base da institucionalização. “Este processo de institucionalização, que integra os aspetos apresentados – habituação, objetivação e sedimentação” (Almeida, 2009, 164)

“A institucionalização do design enquanto processo desenvolve-se através da agregação de outros processos institucionais”. (Almeida, 2009, p.195) Esta institucionalização acontece com a divulgação do design, da profissão de designer e com a fomentação dos cursos nas universidades.

“Na perspetiva da teoria institucional (Scott, 1995), as estruturas sociais referidas são, regra geral, numa primeira fase, impostas e acolhidas pelos indivíduos de forma coerciva. À medida que são interiorizadas e transformadas num padrão de comportamento, ocorre a fase normativa e a instituição é promulgada.”

(Scott, 1995 apud Almeida, 2009, p.197)

A instituição vem assim, legitimar uma conduta profissional que irá ser implementada por todos os profissionais. Um grupo coeso que adote a mesma ética e deontologicamente o mesmo comportamento.

“A aspiração das profissões a serem “profissionalizadas” podem ser consideradas uma pretensão teórica que, na prática, só se aplica a profissões que se subordinem ao controlo jurisdicional.”

(Almeida, 2009, p.199)

A profissionalização requer um consenso quanto aos requisitos da profissão, contudo os designers têm tido dificuldade em chegar a este acordo sobre as condições fundamentais necessárias para o exercício profissional.

PROFISSIONALIZAÇÃO

O termo profissão, segundo Almeida (2009, p.167), é conferido aos trabalhadores com elevada qualificação e que possuam um diploma académico.

Maria de Lurdes Rodrigues (2012), sistematiza as profissões afirmando que são uma forma de organização e controlo do mercado de trabalho.

Na mesma linha de pensamento, Gonçalo Falcão (2015) separa os conceitos de profissão e ocupação devido a carga de especialização que é necessária para o exercício da primeira.

Para ser considerado profissional, dever-se-á ter passado por um processo de profissionalização onde são adquiridos os conhecimentos que dão segurança ao profissional e ao empregador.

As profissões são uma junção de tarefas e conhecimentos para as quais existe procura no mercado de trabalho, pressupondo um rendimento monetário, vulgarmente designado de salário. A formação para essas profissões é realizada através de um sistema educacional que habilita trabalhadores a uma futura profissionalização. (Falcão, 2015, p.73)

Nesse sentido, a aspiração das ocupações a profissões deverá passar pelo cumprimento de um determinado grau de competências e qualidades para a profissionalização. Para isso é necessário a criação de consensos sobre quais as ocupações que poderão ascender ao estatuto de profissão, bem como a definição de como se poderá processar a sua institucionalização social. (Almeida, 2009, p.168)

Segundo Rodrigues (2012) o profissionalismo inicia-se quando um grupo ocupacional adquire poder para exercer certo tipo de atividades, impedindo outros de o fazerem. Este grupo ocupacional poderá, a partir do momento em que adquire esse poder, controlar os critérios de qualidade do exercício profissional e, conseqüentemente, estabelecer as condições de acesso à profissão.

O controlo e regulação do trabalho assenta em quatro princípios organizativos:

- Certificação profissional
- Reconhecimento Científico e competências específicas
- Autonomia de decisão e autorregulação
- Orientação da atividade para resolução de problemas”

(Rodrigues, 2012, p.9)

Segundo Johnson (1972), o profissionalismo é uma forma de exercer controlo sobre a profissão. Poder-se-à avaliar esse poder profissional através da capacidade de contribuição. (Johnson, 1972, apud Almeida, 2009, p.171)

A autonomia profissional é importante para a profissão se impor e valorizar. Consequentemente poder-se-à obter privilégios ou mesmo protecionismo (Almeida, 2009, p.171) para certificar essa valorização.

Ao desenvolver mecanismos de gatekeeping, ou seja de controlar o acesso e a prática de uma profissão, credenciando para isso os agentes que entende poderem exercer essa profissão. A credenciação poderá ser de vários tipos e poderá ocorrer tanto nas actividades ocupacionais como emanar de uma instituição, e do tipo institucional. No primeiro tipo de credenciação estão todas as que são reconhecidas com mais facilidade pelo mercado. O melhor exemplo são os diplomas, graus e certificações; o segundo tipo está associada à formação superior (bem como a outras formações como as técnicas) que são feitas no ensino superior é dada por instituições de ensino superior legitimadas pelo estado para esse efeito:

“ No sistema de credenciação são as universidades, as associações profissionais e o Estado, as instituições que detêm a autoridade sobre esse assunto.”

(Almeida, 2009, p.171)

As profissões são assim também uma garantia da qualidade dos serviços prestados, deixando assim menos espaço para os não profissionais exercerem a mesma atividade, mesmo por um valor mais baixo. Quanto menor for a protecção exercida pelos profissionais numa determinada actividade maiores serão as oportunidades para os não profissionais. (Rodrigues, 2012, p.9)

Há quem defenda que a profissão tem como objetivos a resolução de problemas concretos da sociedade e dos indivíduos e nesse sentido a protecção exercida pelos profissionais não tem um fim último que é o de proteger a sociedade. (Rodrigues, 2012, p.13)

A carreira de cada profissional é balizada por estatutos, deveres e regalias. (Almeida, 2009, p.169)

As profissões contêm em si próprias lógicas institucionais divergentes

- “• debate sobre o crescimento do fenómeno;
- debate sobre o contexto sociocultural em que tal crescimento se processa;
- responsabilidade pública das associações ou ordens profissionais.”

(Rodrigues, 2012, p.23)

Precepciona-se que a exigência de conhecimento científico e técnico tem vindo a aumentar face à crescente especialização e subespecialização do trabalho. (Rodrigues, 2012, p.23)

Os diplomas, graus e certificações obtidos no Ensino Superior são a forma mais fácil de reconhecimento da profissão. (Almeida, 2009, p.170)

Por este motivo, é crescente o número de profissões regulamentadas, bem como o número de grupos ocupacionais que aspiram ao estatuto de profissão. (Rodrigues, 2012, p.23)

“No sistema de credenciação são as universidades, as associações profissionais e o Estado, as instituições que detêm a autoridade sobre esse assunto.”

(Almeida, 2009, p.171)

Segundo Rodrigues (2012) a propagação do profissionalismo, deve-se ao reforço das ligações do sistema formal de ensino, ao controlo do sistema de atribuição de diplomas e títulos, e ainda pelo controlo das condições de exercício profissional.

As 4 questões críticas que se colocam são:

- “• O crescimento do número de diplomados no mercado de trabalho;
- As articulações entre sistema de ensino e profissões;
- A diversificação do movimento associativo de base profissional;
- Transformação de ordens em modelo de associativismo profissional.”

(Rodrigues, 2012, p.42)

Atualmente, valorizam-se as competências adquiridas no sistema de ensino em detrimento das competências adquiridas pela prática. (Rodrigues, 2012, p.47)

Esta situação pode dever-se ao facto de se acreditar que a inovação está nas escolas e a evolução é essencial para o bom desempenho da função.

PROFISSÃO DE DESIGNER

Existe um desconhecimento do que é a atividade do designer. (Almeida, 2009, p.57) Segundo Bonsiepe (1991), a sociedade tende a interpretar o design como uma manifestação de arte moderna.

A formação do designer é feita em escolas de artes por esse motivo toda a envolvente é o meio artístico. Contudo mas isso não faz, por si só, relevar a sua natureza artística. O mesmo acontece com a tecnologia pois o designer tem de dominar, conhecer e trabalhar com os mais variados programas informáticos, cada vez mais necessários à prática profissional. No entanto também não pode aglutinar a sua imagem só à tecnologia.

Estas duas vertentes aliadas, fundamentam o pensamento criativo do designer e a sua concretização do objeto e/ou transmissão da mensagem. (Almeida, 2009, p.58)

Ao realizar um projeto de design, procura-se antecipar as necessidades do utilizador. A interpretação artística e científica do designer é fundamental para o projeto. (Almeida, 2009, p.58)

O desconhecimento geral do design torna difícil, ao cliente, saber a quem se dirigir para levar a cabo o seu projeto.

A definição de design é alargada e abrangente. Em termos gerais, o design enquadra-se dentro da atividade projetual. (Simões, 1998,)

Mas, para explicar o que é “ser designer” o melhor será dar exemplos de criações realizadas porque qualquer explicação geral pode ser mal compreendida e demasiado generalista. (Simões, 1998, s.p.)

Existem 4 grandes áreas dentro do design: Design Comunicação, Design Industrial e Produto, Design Moda, e Design de Ambientes.

Design de Comunicação é uma atividade onde se incluem os trabalhos profissionais na áreas: editorial, embalagem, identidade, publicidade, sinalética, multimédia...

Design Industrial, é a atividade na criação de objectos como: eletrodomésticos, automóveis, mobiliário...

Design de Moda baseia-se em criações: estilista, modelista, produtor de moda, alfaiataria, personal stylist...

Design Ambientes consiste na produção de: design de interiores, design iluminação, conforto do ambiente, projetos efêmeros ...

Os quatro aspetos mais importantes no design são a criatividade, a complexidade, o compromisso e a escolha. Estas são as dimensões mais comuns da atividade do designer. (Simões, 1998, s.p.)

A complexidade do design não se dissocia da profissão. Visto que são aplicados saberes provenientes de outras vivências do profissional. O design envolve todos os produtos, sistemas e serviços. O resultado de um projeto está na determinação da utilidade que é obtida do objeto no meio em que este se vai inserir. (Almeida, 2009, p.57)

Por outras palavras, o design é uma actividade que acrescenta valor; este valor é avaliado na efetiva utilidade do objeto para os seus potenciais destinatários, na experiência que podemos tirar dele visual, táctil ou simbólica e do valor que essa experiência acrescenta ao desempenho de uma empresa ou instituição. No entanto a definição dada por Simões (1998) é bem mais simples:

“Considera-se um designer,... aquele que possui rendimentos provenientes da atividade de designers e que habitualmente se defina como tal”

Na metodologia do design está implícito o planeamento. Este é imprescindível para a realização do projeto. Cada projeto deverá ter em conta os vários níveis de abordagem: técnico, tecnológico, ambiental, industrial, comercial, social, ético e económico. (Simões, 1998)

O designer é um especialista, que deve antecipar os problemas. (Almeida, 2009, p.57). Pois vê para além do objeto em si, antecipando as necessidades do utilizador.

Nesse sentido, segundo Almeida (2009) o design é uma atividade fundamental para o desenvolvimento de um país. Pode contribuir para a modernização e industrialização, e conseqüentemente para a evolução

e distinção. Os países mais ricos da Europa (Inglaterra e Alemanha) são locais onde os designers, instituições ligadas ao design, políticos e indústria foram cruciais na promoção do design. (Almeida, 2009, p.58)

Um dos problemas na profissionalização do design foi o conteúdo ministrado nas escolas bem como o perfil de designer que é necessário para as empresas, pois nem sempre é o mesmo. Este ensino surgiu já tardiamente, em Portugal, e o reconhecimento da profissão é consequência disso. (Almeida, 2009, p.58)

A profissão de designer separa-se do artesão, o designer assume a responsabilidade no projeto, conceção e acompanhamento durante todo o processo até ao seu termino. (Almeida, 2009, p.173)

É nesta altura que o designer começa a ser reconhecido e capaz de desenvolver a sua atividade com independência e criatividade. (Almeida, 2009, p.173)

A profissão de designer evoluiu, e encontrou os mecanismos de legitimação e de autonomização profissional. O designer, hoje, é considerado um profissional privilegiado de elevado padrão educacional, à semelhança de outros profissionais, já reconhecidos na sociedade. (Almeida, 2009, p.174)

Segundo Freidson (1996), a maior barreira no processo de profissionalização foi a dificuldade de entenderem a profissão fora do método científico e de avaliarem o seu desempenho a partir de critérios formais. Contribuiu também a falta de regulamentação e reconhecimento junto do Estado. (Freidson, 1996 apud Almeida, 2009, p.175)

Nesta linha de pensamento, Almeida (2009) refere que a profissionalização do design, foi concretizada de uma forma informal a nível individual devido à capacidade de mobilização de alguns designers. Estes profissionais que deram provas da sua relevância profissional, conquistaram o seu espaço e abriram portas para o que viria a ser a primeira associação de design em Portugal.

A designação de “design” e “designer” só passaram a ser mais conhecidas quando a teoria da profissão começou a ser lecionada nas universidades, embora ainda longe do reconhecimento como profissão. (Almeida, 2009, p.241)

ASSOCIATIVISMO

ANTECEDENTES DAS ASSOCIAÇÕES

As associações têm como antecessores as confrarias, “guildas” e irmandades do séc. XVI e XVIII. (Ventura, 2006)

As confrarias eram primeiramente lugares de culto, mas funcionavam também como unidades agregadoras de grupos da população, espaços de identidades que contribuem para uma identidade nacional e espaços de estabilidade para as populações. Estes espaços não só integravam como forneciam ajuda e apoio em casos de necessidade. (Ventura, 2006)

No séc. XIX, o nosso país ainda vivia maioritariamente do sector primário. A agricultura e a pesca eram as principais atividades e por isso absorviam a maioria mão de obra; era dada uma grande importância a casas do povo e casas de pescadores, sítios onde as pessoas daquelas classes se reuniam. (Ventura, 2006)

A partir de 1880, estes órgãos começaram a ser reformados e transformados em associações de classes. Nos estatutos desses organismos havia uma atribuição de despesas associativas com uma verba de 10% do ordenado. Nesta altura, algumas associações mantêm-se ligadas ao sector religioso outras ficam apenas unidas pela classe de profissionais. (Ventura, 2006)

“A vocação natural da associação clássica era potenciar a ação individual em defesa dos objetivos, direitos e interesses, multiplicando o seu alcance e eficácia. No fundo chegar onde o individuo isolado não teria conseguido.”

(Ventura, 2006)

A constituição de 1933, ano em que terminou a ditadura, veio alterar esta situação, o corporativismo passou a ter um lugar de relevo e permitiu ao estado exercer total controlo sobre as associações. (Ventura, 2006)

O corporativismo, no fundo, vinha representar o interesse económico, industrial ou profissional. A participação dos cidadãos na vida política dependia da nomeação por intermédio de associações de classes. (Gomes, 2011, s.p.)

Resultante do fim da ditadura em Portugal, o associativismo ganha força após o 25 de Abril de 1974, em virtude do abrandamento e da pressão social. Para isso contribuiu ainda a alteração política do país, saindo de anos de submersão numa ditadura. O aumento da participação social em Portugal ocorre assim naturalmente, relaciona-se não só com processo transitório democrático, mas também com questões mais direcionadas com a mudança de valores, atitudes e comportamentos geradas pela abertura democrática (Gomes, 2011, s.p.)

ASSOCIATIVISMO

O associativismo refere-se à livre união de pessoas ou organizações, com interesses comuns. (Rodrigues, 2012) Junta-se para superar as dificuldades e gerar benefício, económico, social, cultural, político, por meio de cooperação.

“O associativismo revela a crença de que juntos é possível encontrar soluções melhores para a defesa e conflitos que a sociedade apresenta” (CNI, 2013, p.9)

Na linha de pensamento de Almeida (2009) as associações profissionais controlam um conjunto de normas e regras que proporcionam aos seus associados a proteção dos seus direitos e deveres profissionais.

No ambiente globalizado em que vivemos, a permanente busca pela inovação, a velocidade a que a sociedade e os mercados se alteram, afetam a competitividade das empresas. Existe portanto, um grande desafio: a capacidade de se manterem no mercado. (CNI, 2013, p.9-10)

É fácil de perceber que ao atuarem de forma conjunta nalguns processos, as empresas têm a capacidade de se tornarem mais competitivas. E que estes acordos funciona não para o incremento competitivo das grandes empresas mas também as pequenas e médias empresas se podem fortalecer e aumentar a sua competitividade e a sua participação nos mercados. (CNI, 2013, p.10)

As vantagens do associativismo estão relacionadas com a coordenação de interesses comuns às várias empresas. Esta capacidade de coordenativa

como grupo maior de formular o posicionamento na profissão e aumentar o poder de negociação junto de outras entidades, é essencial na forma de conseguir influenciar a ação governamental. (CNI, 2013, p.13)

O movimento do associativismo em Portugal apresenta-se marcado pelo emergir de novas associações, talvez porque também seja crescente o número de profissionais. (Rodrigues, 2012, p.55)

Isto manifesta uma maior disponibilidade para aceitação dos códigos de ética no exercício da atividade, bem como, o reconhecimento que é necessário, maior controlo técnico e ético do seu desempenho. Quem adere, quer valorizar os princípios da autonomia profissional e da responsabilidade individual, e ao mesmo tempo valorizar a sua formação. (Rodrigues, 2012, p.56)

“Os que pertencem a uma organização têm interesses comuns, mas, ao mesmo tempo, têm motivações individuais diferentes dos interesses dos de mais indivíduos do grupo.”

(Bianchi, 2007, p.118)

A cooperação tem como objetivo máximo a satisfação individual (CNI, 2013, p.11). É necessário que os associados tenham interesses em comum para que o ganho da ação coletiva aconteça e seja superior ao obtido, caso estivessem a atuar individualmente.

A multiplicidade de ganhos que podemos obter pelo associativismo são:

- Ampliação da capacidade de ação das empresas
- Ganhos de escala e ganhos relativos ao poder de mercado
- Criação e disponibilização de soluções coletivas,
- Redução de custos e riscos relativos de ações e investimentos que podem ser assumidos coletivamente
 - Acumulação de capital social, pela partilha de normas, valores e pela geração de confiança entre os associados
 - Condições favoráveis para as atividades de inovação, facilitando a interação e a parceria com instituições”

(CNI, 2013, p.11)

Balestrin (2010) aponta que:

“a ideia de as empresas utilizarem a cooperação/colaboração com o objetivo de obter soluções coletivas e, portanto, melhorar suas estratégias competitivas no mercado, é uma tendência irreversível do século XXI”.

(Balestrin et al., 2010, apud CNI, 2013, p.11)

O associativismo é favorável à competitividade. A participação e o envolvimento dos indivíduos, ao associarem-se soma os esforços em busca da multiplicação de resultados. (CNI, 2013, p.12)

Por esse motivo designa-se competitividade pela:

“capacidade de adaptação às características do mercado e da conjuntura econômica que possibilite a uma organização expandir regularmente sua participação no mercado”.

(CNI, 2013, p.13)

A competitividade é também a capacidade que a empresa tem em colocar em prática as estratégias que permitam a integração na concorrência. A competitividade e a cooperação situam-se em campos opostos da realidade das empresas, embora cada vez mais as associações procurem acordos entre empresas concorrentes. As empresas criam estratégias paralelamente, para se desenvolverem favoravelmente à procura da competitividade nos negócios. (CNI, 2013, p.13)

O associativismo não elimina concorrência, mas também não garante um resultado que tenha o mesmo impacto para todos os membros. Não sendo os membros iguais, o impacto da decisão de agir em conjunto tem resultados vários nas diferentes empresas ou indivíduos. É necessário altruísmo para a obtenção de bons resultados. (CNI, 2013, p.14)

“A capacidade de decidir sobre os investimentos é mais poderosa do que qualquer outra decisão que possam tomar.” (Bianchi, 2007, p.119)

Ao pertencer a uma associação, a uma empresa ou sendo trabalhador individual, conseguem focar-se mais no trabalho, pois em grupo, já foram definidos os interesses que as associações tentam tratar bem como os problemas/dificuldades que poderão aparecer são facilmente controlados.

ASSOCIAÇÕES PORTUGUESAS DE DESIGN

Para este trabalho, considerou-se a análise das associações ativas: Associação Portuguesa de Designers (APD) e a Associação Nacional de Designers (AND).

Ficando assim de fora a associação Ordem Visual, por estar já extinta, assim como, o Centro Português de Design uma vez que este órgão, de promoção do design, é financiado pelo estado e por este motivo não é um organismo associativo.

Associação Portuguesa de Designers

Em maio de 1974, iniciou-se a discussão sobre o papel do Design em Portugal e da sua profissionalização, já instituída noutros países. Um grupo de designers levou a cabo uma série de reuniões que orientaram a criação da Associação Portuguesa de Designers (APD), cuja oficialização se deu em 27 de julho de 1976. (“APD - História | Associação Portuguesa de Designers,” n.d.)

Os seus fundadores foram: Victor Manaças, José Brandão, Sebastião Rodrigues, Daciano Costa, José Santa Bárbara, Eduardo Afonso Dias, Rogério Ribeiro, A. Lacerda Machado, Jorge Pacheco, Alda Rosa, Sena da Silva entre muitos outros. (“APD - História | Associação Portuguesa de Designers,” n.d.)

Das atividades realizadas por esta associação destacam-se uma Mostra de Design Português, realizada em 1989; um encontro com deputados Europeus em 1994, e o Congresso do Icoagrada em 1995. (“APD - História | Associação Portuguesa de Designers,” n.d.)

A APD realizou, designadamente neste âmbito, as seguintes exposições: Exposição de design na Galeria de Arte Moderna de Belém; Exposição de Design italiano (1980) em colaboração com a Sociedade Nacional de Belas Artes (SNBA); Exposição de Design e circunstância (SNBA, 1982); a exposição sobre a imagem do vinho, (Instituto Superior de Agronomia, 1994) e, em colaboração com a Fundação Calouste Gulbenkian, uma Retrospectiva de Sebastião Rodrigues. (“APD - História | Associação Portuguesa de Designers,” n.d.)

Quanto às publicações, podemos referir que a primeira foi lançada em 1976 e intitulada “O lugar do design”. Esta pretendia clarificar as possibilidades intervenção no design na sociedade. Seguidamente surgiram as

ESTATUTOS APD - RESUMO

Defender e promover por todos os meios ao seu alcance as atividades e iniciativas que tenham como finalidade os interesses dos seus associados.

Atuar junto das autoridades administrativas e governamentais, das entidades empresariais e outras, no sentido de fomentar a adequada integração do design e dos seus profissionais, quer no que se refere ao respetivo estatuto profissional, quer no âmbito do relevo económico da atividade de designer.

Desenvolver as estruturas necessárias à formação profissional e cultural do designer através do intercâmbio com instituições congêneres estrangeiras e com escolas de design nacionais e estrangeiras, a fim de reforçar as trocas de conhecimentos e experiências entre profissionais, empresas e outros agentes sociais e económicos e de contribuir para o progresso do design e do seu ensino.

Promover a adesão a organismos internacionais relacionados com a profissão.

A defesa do direito de autenticação pelo designer à sua intervenção efetiva e responsável, quando em exercício da profissão, individual, ou em equipas de trabalho, sempre que esta seja posta em causa.

Organizar e realizar cursos, conferências, exposições, congressos, visitas de estudo e outras atividades, bem como constituir bibliotecas, museus e editar publicações de interesse profissional.

Favorecer, reforçar e desenvolver a cooperação e solidariedade entre os seus membros, de forma que as questões respeitantes aos aspetos sociais e profissionais do design sejam examinadas em comum.

Institucionalizar a profissão do designer e classificar as suas zonas de atuação.

A Associação colaborará com toda e qualquer entidade que tenha por fim a defesa e promoção dos direitos e interesses socioprofissionais dos designers na celebração de convenções coletivas de trabalho e ou em qualquer trabalho de natureza sindical.

Folhas de Informação para os sócios, que começaram a ser distribuídas em 1977. Seguidamente surgiu o “Diretório de Designers Portugueses” foi realizado em 1982 por altura da exposição do design português. Logo depois foram lançados seis livros temáticos para a exposição Mundial de Design Nagoya em 1989. Surge depois um desdobrável sobre “Condições de Trabalho entre Cliente e Designer”. E ulteriormente chega ao mercado a edição de oito números da revista APD “di’zain” que antecedeu a realização do congresso do Icoграда. (“APD - História | Associação Portuguesa de Designers,” n.d.)

A APD filiada nas principais instituições internacionais ligadas ao design, como é o caso da Icoграда em 1980, ou ainda na International Council of Societies of Industrial Design (ICSID), desde 1980 ou no Bureau of European Design Associations (BEDA), desde 1990. Nesta última a presidência foi assumida pela designer portuguesa Margarida Oliveira, em 1993. (“APD - História | Associação Portuguesa de Designers,” n.d.)

Esta associação representou e promoveu os designers junto das organizações, quer em Portugal, quer no estrangeiro. Esta associação envolveu-se numa série de ações que lhe trouxeram reconhecimento, publicações, exposições, regulação e avaliação de cursos de design bem como a presença como júridos nas competições. (“APD - História | Associação Portuguesa de Designers,” n.d.)

A APD tem assim um papel relevante e incontornável na defesa da profissão, desde a sua constituição pois foi reconhecida como legítima representante da atividade de Design em Portugal. Esta associação foi ainda solicitada na promoção e representação dos designers e do design junto das organizações.

Atualmente, a associação parece deixada ao abandono. Não realiza atividades ou iniciativas próprias, e não faz publicações (a última data de 1995). No seu site, apenas constam notícias sobre eventos de design promovidas/realizadas por outras entidades. Aparentemente, o presidente é Nuno Sá Leal, mas desconhece-se quem integra os quadros da associação assim como a organização da mesma. As quotas praticadas tem o montante de 4€ por mensais para designers, contudo para professores o montante é de 3€ para professores de design. Para estudantes, em ato único tem um custo de 5€ . Pretendemos ainda ter conhecimento quanto ao número de sócios contudo essa informação não estava disponível

Associação Nacional de Designers

Fundada em 2003, a Associação Nacional de Designers (AND), nasce com a missão de defender e promover a cultura do design em Portugal e no estrangeiro. Esta associação apoia todos os seus profissionais qualificados, detentores de comprovada habilitação superior na disciplina.

No mesmo ano, entrega o dossier oficial para inclusão da profissão de designer na classificação nacional das profissões. Para esse efeito surge o reconhecimento junto do estado. (“and - associação nacional designers,” n.d.)

A partir de 2004, a AND inicia a sua divulgação nas escolas, nas empresas, e define protocolos com entidades congéneres estrangeiras. Participa em conferências, e colóquios, etc.

Já em 2006, inicia-se o processo de definição de competência dos designers, bem como a atualização do CAE – Código de Atividades Económicas com as áreas de design. Posteriormente, obtém reconhecimento dos designers como técnicos habilitados a assinar projetos sujeitos a licenciamento municipal. Em 2007, a associação tentou negociar uma proposta onde defende que os designers devem coordenar, gerir e assinar os projetos da área do design.

A associação conseguiu ter a sua sede em 2013, localizada no centro histórico de Faro.

Atualmente, a associação, para além da sede, tem duas delegações: uma na região do Porto e outra na região de Lisboa. O presidente em funções é o designer e professor António Lacerda, o secretário é o Luís Meneses e a tesoureira é Teresa André. Da assembleia geral fazem parte: Cristina Palma, Nilza Paraíba e Ana Branco. (“and - associação nacional designers,” n.d.)

Os únicos eventos que têm desenvolvido é o Algarve Design Meeting e o Gaia Design Meeting.

A associação tem apoiado iniciativas promovidas por outros órgãos relacionados com o design como é o caso de Marinha Grande Design Center ou o LX Design Show. (“and - associação nacional designers,” n.d.) Neste momento tem 155 sócios. Os preços praticados nas quotas são de 20€ por ano para designers e 15€ anualmente para estudantes de design. (“and - associação nacional designers,” n.d.)

ESTATUTOS AND - RESUMO

Contribuir para a defesa e promoção do Design, zelando pela função social, dignidade e prestígio da profissão do designer, promovendo a valorização profissional, científica e artística dos seus associados;

Admitir e certificar a inscrição dos designers bem como conceder o respetivo título profissional;

Regulamentar a respetiva atividade profissional, devendo ser ouvida sobre os projetos de diplomas legislativos que interessem ao exercício da profissão e ao Design em geral;

Defender os interesses, direitos e prerrogativas dos designers, nomeadamente no exercício da profissão, criação, homologação e equiparação dos respetivos cursos;

Fazer respeitar os princípios deontológicos e exercer competência disciplinar exclusiva sobre todos os designers nacionais ou estrangeiros que exerçam a profissão em território nacional;

Representar os designers perante quaisquer entidades públicas ou privadas;

Promover ações de coordenação interdisciplinar, quer ao nível da formação e investigação, quer ao nível da prática profissional, com organismos congéneres estrangeiros e internacionais;

Colaborar com escolas, faculdades, institutos e outras instituições em iniciativas que visem a formação do designer;

Colaborar na estruturação dos estágios de profissionalização organizados por organismos públicos ou privados;

Estabelecer acordos ou protocolos com organizações nacionais, internacionais e estrangeiras com objetivos afins;

Acompanhar a situação geral do ensino do design e dar parecer sobre todos os assuntos relacionados com esse ensino; n) Registar a autoria dos trabalhos profissionais, nos termos da lei;

Colaborar na organização e regulamentação de concursos que se enquadrem nos seus objetivos e participar nos seus júris

ASSOCIAÇÃO, ORDEM E SINDICATO

Existem três movimentos de base profissional: o primeiro é referente a associações profissionais de estatuto jurídico, o segundo é alusivo a associações públicas mais conhecidas como ordens e o terceiro refere-se aos sindicatos existentes.

Em 1974, com a instauração da democracia, estabeleceram-se os princípios de liberdade de associação. Ficou então definido que apenas os sindicatos e as associações públicas poderiam participar como órgãos de consulta ou decisão pública, mas com autonomia em relação ao estado. (Rodrigues, 2012, p.57)

No entanto, nesta altura, originaram o restabelecimento dos princípios dos direitos de liberdade associativa, deram origem ao aparecimento de um maior número de movimentos associativos de base profissional. (Rodrigues, 2012, p.57-58)

Foi aprovada a criação de novas ordens profissionais, em 1997 e 1998, dando lugar a associações públicas de base profissional com estatuto equivalente ao das ordens profissionais que haviam nascido por via legislativa. (Rodrigues, 2012, p.58)

Por outro lado a falta de clarificação na definição de objetivos e critérios criou conflitos institucionais na formação das associações profissionais. (Rodrigues, 2012, p.59)

Neste momento, existe a Agência de Avaliação e Acreditação dos cursos do Ensino Superior que avalia e certifica os cursos enquanto que os peritos de instituições científicas elaboram estudos para a criação de novas ordens. (Rodrigues, 2012, p.60)

Quanto às associações públicas, podem ser definidas como ordens profissionais que possuem um regime especial, consagrado na lei, e uma relação particular com o estado, diferentes das restantes associações. Para estas existem competências de definição de acesso à profissão, a criação de regras práticas e morais e ainda o poder de disciplinar. (Rodrigues, 2012, p.59) As Ordens detêm o reconhecimento público, a capacidade de intervenção pública e a defesa do estatuto profissional ou mesmo condições de acesso à profissão. (Rodrigues, 2012, p.60)

As associações profissionais privadas são órgãos com um estatuto semelhante às associações culturais, recreativas ou de interesses geral. (Rodrigues, 2012, p.56) Nestas associações, existe liberdade de adesão, mas não têm reconhecimento por parte do estado, podendo, no entanto, serem ouvidas em assuntos que o Estado solicite.

Uma parte dos profissionais aspira a que as associações profissionais ascendam a ordem porque lhes trará maior notoriedade, poder de decisão e intervenção. No entanto, existem ainda muitos profissionais que não consideram esta ascensão como a melhor opção devido à elevada rigidez dos modelos de representação.

“Há hoje por parte de muitos profissionais, a percepção que uma ordem profissional, que já foi muito ambicionada, pode ser contraproducente, pois as ordens tendem a não conseguir adaptar-se com rapidez às mudanças de mercado – as ordens são instituições corporativas, com custos de manutenção elevados que recaem sobre os profissionais que tutelam e protegem.”

(Falcão, 2015, p.70)

Relativamente aos sindicatos, estes surgem da necessidade de pessoas da mesma classe se organizarem para conquistar e defender os seus direitos e interesses. Juntos tentam superar as condições desfavoráveis. (P.36 Vieira)

“Homens e mulheres que lutam por direitos sociais e pelo estabelecimento de relações de trabalho mais justas” (P.37 Vieira)

O sindicato não trata apenas problemas coletivos decorrentes do exercício da profissão, preocupa-se também com as condições sociais da classe enquanto cidadãos. Nestes casos a ação sindical está direcionada para questões extraprofissionais.

Os tipos de sindicatos mais comuns são os sindicatos laborais, ou seja, os sindicatos de trabalhadores que têm como objetivo a defesa dos interesses dessa categoria e condições mais favoráveis juntos dos seus patrões. Existem ainda os sindicatos patronais, que se definem como sindicatos de patrões e empresários que pretendem defender os interesses da sua categoria económica, e procuram condições mais favoráveis junto a parceiros e fornecedores. Estes sindicatos são também responsáveis pela negociação das convenções coletivas de trabalho.

O ASSOCIATIVISMO CONTEMPORÂNEO

O associativismo no séc. XXI, depara-se com novos desafios, sentindo os efeitos de uma crise mundial. As alterações vividas pela sociedade, a nível social, económico, político, cultural e evolução tecnológica exigem novas formas de ação que deem resposta aos interesses e problemas suscitados por este fator. (Rasteiro, 2016, s.p)

O associativismo tem de responder aos novos paradigmas, assumir as mudanças e agir em conformidade, procurando assumir um papel de intervenção.

“É fundamental que as associações se mantenham ativas, abertas ao exterior e recetivas à mudança, procurando novas formas de agir, indo ao encontro das necessidades das comunidades e procurando colaborar na resolução dos seus problemas.”

(Rasteiro, 2016, s.p)

A sociedade, cada vez mais, tem apelos ao individualismo e o associativismo permanece como uma forma agregadora na atualidade. Tanto nos países industrializados como nos que já estão num estado, denominado de pós-industrialização (Tofler), esse efeito é notável.

As associações, ocupam um lugar de destaque nas formas de ação socialmente reconhecidas. É por vezes indispensável para responder as carências dos sistemas económicos e políticos dominantes. Estas continuam a desempenhar funções de interesse comum e muitas delas, por delegação do estado ou em sua representação, no domínio da ação social e cultural. A variedade dos tipos de ação associativa está em alargamento, por exemplo Bombeiros Voluntários, Casas do Povo, Comerciantes, Consumidores, Deficientes, de Investigação etc. (Ventura, 2006)

As associações profissionais têm evoluído para a defesa de novos interesses. Neste sentido foram descobertas novas necessidades sociais e novos campos de envolvimento, contudo mantiveram a autonomia jurídica e judicial. (Ventura, 2006)

Na associação clássica o propósito era potenciar a ação individual em função dos objetivos, direitos e interesses, multiplicando o seu alcance e eficácia. No fundo, a finalidade era chegar onde o individuo isolado não teria conseguido individualmente. A ação proporcionada pela associação, vinha em benefício direto para os associados. Estes associados, que por

sua vez, contribuía financeiramente através de quotas e possuíam disponibilidade para assumir cargos sociais. (Ventura, 2006)

No associativismo contemporâneo, a novidade é o surgimento de novas figuras no interior da organização. As exigências técnicas do serviço prestado pelas entidades associativas exigem pessoas, cada vez mais, qualificadas e profissionalizadas. Esta realidade não seria compatível com o espírito de entre ajuda e amadorismo anterior. (Ventura, 2006)

Nos dias de hoje é crescente o número de associações recorre a outras figuras para desenvolver o seu trabalho. Por esse motivo os beneficiários da ação são agora, para além dos associados, outras pessoas que não são associados, mas que necessitam dos serviços da associação e pagam pelo serviço usufruído. Isto porque as associações perceberam que apenas com as quotas não conseguiam fazer face às despesas de uma instituição desta dimensão e criaram estes meios complementares para obter rendimentos e continuar o seu funcionamento. (Ventura, 2006)

As associações, nos dias de hoje, recorrem cada vez mais aos subsídios e concursos públicos. Contudo esta não é a única forma de subsistência, pois existe também a consulta ao público alvo enquanto *sponsors* na qualidade de contribuintes regulares com o propósito de apoiar uma atividade cujos fins são da sua concordância. (Ventura, 2006)

SÍNTESE CONCLUSIVA

Neste capítulo focaram-se duas grandes áreas. A primeira, relacionada com o Design, em que o objetivo era perceber como surgiu o design bem como se institucionalizou como profissão para a indústria. A segunda, mais focada no associativismo, em que se pretendeu compreender o que é o associativismo, bem como quais as diferenças deste modelo face a outros modelos de agregação. Pretendeu-se ainda discernir quanto as associações de Design Portuguesas que actualmente se mantêm activas e perceber o que é o associativismo no contexto atual.

Portugal, tentava alterar o paradigma do desenvolvimento da indústria com baixa produtividade e falta de pessoas especializadas no sector. O país, que até então se limitava a copiar modelos estrangeiros, necessitava de modernizar a sua indústria para aceder a mercados externos. É então que se toma consciência da importância do design.

Embora, inicialmente, o termo usado fosse “estética industrial”, mais tarde ficou consolidado o conceito como “Design”.

Sentiu-se a necessidade de abrir cursos de design nas escolas superiores de Belas-Artes de Lisboa e Porto para colmatar a falta destes profissionais. Este foi o primeiro passo da institucionalização do design em Portugal. O reconhecimento do ofício pela instituição “universidade” e a consequente validação da conduta profissional criam a identidade do designer.

O design passa a ser profissão quando subsiste a necessidade de adquirir especialização para o seu exercício e começa a haver procura no mercado. Este profissional formado detém conhecimentos que dão segurança tanto a si próprio, que passa a ter controlo sobre o trabalho, como ao empregador.

O trabalho do designer, pressupõe a realização de projeto antes da concretização, e é através desse projeto que se procura antecipar e responder às necessidades do utilizador.

A complexidade do design não se dissocia da profissão, pois nele o profissional aplica todos os seus conhecimentos, vivências e saberes.

O associativismo teve as suas origens em guildas e confrarias do séc. XVI e XVII.

Este tipo de associativismo começou por ser uma união de pessoas ligadas à igreja, contudo foi evoluindo ao longo dos tempos deixando de estar circunscrito somente ao sector religioso e passando a ser reconhecido como unificador de classes trabalhadoras.

Em Portugal, o 25 de abril de 1974 veio despoletar a participação mais ativa dos cidadãos na sociedade, e foi esse o período da história em que se verificou a maior força do associativismo.

O associativismo tinha o propósito de unir as pessoas em prol dos seus objetivos, direitos e interesses. Tentava-se agregar pessoas da mesma área, com dificuldades e ambições comuns. Estas pessoas, em conjunto sabiam poderiam atingir mais rapidamente as suas pretensões do que se agissem individualmente. Quanto maior e mais coeso fosse o grupo, maior o poder de negociação junto de outras entidades. Esta cooperação entre os pares conduziu à satisfação coletiva e consequentemente à individual de cada um.

Cada vez mais, a alteração dos mercados afeta a competitividade das empresas e dos profissionais por conta própria. O facto de se estar melhor preparado e de se atuar de forma conjunta traz sempre vantagens competitivas aos profissionais.

Ao olhar-se para a história das associações portuguesas de design percebe-se imediatamente os feitos destas associações. A APD, em especial, fez um trabalho notável nos primeiros anos do exercício das suas funções. No entanto, neste momento, parece estar um pouco desorientada, e sem rumo definido. Aparentemente, não está a desenvolver atividades, publicações ou exposições, nem a apoiar os designers como seria desejável. Está longe da importância inegável do seu início.

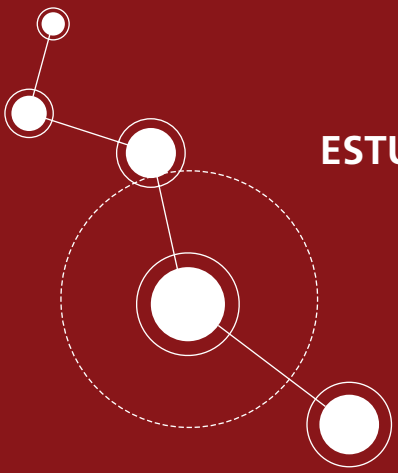
A associação AND, que surgiu depois, conta, no seu website, muito pouco sobre a sua criação. Embora tenha realizado algumas ações consideradas mais valias para o design, fica, ainda assim, aquém na comparação com o trabalho efetuado pela APD. Atualmente, desenvolve apenas um evento por ano, que pode denotar pouco empenho da parte dos seus atuais dirigentes.

Após o estudo às associações portuguesas tentou-se perceber que outro tipo de união coletiva existe, e se poderiam vir a ser úteis à prática do design. Fez-se então o paralelo com os três principais modelos usados na agregação de profissionais: Associação, Ordem e Sindicato. Estes com o intuito de encontrar aquele que melhor conseguisse representar os designers.

Conclui-se este capítulo com uma breve análise sobre o que é o associativismo na sociedade contemporânea. Constata-se que as associações têm evoluído, muito internamente, de forma a melhorar se adaptarem-se aos novos desafios da sociedade.

As associações passaram a fornecer os seus serviços quer aos associados, quer a outras pessoas ou entidades neles interessados. Os profissionais, por sua vez, tornaram-se mais rigorosos ao pertencerem a uma associação com um investimento. Contudo estes exigem retorno, como por exemplo com uma voz ativa e participação na própria dinâmica associativa.

O surgimento de novas figuras, dentro da associação, tornou-se indispensável para a múltiplas tarefas que pretendem desenvolver. Considera-se que o apoio aos sócios deve ser abrangente às áreas em que eles o necessitam. Ao mesmo tempo, e para fazer face a este acréscimo de despesas de um órgão de maior dimensão, as associações encontraram novas formas de financiamento.



ESTUDO DE CASOS

INTRODUÇÃO

Após se ter analisado o contexto do associativismo em Portugal e se ter procurado perceber como se constituem e funcionam as associações portuguesas nos nossos dias, surgiu a necessidade de analisar também outras associações espalhadas pelo mundo. O principal objetivo centrou-se em enriquecer os conhecimentos sobre o funcionamento e dinâmicas das associações nos seus próprios países. Tentou-se abranger, países em vários pontos estratégicos, assim como, e em todos os continentes.

Por forma a tornar viável esta investigação optou-se por efetuar uma divisão em duas fases distintas. A primeira fase consistiu na pesquisa de uma amostra de associações pelo mundo onde se selecionaram países com uma vasta área geográfica. Este aspeto é bastante diferente da dimensão geográfica de Portugal. O foco de interesse incidiu especialmente nas diferenças culturais, económicas e sociais desses países relativamente a Portugal.

Desta forma, os países selecionados foram Estados Unidos da América, o Brasil, a Rússia e a Austrália. Todos os continentes foram representados neste trabalho com exceção da África, por não existirem informações sobre associações, pois a que existe Design South África (DSA) não tem, neste momento, site ativo.

No que concerne a associações de design, com expressão no resto do mundo, evidencia-se a Internacional Council of Design (ICO-D ou Ico-grada) uma organização mundial para profissionais do Design, que agrega diferentes organizações profissionais, organismos de promoção, meios e instituições de educação de design.

Contudo, numa segunda fase, decidiu-se dar uma maior incidência às associações europeias devido à sua proximidade geográfica com o nosso país, à semelhança cultural e à sua dimensão. Sendo estes aspetos mais próximos da realidade de Portugal poderiam encontrar-se soluções aplicadas nessas associações, e mais facilmente adaptáveis ao nosso contexto.

A organização que se evidencia, relativamente ao contexto Europeu, é Bureau of European Design Association (BEDA) pois é considerada universalmente uma grande referência na área do design dentro da Europa. Esta entidade reúne 46 organizações, como centros de promoção, associações profissionais e comerciais de toda a Europa no design.

Na Europa, optou-se por analisar países de diferentes tamanhos, em termos geográficos, bem como, economicamente diferentes. Os países analisados foram: Inglaterra, Espanha, Holanda, Dinamarca, Itália, Áustria, Noruega e Estónia.

Dividiram-se e organizaram-se os países por área geográfica e procedeu-se à análise, onde se recolheram os elementos mais importantes na constituição das associações. Teve-se ainda em conta a abrangência, classificando a tipologia e características dos seus associados, tal como: o valor das quotas, as iniciativas que promovem, como se organizam, os benefícios que disponibilizam aos sócios, que tipo de publicações apoiam, entre outros aspetos.

ANÁLISE DESCRITIVA DA TABELA

As associações mais antigas que encontramos são a associação dos Estados Unidos da América, as associações italianas e uma da Áustria, criadas antes de 1960. As mais recentes foram criadas depois do ano 2000 como é o caso da Associação Brasileira e da Associação Dinamarquesa. Esta última foi criada a partir de duas associações que já existiam em 2014.

Quanto ao número de sócios constata-se que há países, como os Estados Unidos da América, que têm 25.000 membros, também em virtude da sua maior população. A Rússia e a Austrália estão equiparadas, em percentagem de associados. O maior número de associados na Rússia é justificado pelo maior grupo populacional. Relativamente ao Brasil, a associação só representa empresas, e tem cerca de 110 associadas, podendo cada uma ter vários colaboradores associados. O elevado número de associações no Brasil acaba por dispersar os designers de acordo com a sua especialização, como por exemplo, existem associações direcionadas para designers de produto, para designers de comunicação, etc.

Nas associações da Europa verifica-se que o número de membros varia entre 140 a 1.500, dependendo da associação. As duas associações da Europa que mais se destacam, em termos de membros são a associação da Inglaterra e a da Holanda.

As áreas de atuação, conforme a amostra recolhida, dividem-se em duas grandes opções, uma inclui todos tipos de design (comunicação, produto, moda e interiores), outra apenas nas áreas de design gráfico e comunicação. Existem associações cujos membros advêm de empresas, agências e departamentos internos, mas também existem outras, os seus membros são profissionais e estudantes de design e ou ainda, são compostas por estudantes, profissionais e empresas.

Quase todas as associações são administradas por um conselho de administração, que normalmente encontramos-los à frente de empresas e não de associações.

O valor médio das quotas associativas, é de 205,13€/ano (considerando como base, os valores de contribuição para um designer profissional), ou seja, cerca de 17€/mês. O PIB per capita (Produto Interno Bruto) é um valor que nos indica o grau de riqueza de um país. Através deste indicador conseguimos comparar as quotas dos vários países analisados na tabela.

Assim, percebemos que os 297, 02€ anuais que se pagam, no Brasil, para se pertencer à associação é um valor bastante alto quando comparado com a quota da Holanda de 269€, porque o nível de vida da Holanda é muito superior ao do Brasil. Estes valores pagos são comparativamente da mesma ordem de grandeza.

Já na Dinamarca o valor é de 590,84€ anuais e parece-nos à partida um valor elevado, mas se fizermos a comparação, com o PIB do seu país, percebe-se que é um valor modesto. Se compararmos entre o Brasil e a Dinamarca constata-se que o valor pago no Brasil, face ao respetivo PIB, é um valor bastante elevado.

Analisando os objetivos das associações, encontramos algumas perspectivas partilhadas pelas associações:

- Representar os designers profissionais, tanto a nível nacional como internacionalmente;
- Promover e valorizar o design, bem como, o papel dos designers na sociedade;
- Promover o crescimento do mercado de design;
- Salvaguardar os interesses dos profissionais a nível financeiro, jurídico e social;
- Suportar os profissionais no desenvolvimento do seu trabalho, bem como, apoiar o crescimento dos seus negócios;
- Disseminar práticas rigorosas em termos de qualidade profissional, e garantir o nível de competência;
- Encorajar e facilitar contatos comerciais e sociais entre membros e/ou organizações;
- Estabelecer um quadro jurídico de reconhecimento da profissão, bem como, relações de trabalho justas e produtivas.

Tendo por base estes objetivos realizam-se diversos eventos que variam de associação para associação mas tem sempre uma base comum: as conferências, as formações, as palestras, as exposições, os festivais, os prémios, os workshops, o aconselhamento e promoção de encontros entre associados.

Para além destes, existem outros eventos e atividades específicos de cada associação, adaptados aos seus membros, à sua cultura e objetivos, como por exemplo as Creative Mornings, Web Casts, Programa Mulheres

Líderes, Fronteiras do Design, Semana Design, Atividades de Desenvolvimento Profissional, Mentor Programs, Sessões de Intervenção, Cursos In Company, Help Desk, Grupos de Projeto, Business by Design, Jantares de sócios, entre muitas outras atividades.

As tipologias de publicações são variadas, boletins semanais, revistas, relatórios, guias, documentos informativos, livros, manuais, catálogos e artigos.

Os benefícios destas associações são bastante diversos, passam pelo acesso a eventos e atividades para membros, aconselhamento e serviço jurídico, disponibilização de documentos importantes, acesso a publicações e estudos do setor, uso da marca da associação como garantia de qualidade, seguros a preços mais competitivos, portefólio de membro no site da associação e descontos disponíveis gratuitamente para eventos, atividades, formações e exposições.

Para conhecer detalhes das associações descritas supracitadas consultar apêndice 1 e 2.

4 CASOS NOTÁVEIS

Das associações trabalhadas selecionaram-se quatro para analisar com maior profundidade. Os critérios, que regularam a escolha destes quatro casos, foram examinados com detalhe sendo eles: Tempo, Dimensão, Número de Sócios e Proximidade.

O Tempo, porque interessa perceber como funcionam associações mais recentes, detentoras de um espírito mais contemporâneo; A Dimensão porque, sendo Portugal um país pequeno em termos populacionais, interessa perceber como é que funcionam as associações de países grandes, mas também as dos mais pequenos e concluir sobre as diferenças. O Número de Sócios, porque sabe-se que uma associação que tenha um grande número de associados, vai enfrentar problemas de resposta muito diferentes do que as menores, mas também, vai obter receitas diferentes e por isso há necessidade de concluir sobre preços de quotas, capacidades de resposta, etc; e finalmente Proximidade, pois pretende-se conhecer países com contextos geográficos e culturais próximos ao nosso, bem como outros mais distantes.

Este estudo incidiu apenas sobre as associações, e não sobre ordens e sindicatos por ser impossível nesta fase uma análise tão profunda. As ordens e sindicatos obrigariam a perceber o ordenamento legal e jurídico dos diferentes países que condiciona e molda as respetivas atuações. Quando aplicados os critérios constatou-se que o Brasil era a associação formada há menos tempo, datada de 2005. A Austrália foi selecionada para esta análise mais detalhada, por ser um país de grande dimensão geográfica e por estar bastante distante do nosso país. A Holanda foi escolhida porque é das associações da Europa com uma maior percentagem de associados. E por fim, a Espanha, um país geograficamente próximo, com um contexto idêntico ao Português porque também recorreu a ajuda financeira da Europa.

Sobre estas associações pretendia-se saber mais sobre vários temas, tais como: as formas de financiamento que encontraram para se sustentarem, se têm as infraestruturas necessárias à realização de eventos na própria associação se é comum fazerem parcerias, conhecer em mais detalhe como funcionam os cursos (horas de formação, quais os temas abordados, entre outros), que tipo de eventos ou programas são desenvolvidos, como funcionam os serviços jurídicos e aconselhamento, e se para além das atividades descritas no site desenvolviam mais alguma que considerassem de relevo.

Estas questões colocadas às associações, por email, podem ser consultadas no apêndice 3.

Espanha

Relativamente à associação Espanhola, Associació de Dissenyadors Professionals (ADP), após várias tentativas de contacto com a associação, até ao momento, não foi possível obter resposta.

Austrália

Na associação Australiana, Australian Graphic Design Association (AGDA) procurou-se saber quais as principais fontes de financiamento desta associação: se são por quotas; os valores que advêm das taxas de inscrição (1/3 da receita total) nos eventos e prémios; patrocínios e parcerias.



Fig 4 | Logotipo AGDA
Fonte: LinkedIn associação (2018)

Estes valores são usados na associação, tanto para o normal funcionamento, como para financiar os programas e eventos que a associação promove, a formação com programas de Desenvolvimento Profissional e Mentoring, os prémios, as publicações, as exposições e em atividades de sensibilização para inclusão do uso de design na Indústria.

Um dos eventos mais relevantes desta associação é o prémio **AGDA Design Awards**, criado em 1992, na altura realizado de 2 em 2 anos até 2014, data a partir da qual passou a ser realizado com uma periodicidade anual. A última a realizar-se foi a 15ª edição, no ano de 2017.



Fig 5 | Banner AGDA Design Awards
Fonte: UNSW Sydney (2017)

Neste caso trata-se de um prémio, que reconhece os melhores trabalhos realizados na Austrália nas várias áreas a concurso. O objetivo é promover a discussão sobre o design e estimular o processo criativo na indústria. Esta gratificação dá destaque a todas as gerações desde estudantes de faculdades e universidades ou até aos profissionais considerados de topo no Design. (“AGDA Awards,” 2017)

As categorias em prova são: marcas, gráfico, revistas e jornais, livros, embalagem, digital, crafts, interiores, design for good e effectiveness. Os critérios usados para a avaliação de trabalhos são expressão inovadora, execução do conceito e relevância para o público alvo. (“AGDA Awards,” 2017)

Os designers candidatam-se aos prémios através de um processo de candidatura online onde fornecem todas as imagens, direitos e comprovativo de pagamento da inscrição. Na última edição, participaram entre 250 a 300 entidades, sejam elas ateliers, agências ou designers individuais, num total de 800 a 1000 candidaturas.

Os júris que avaliam estes trabalhos são um grupo de criativos conceituados, tendo o compromisso de destacar os melhores trabalhos e fornecer à indústria as melhores referências criativas. A avaliação de todos os trabalhos

é feita previamente de forma individual por cada elemento do júri, e só depois é que os júris se reúnem durante 3 dias num armazém para avaliarem os trabalhos em conjunto. Todos os trabalhos são apresentados de forma anónima. Consequentemente a associação permite que as agências a que os jurados pertencem possam integrar a competição com trabalhos seus, no entanto, são excluídos de avaliar o seu trabalho ou qualquer outro em que tenham colaborado. (“AGDA Awards,” 2017)

Os vencedores da competição são anunciados num jantar de Gala e apresentação, bem como a entrega de prémios realizados em novembro de cada ano. No ano passado, a cerimónia foi realizada em Canberra, no entanto, a cidade anfitriã é alterada todos os anos, entre as diferentes cidades e sucursais da associação. (“AGDA Awards,” 2017)

Os preços para assistir a esta cerimónia (com jantar) são de 73€ para membros e 109€ para o público em geral. Para os estudantes, há uma condição especial em que a primeira apresentação é gratuita. (“AGDA Awards,” 2017)

Este evento conta com o patrocínio de importantes empresas e instituições como a Adobe, o Museum of Applied Arts & Sciences, a Media Super, Artisan entre outros. (“AGDA Awards,” 2017)

Realizam-se 3 modelos de palestras diferentes:

- **First Five Out**, onde discursam designers que se formaram há pelos menos 5 anos, partilhando com o público os seus primeiros anos de profissão e mostram como se afirmaram no mercado de trabalho. Normalmente, neste tipo de palestras participam três oradores por sessão, mas o número de convidados pode variar de acordo com o formato do evento. É uma palestra paga, no entanto, os membros da associação têm um preço reduzido. São realizadas uma vez por ano, em apenas 3 ou 4 filiais da associação. A audiência varia conforme o tamanho da filial, nas maiores assistem cerca de 100 pessoas, enquanto que nas mais pequenas cerca de 40. (“AGDA - Home,” n.d.)

- **Talk e Q&A** consiste numa conversa com um orador convidado, que algumas vezes permite perguntas da audiência. Para este evento são trazidos vários tópicos ao contrário do modelo anterior. Em cada sessão existe apenas um convidado. É um evento que é pago e a audiência varia muito. Se for um orador nacional, a média é 75 pessoas a assistir, se for um convidado internacional pode ir até 300 pessoas como foi o caso do designer Stefan Sagmeister. (“AGDA - Home,” n.d.)

• **Pecha Kucha** é um tipo de palestra que se caracteriza por ter um discurso rápido pois, a apresentação é feita com slides que mudam a cada 20 segundos. Este tipo de palestras possibilita conversas rápidas e enérgicas que conseguem captar a atenção da plateia. Cada sessão de pecha kucha têm 7/8 convidados, em que cada um apresenta um determinado tópico durante 7 minutos. É um evento pago. Há uma filial Nueva Gales der Sur, que opta muito por este tipo de evento. Normalmente realizam-se uma ou duas vezes por ano. (“AGDA - Home,” n.d.)

O **Mentorship** é um programa em que um designer sénior é mentor de um designer recém-formado. Os dois reúnem-se, regularmente, para discutir trabalhos e trocar ideias e conselhos sobre a melhor forma de entrar no setor. (“AGDA - Home,” n.d.) Este programa é gratuito. Existe também o programa **Professional Mentor Program**, onde jovens designers que têm entre 3 a 5 anos de carreira, são orientados por um designer sénior em assuntos mais avançados, como por exemplo negócios e planos de carreira. Este programa tem um custo para os associados.

A associação não possui instalações para realização de eventos, dependendo da escala e do tipo de evento, são reservadas as salas mais apropriadas, tal como salas de teatro, salas de eventos ou outras.

Quanto aos serviços de assistência jurídica, a associação tem um parceiro, que fornece aos membros uma consulta gratuita. Para além disso, tem alguns documentos legais disponíveis para membros com termos e condições que podem usar para com os seus clientes.

A associação AGDA associa-se a outras organizações similares (associações nacionais em áreas diferentes, ou associações da mesma área no estrangeiro) porque é uma forma de se conseguir promover a si e aos seus membros, permitindo acesso a um maior número de eventos, mais variados, com a oportunidade de um maior enriquecimento profissional.

A AGDA de Western faz regularmente parcerias para eventos com o Perth Advertising & Design Club (uma organização sem fins lucrativos, fundada em 1981, por pessoas que fazem comunicação comercial na Austrália Ocidental) Assim, a filial da AGDA do South Austrália estabelece uma parceria com o Australian Antarctic Data Centre. Esta associação promove ainda os melhores prémios administrados pela Designers Institute Nova Zelândia e tem um acordo que permitem aos associados da AGDA participar nas suas competições a preço de membro.

A associação destaca outros eventos que considera relevantes:

International Speaker Tours em que um orador internacional se desloca a várias cidades para dar as conferências. E o National Speaker Tours no mesmo modelo que o anterior, mas para oradores australianos.

Workshops de competências criativas ou competências empresariais. Normalmente os workshops tem poucas vagas cerca de 10-20.

Design Means Business em que 3 designers e um cliente falam/discutem sobre um projeto.

Speed Dating para estudantes que acabaram recentemente a sua formação, discutirem e apresentarem o seu portefólio a um profissional da área. No máximo são feitas 4 sessões.

Shot Down onde 3 designers falam sobre um projeto que foi recusado por um cliente e tentam identificar os problemas que levaram a essa recusa.

After Hours um evento gratuito realizado num bar ou num gabinete/agência de designers locais.

Where to From Here onde um designer sénior e um designer júnior do mesmo atelier fazem uma palestra no formato Talk Q & R.

New Frontiers um evento onde 3 oradores falam sobre novas tendências da indústria.

Brasil

A associação do Brasil, Associação Brasileira de Empresas de Design (Abedesign) desenvolve o seu financiamento de três diferentes formas. A primeira, através da contribuição dos associados que poderão ser escritórios de design ou entidades institucionais, que têm interesse no setor do design. Poder-se-ão identificar nestas, a indústria, a instituição de ensino e as entidades do governo. A segunda, é financiada através de eventos da associação. A terceira, sob a forma de prestação de serviços, pois a associação desenvolve os projetos do associado, ou de um parceiro e em troca recebe uma percentagem dos lucros, ou cobra para fazer o trabalho. A associação chegou mesmo a dar um exemplo, com um projeto que eles desenvolvem, em que denominaram “Brain Tech” e a associação foi interlocutora de um órgão do governo que se chama Brain. Para a Brain, a associação é um prestador de serviço e recebe uma percentagem dos lucros do projeto que está a administrar. A associação responsabiliza-se pelas metodologias aplicadas, pela alocação do Projeto e pelos recursos financeiros.

ABEDESIGN
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE DESIGN

Fig 6 | Logotipo Abedesign
Fonte: Site associação (2018)

Desenvolvem também o prêmio **Brasil Design Award** (BDA) conhecido como o “prêmio dos prêmios”. Este prêmio visa ampliar a visibilidade e reconhecimento dos designers brasileiros, estabelecendo as referências de excelência em design no Brasil. (“Brasil Design Award - Design Brasil,” n.d.)

O BDA escolhe anualmente os melhores trabalhos brasileiros premiados em competições nacionais e internacionais selecionadas. (“Brasil Design Award- Design Brasil,” n.d.) Internacionalmente, são consideradas as competições, iF DESIGN AWARD, Cannes Lions, Idea Internacional, London International Awards, Pentawards, D&AD, Red Dot e El Ojo e nos prêmios nacionais são consideradas as competições do Museu da Casa Brasileira, Salão Design, Wave Festival, Colunistas (etapa nacional), ABRE, Embalagem Marca, Embanews e Idea Brasil. (“Brasil Design Award,” 2013) Os premiados nestas várias competições recebem uma pontuação de acordo com a sua prestação e os respetivos desempenhos nas competições. A partir dessa pontuação é criado um ranking e distinguido o vencedor. (“Brasil Design Award- Design Brasil,” n.d.)

As três grandes categorias em prova são Design Produto com casa, urbano e bem-estar, seguidamente, de Design Comunicação com digital, impresso, branding, ambiente e promoção e a última categoria é Design de Embalagens que se subdivide em alimentos, bebidas, produtos e equipamentos, roupa, sapatos e acessórios. A melhor participação da noite é anunciada como “Grande Prêmio”. Para esta competição, como não há inscrições também não há preços de participação. (“Brasil Design Award- Design Brasil,” n.d.)

Os júris que avaliam os trabalhos em prova são credenciados, do próprio país ou internacionais, especializados na área do design ou noutras. A entrega dos prêmios BDA é uma cerimónia que acontece na Brasil Design Week. Esta cerimónia, conta com a participação de empresas de design, de empresas que investem no design, de instituições do setor, e personalidades. (“Brasil Design Award- Design Brasil,” n.d.)

A última edição deste evento foi a 5 de dezembro de 2016, na escola Britânica de Artes Decorativas, em São Paulo. Assistiram 170 convidados e houve 22 premiados nas várias categorias. (“Brasil Design Award- Design Brasil,” n.d.)

Após contato com a associação confirmou-se que em 2018 o BDA contará com novo formato e categorias que permitirão a participação alargada a todas as pessoas que queiram concorrer.

A associação desenvolve o **Projeto Brasil Design** que consiste na tentativa de promoção do design brasileiro a nível internacional. É um projeto apoiado pela Apex Brasil (Agência de Promoção e Exportação), esta agência do governo quer promover produtos brasileiros no exterior e, consequentemente, as exportações. O Projeto Brasil Design é um projeto setorial que garante a qualidade do design brasileiro no mercado internacional desde 2006. Este projeto, oferece ao mercado um bom conhecimento da cultura brasileira, e ao mesmo tempo tenta afirmar o seu posicionamento. Existe, ainda, uma série de ações de promoção de imagem, promoção comercial e ações estruturantes que visam o fortalecimento dos setores produtivos brasileiros no mercado internacional. (“Brasil Design Award- Design Brasil,” n.d.)

Aos longo destes anos, já realizaram diversas iniciativas, nomeadamente:

- Comparecer no maior evento de criatividade mundial “Festival Cannes Lions” com um stand institucional e subsídio para a criação de peças.
- O Projeto comprador, em que durante a Brasil Design Week é promovido um encontro com potenciais clientes internacionais e agências de design brasileiras, procurando fomentar negócios entre as duas partes.
- O projeto de imagem que promove o envolvimento de profissionais da imprensa internacional para conhecerem o setor do design e as empresas Brasileiras.
- As Missões Empresariais Internacionais em que o participante tem a oportunidade de visitar agências de design internacionais, associações e museus ligados ao design, além de poder realizar negócios com potenciais clientes.
- Esta ação é direcionada para o mercado do Perú e Colômbia com objetivo de promover a exportação de serviços de design brasileiros. (“Brasil Design Award - Design Brasil,” n.d.)

Este Projeto Brasil Design, tem a duração de 2 anos, e a cada 2 anos é reiniciado novamente com diferentes empresas. Neste momento, o último projeto foi finalizado em 2016 e está em processo de renovação. Este projeto não tem custos para os membros da associação, por ser em parceria com o governo.

Fronteiras do Design é mais um dos eventos desenvolvidos pela associação. Teve a sua primeira edição em 2016. O evento tem como objetivo refletir e dialogar sobre as novas dinâmicas corporativas, procurar novas



Fig 7 | Fronteiras do Design - Publicidade
Fonte: Site associação (2017)

formas de entender e resolver desafios e problemas complexos. O design tem vindo a ampliar as suas fronteiras de atuação, sendo hoje em dia, considerado uma das ferramentas estratégicas para as empresas. (“Fronteiras do Design,” n.d.) Este evento foi projetado para ter um conjunto de pequenas palestras individuais e no final destas, iniciam-se conversas entre assistência e oradores. Tem uma boa adesão. O preço para os membros é de 25,29€ e para os não membros é de 37,94€. (“Fronteiras do Design,” n.d.)

O **Festival ID** tem o intuito de reunir diferentes temas sobre a mesma ótica, cativar a atenção e participação de profissionais de renome bem como temas de grande impacto no futuro da sociedade. Nos eixos temáticos podemos aferir a tecnologia, a economia, a estratégia e o comportamento. (“Festival ID,” n.d.) Na primeira edição abordaram temas como: Startups orientadas para o design; O impacto social do design; Ideias criativas; Empresas de Design; Pensamento criativo; Tecnologia – a internet das coisas; Procura e inovação; Marcas e felicidade. (“Festival ID,” n.d.)

O festival foi criado em 2016, vários keynotes especializados abordaram os temas a supracitados. No entanto, segundo a associação, por já haver muitos festivais que abordam temas parecidos, optaram por não realizar novamente este evento. Por este motivo, vão mudar o formato para passar a ser uma plataforma de conteúdos. Apesar desta decisão, verificou-se que na primeira e única edição, o festival obteve uma adesão de público muito grande.

A associação tem também um programa em específico realizado nas suas sucursais, denominado **ABEDSIGN+(nome da sucursal)**. Normalmente, cada encontro tem 1 tema central, que é definido de acordo com os interesses dos membros, bem como de acordo com a economia local. Tem 1 orador principal e 2 ou 3 convidados, varia muito de acordo com a pessoa que organiza o evento, tendo em atenção se consegue ou não trazer convidados de outras sucursais. Habitualmente, estes eventos acontecem durante 1 ou 2 dias, e são organizados em espaços fora da sucursal da associação. A Abedesign, não tendo estruturas próprias, usa alguns espaços cedidos por parceiros, salas de teatros, estruturas do governo, até em espaços da Google.

As sucursais da associação organizam outras atividades como workshops ou open studios em que designers vão visitar um terminado escritório ou agência de design.

A associação referiu também que todos os eventos da associação são pagos e que esta medida surgiu depois de terem situações em que muitas pessoas confirmavam a sua presença, mas depois não apareciam. Para evitar estas situações, a associação, opta sempre por cobrar uma taxa de adesão mesmo que baixa, para garantir que as pessoas que confirmam a sua presença se comprometem e comparecem.

A **Semana Design Rio** tem como objetivo aproximar profissionais do público em geral, e ao mesmo tempo destacar a cidade como o polo criativo da indústria. São 4 dias com muitas atividades, palestras com profissionais, casos de sucesso do design no mercado, conversas com designers sobre temas atuais, workshops e exposições. (“Semana Design Rio 2017,” n.d.)

Algumas das atividades realizadas nessa semana, da edição de 2017 foram:

- Exposição de cartazes “De Que Fonte Você Bebe?,” uma mostra para o público com trabalhos selecionados entre alguns dos melhores escritórios de design do país, que responderam graficamente ao desafio que lhes foi direcionado.
- Exposição French Connection onde a Abbey of Design (uma residência para artistas no Rio de Janeiro) e La Tannerie (França - Bégard) apresentam trabalhos desenvolvidos sobre o tema “Conexões” por jovens designers de Paris.
- Mercado Design Rio apresenta ao público o trabalho de jovens e talentosos designers, com o suporte da Oitis55 (coletivo de pequenas empresas do Rio de Janeiro) e da organização do evento.
- Mercado Rio+Design que pretende aproximar o público da produção do design. Os objetos expostos são disponibilizados para venda, procurando difundir e vulgarizar o uso do design.
- Prémio Ela Casa Premium De Decoração, um concurso de projetos de arquitetura e design de interiores, que contempla dez arquitetos cujos seus projetos selecionados para integrarem uma exposição durante a Semana Design Rio.
- Espaço Abedesign onde os associados fornecem aconselhamento para o público do evento, falando sobre a carreira, projetos ou orientando os participantes com dicas rápidas.
- Prémio Brasil Design Award já descrito neste capítulo. (“Semana Design Rio 2017,” n.d.)

Este evento tem o patrocínio de algumas entidades como Casa Shopping, Granado Pharmacias e Sebrae, em parceria com ABEDESIGN e Revista Casa & Jardim e o apoio da Apex-Brasil. Conta com 5 edições, e mais de 12



Fig 8 | Logotipo BNO
Fonte: <http://www.wonenblog.com> (2017)

mil pessoas o visitaram no ano passado. A entrada é gratuita, no entanto, para as palestras é necessário efetuar uma inscrição. Realiza-se num armazém, em Pier Mauá, no Rio de Janeiro. (“Semana Design Rio 2017,” n.d.)

Esta associação está a rever alguns dos seus projetos, de forma a ir adaptando as necessidades dos designers, e devido a esse facto, o site não estava atualizado. Este ano, vão realizar-se reformulações em eventos como Brasil Design Award e o Festival ID que apesar de continuar a abordar os mesmos temas passará a ter o formato de plataforma.

Para além de todos estes eventos, desenvolvem também missões internacionais de capacitação e comércio onde vão para mercados internacionais à procura de oportunidades de negócio para os seus associados.

Esta associação aposta na formação, com uma agenda de cursos para as empresas de associados e para os seus funcionários. Estes cursos visam qualificar as empresas para a gestão dos seus negócios. As formações generalistas que passam pela área financeira e jurídica como contabilidade, controlo, formação de preços nível 1 e nível 2, direito societário, internacionalização e contratos. Todas as formações são gratuitas. (“Abedesign 2018 - Associado Mantedor,” 2018)

Realizam também vários estudos e pesquisas no sector para ajudar os associados a planear e a tomar decisões mais conscientes. Ao mesmo tempo que realizam essas actividades dão ao mercado informações sobre o design e ajudam na promoção do setor. As pesquisas apresentadas são: “Pesquisa semestral de clima do design brasileiro”, “Estudo de tendência do mercado de design” e “Tabela referencial de salários.” (“Abedesign 2018 - Associado Mantedor,” 2018)

Holanda

A associação da Holanda, Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO), tem um programa específico para tentar promover o crescimento das empresas. O **Driving Dutch Design**, realizado pela primeira vez em 2013, e é conhecido como um estímulo a Jovens empreendedores, talentosos e criativos. Todos os anos, em dezembro a associação seleciona 20 start-ups que se comprometem durante 11 meses a manterem-se sob orientação de um orientador pessoal, bem como a ter uma série de aulas fornecidas por um parceiro com conhecimento. As aulas abordam vários temas, desde financiamento, gestão, apresentação e comunicação. Estas aulas acontecem na terceira quinta-feira de cada mês. (“Driving Dutch Design (DDD),” n.d.)

Os tópicos abordados em cada aula são:

- Introdução - Lançamento do projeto aos novos participantes com explicação do programa anual, bem como apresentação dos orientadores;
- Projete a sua identidade – Estabelecer as bases para a comunicação da empresa. Conectar a estratégia de empresa com a comunicação;
- Construção – Fazer um plano de negócios, onde estão neste momento e para onde querem ir;
- Da paixão ao passo – Contar a história pessoal por trás da sua empresa, de forma a que toque e entusiasme os que estão a ouvir. Assim, pretende-se que os participantes ganhem confiança, o interesse de potenciais clientes e o aumento do número de investidores interessados;
- Oficina ao ar livre - Ocorre durante um fim de semana, onde para além de trabalhar se convive com os outros participantes;
- Estratégia e negociação - Aprender sobre as competências em torno de projetos, colaboração, negociação e técnicas de conversação;
- Finanças – Começar a fazer o orçamento da empresa;
- Message House – Trabalhar a construção da comunicação das empresas.
- Direitos autorais e contratos – Informação em direitos autorais e uso de contratos;
- Spot On – Ganhar as bases para saber estruturar e fazer uma apresentação. Revelar entusiasmo, mas ao mesmo tempo, ser breve e conciso;
- Plano de negócios do Designer – Como fazer um plano de negócios que lhe permite, como designer obter, por exemplo, o financiamento de um banco;
- Marketing e Aquisição - Planos para perceber melhor o que se tem para oferecer. (“Driving Dutch Design (DDD),” n.d.)

Após vários meses de trabalho, dá-se o encerramento destas sessões, o que acontece normalmente em outubro. Durante a duração deste curso acompanhado pelo seu mentor tentou-se incentivar nos participantes o lado criativo e o lado de empresarial. Este curso termina com os projetos ou serviços a serem apresentados a potenciais clientes e investidores na semana Holandesa de Design, no evento ‘Drivers Pitch Event’. (“Driving Dutch Design (DDD),” n.d.)

As experiências de todos os participantes são publicadas em livro e é realizada uma exposição onde produtos e/ou serviços criados são apresentados. (“Driving Dutch Design (DDD),” n.d.)

Este evento já vai na 4ª edição, a última foi realizada em 2017. As formações são dadas ou em Amsterdão ou na cidade de Eindhoven. Para participar neste programa é necessária a inscrição e pagamento de 350€. Todos os custos de deslocação são pagos pelos próprios participantes.

Driving Dutch Design é uma iniciativa de: ABN AMRO (um grande banco Holandês), Organização Holandesa para Designers (BNO) e Dutch Design Foundation (DDF). (“Driving Dutch Design (DDD),” n.d.)

Quanto às palestras destaca-se o modelo de Bootcamps. É um programa de ensino que foca as competências mais relevantes numa determinada área de atuação no mercado. É uma formação com duração de um dia inteiro, das 9h às 18h, que consiste em palestras de formação sobre o tema definido. (“BNO,” n.d.) Um dia de Bootcamp, como começa com uma caminhada, seguido de uma recepção com café e chá. Só depois são iniciadas as palestras/formações, duas da parte da manhã, pausa para o almoço e na parte da tarde mais duas ou três apresentações. (“BNO,” n.d.)

Este evento normalmente realiza-se uma vez por ano, é um evento pago. Os membros da associação pagam apenas 10€, para quem não é membro tem um custo de 50€. Estas formações poderão ser compostas de 10 a 100 pessoas. (“BNO,” n.d.) Os temas abordados em formações anteriores foram estes: “O que fazer como designer independente?” e “O que há mais tarde?” fornecendo uma visão geral do estado das coisas com a ajuda de especialistas externos. (“BNO,” n.d.)

Quanto aos **workshops e formações** dadas pela associação, normalmente, têm um carácter mais completo que o bootcamp. As formações são ministradas por um orientador externo à associação e especializado no tema. O preço deste tipo de formação varia entre os 150 e 250€, habitualmente, tem a duração de um dia inteiro. (“BNO,” n.d.). Os temas já abordados nestas formações foram: “The mind” para aprender como funcionam os pensamentos, “Esteja ciente da sua influência” boas colaborações levam a bons resultados, como conseguir que as outras pessoas concordem, cooperem e entendam o que outro pretende e “Vida saudável com o stress” o stress pertence à vida do criativo, esta formação vai ensinar como lidar com o stress. (“BNO,” n.d.)

Existem também formações mais extensas como a de “Competências básicas” em que a associação desenvolveu um programa de competências básicas em cooperação com várias empresas. O programa consiste em

sete workshops, nomeadamente: o projeto e sua autogestão; posicionar e adquirir; relação com o cliente; estilos de comunicação; apresentar e discutir; negociação e princípios criativos. Cada um destes workshops tem um preço de 175€ para membros e 210€ para pessoas que não pertençam à associação. Esta formação acaba por ser mais extensa e cara porque aborda individualmente cada um dos tópicos que podem ser realizados em separado. (“BNO,” n.d.)

Os **cursos** têm um âmbito mais alargado, sendo o “Comece com o empreendedorismo” o curso abrangente quanto as capacidades do negócios para as necessidades do designer. Esta abrangência depende do que os membros necessitam, pois é um programa flexível. (“BNO,” n.d.) O curso está organizado em seis noites entre as 17h e a 20h. Passa por tópicos como: Identidade e estratégia, Modelo de negócio, Finanças, Marketing, Comunicação e Vendas e Assuntos Jurídicos. É dado um tema por dia. O preço integral desta formação é 390€ por membro, os não membros paga 468€. (“BNO,” n.d.)

A associação disponibiliza programas de apoio de forma mais individualizada aos associados, como o **Mentor Program**. Quando o membro quer desenvolver as suas ideias para crescer ou iniciar a sua carreira e precisa de alguém mais experiente para o aconselhar, este programa é o mais adequado. Aqui, o membro pode escolher das pessoas disponíveis na associação, nas varias áreas, a que mais se adequa ao seu caso. Após escolher o mentor, o membro apenas tem que contactar a associação. A associação vai entrar em contacto com o mentor escolhido, tentar perceber qual a disponibilidade dele, e é marcada uma reunião, num local à escolha do membro. Toda ajuda que for necessária é dada em apenas numa sessão. Este programa é gratuito.

O **Help Desk** trata de dar conselhos legais e empresariais de forma individual aos seus membros, tanto por correio, como por telefone. Quando a situação é complexa os membros podem ir ao escritório da associação pessoalmente. Este serviço esta aberto cinco dias por semana e é grátis para membros. (“BNO,” n.d.)

A associação destaca outros eventos que considera relevantes: **Conferência de Infografia**, o evento **Illustration Biennale**, onde 8 a10 ilustradores fazem uma apresentação pessoal e uma exposição de trabalhos.

A série de **eventos de design de interiores** tem várias palestras sobre todos os aspetos desta disciplina. E por fim, **eventos informais**, em diferentes cidades do país onde designers se juntam a discutir assuntos do design e a conviver.

A revista, **Dutch Designers Magazine**, é trimestral e tem como objetivo fornecer uma visão sobre o mundo do design e dos designers, mostrar como eles pensam e trabalham. Mostra ainda o que os fascina e inspira, sua profissão, carreira, escolhas, conhecimentos e competências. A revista foca-se sobretudo no designer que é analisado em cada edição. O trabalho deste design é inserido no contexto da profissão, de tendências e desenvolvimentos dentro do setor e da sociedade, a partir de diferentes perspetivas. A revista é oferecida a membros, mas caso não seja membro pode comprar pelo preço de 6,95€ adicionando os custos de envio, ou então através de assinatura anual por 25€. (“BNO,” n.d.)



Fig 9 | Revista BNO
Fonte: Site associação (2017)

Através das suas parcerias, as associações criam ligações com várias outras associações mundiais como por exemplo: a Índia, África do Sul, Itália, Tailândia ou Turquia (“BNO,” n.d.)

SÍNTESE CONCLUSIVA

Este capítulo foi extremamente importante para perceber as dinâmicas associativas nos diversos países analisados, bem como perceber os elementos essenciais na constituição de uma associação.

Quanto à organização interna das associações, quase todas são compostas por um conselho de administração, característico das empresas por estar associado a um grupo de pessoas que esta encarregue da gestão do negócio, sendo a pessoa principal o presidente. Em associação o termo mais usado deveria ser direção, pois as associações deveriam ser lideradas pelo diretor que tem dependentes as diversas áreas.

Em alguns países, principalmente, nos maiores geograficamente, costumam existir filiais ou sucursais da associação por forma a chegarem a todos os membros de forma mais abrangente.

Relativamente ao financiamento, percebeu-se que com o valor das quotas que são praticadas, as associações não conseguem fazer face às suas despesas de funcionamento. Por isso, enceta por outras vias complementares para obtenção de rendimento, sejam derivados do rendimento de ativos próprios, outras contribuições, remunerações e/ou benefícios. Por exemplo, eventos realizados, candidaturas a projetos subsidiados e prestação serviços remunerados a outras entidades (até empresas dos próprios associados).

Os objetivos podem ser sintetizados à representação dos designers, promoção e valorização da sua atividade profissional, defesa dos interesses dos associados, suportar no desenvolvimento do trabalho e/ou negócio, reconhecimento jurídico da profissão, facilitar contactos e garantir a qualidade profissional.

Para a realização de grandes eventos as associações, normalmente, recorrem a outro tipo de infraestruturas por não terem capacidade para receber um grande número de pessoas no espaço da associação. Recorrem, por isso a outras soluções, seja, alguns associados que disponibilizam as instalações para realização dos eventos, bem como parceiros, e também organismos públicos.

É comum as associações terem diversas parcerias, por exemplo, quando contam com o apoio de outra entidade para ajudar na realização de um evento ou atividades. Também interessa às associações divulgar eventos de outras que sejam importantes para os seus membros, e ao mesmo tempo, ter contacto com diferentes métodos de trabalho.

Nas atividades como formações ou cursos constatou-se que podem ser muito variadas em termos de tempo, porque há formações de apenas umas horas, há as que têm duração de um dia inteiro ou de uma semana, ou ainda

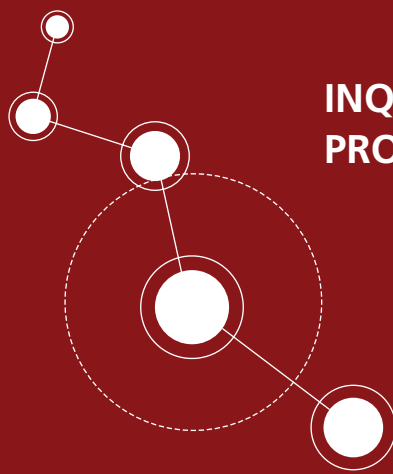
as que ocorrem espaçadamente, ao longo do ano. A maioria das formações são realizadas em locais próprios da associação, mas também existem associações que disponibilizam a opção de dar a formação nas empresas do associado. As áreas mais abordadas em formação incidem, essencialmente, sobre práticas de gestão (como ser um bom líder, como fazer os preços, área financeira) e jurídica (contratos, negócios), outras mais relacionadas com a parte psicológica (como lidar com o stress).

É recorrente desenvolverem prémios, concursos e competições porque dão uma grande visibilidade à associação e ao design. Para um concurso ou prémio ser credível tem de possuir critérios bem definidos e júris credenciados e reconhecidos, assim como, os projetos devem ser apresentados de forma anónima.

Das atividades desenvolvidas pela associação constatou-se que a supra-citada, tem um carácter de grupo, ou seja, são desenvolvidas em grupo e no caso dos prémios, todos podem concorrer. Mas também existem atividades de carácter mais individualizado como as sessões de aconselhamento, os programas de mentoring ou o serviço Help Desk. Estes serviços são concebidos para ajudar, individualmente, cada um dos associados que a eles recorra.

Percebeu-se também, após o contacto com as associações selecionadas, que as associações fazem eventos que não vem anunciados no site, ou porque são eventos recentes, ou ainda não os publicaram no site; outras porque enviam a informação, diretamente, aos associados e não sentem necessidade de colocar a informação online; outras ainda por serem de carácter mais informal.

Qualquer futura associação portuguesa deverá envolver-se de forma mais profunda com as suas congéneres europeias e aprender com ideias e experiências já realizadas, sendo que muitas delas não são noticiadas ou publicadas nos sites. Esta informação sobre a “vida quotidiana” das associações e os seus eventos e ações pode ser muito importante para percebemos, ao longo deste estudo, que só uma pequena parte é tornada pública. Neste sentido, as conversas telefónicas revelaram-se muito importantes e tivemos pena que, no decurso da dissertação, não tenhamos conseguido algumas conversas (por exemplo com a associação espanhola) apesar de várias insistências e de uso de alguns contactos pessoais fornecidos por professores da Faculdade.



INQUÉRITO A PROFISSIONAIS

INTRODUÇÃO

Este capítulo tem como objetivo apresentar os resultados do inquérito feito a profissionais do design portugueses. O objectivo deste inquérito é o de perceber de que modo é que algumas das ideias recolhidas nos capítulos anteriores (e outras resultantes da entrevista não estruturada ao antigo diretor da APD) satisfaziam as ambições e necessidades dos profissionais bem como a pertinência das propostas.

Foi igualmente necessário aferir qual o interesse potencial dos entrevistados na possibilidade de agregação de profissional.

METODOLOGIA

Relativamente aos inquiridos, optou-se por seleccionar profissionais recentes, partindo do pressuposto que estes profissionais estarão mais disponíveis para um novo projeto do que alguns colegas que estejam a exercer a profissão há mais tempo, e consequentemente, com mais estabilidade profissional.

Desta forma, para responderem ao inquérito, foram seleccionadas empresas cujo Classificação da Atividade Económica (CAE) são atividades de design 74100, cuja abertura se deu entre 2012 e 2015.

Para potenciar o número de respostas ao inquérito, recorreu-se ainda à rede social denominada de *LinkedIn* pelo cariz de interações profissionais que aí ocorrem. Fez-se uma seleção incidindo nos designers recentes, seleccionados pela descrição da sua experiência académica e/ou profissional. A escolha recaiu nos profissionais com 2 a 5 anos de experiência, por conhecerem os problemas atuais do mercado e já terem experiência suficiente para formular a sua opinião.

O questionário realizado a designers profissionais, teve como objetivo responder as seguintes questões:

- Perceber se os designers sentem necessidade de representação profissional ;
- Se conhecem alguma associação de designers em Portugal;
- Se sentem que pertencer a um organismo que agregue os profissionais poderia ajudar no seu trabalho;

- Qual é o modelo que os designers querem para se agregarem;
- Se teriam/tem interesse em aderir a um órgão coletivo de representação que lhe dê suporte profissional;
- Perceber em que é que um organismo coletivo de profissionais consegue ajudar os designers, e quais as áreas em que sentem mais dificuldades no exercer da profissão.

Atendendo à dispersão territorial dos inquiridos, o inquérito foi criado em formato digital utilizando a ferramenta Google Forms. Para validar o formato do inquérito, foi desenvolvido e aplicado um pré-teste a duas profissionais da área de Design, a duas pessoas fora da área e ao orientador deste trabalho. Um dos inquiridos que realizou o pré-teste do inquérito, reportou que a questão “Já sentiu alguma vez a necessidade de uma forma coletiva de representação profissional que o represente?” não estava suficientemente clara, procedemos à alteração da mesma para “Já sentiu alguma vez a necessidade de representação coletiva na área profissional?”. Outro dos inquiridos valorizou os textos explicativos colocados como introdução aos tópicos das associações e ordens. Os restantes inquiridos não revelaram dificuldades no preenchimento do mesmo.

O Inquérito foi divulgado em novembro de 2017, por email. Do total de 91 inquéritos enviados, 52 foram dirigidos a empresas e 39 a designers individuais. Foram recebidas um total de 46 respostas válidas para análise.

Os dados recolhidos foram tratados através do mecanismo de recolha de dados da ferramenta Google Forms posteriormente organizados e analisados.

INSTRUMENTO

O instrumento utilizado, disponível para consulta no apêndice 4 está estruturado em sete partes:

1. **Caracterização:** perceber quem está a responder, qual a sua área profissional, género, formação, e anos de prática;
2. **Associações de profissionais do design:** saber o nível de conhecimento sobre os órgãos que neste momento representam os designers portugueses;

3. **Interesse em aderir:** se as pessoas sentem ou não necessidade de apoio por parte de um órgão de agregação de profissionais;

4. **Tipo de serviços:** que tipo de apoio é que os profissionais mais necessitam (divulgação, informação, assessoria ou formação);

5. **Associações de profissionais:** se conhecem o modo de funcionamento das associações, se vêem utilidade neste tipo de órgão coletivo e se têm disponibilidade de investimento;

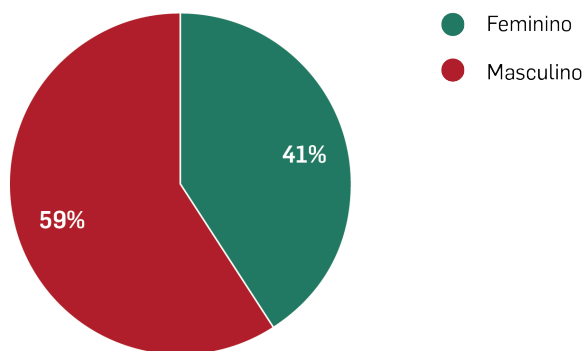
6. **Ordem profissional:** perceber se conhecem o modo de funcionamento de uma ordem, e se este modelo teria valor para os designers;

7. **Outras formas de associativismo:** outro processo para além dos mencionados no ponto 5 e 6 que pudessem contribuir para a prática profissional.

Este inquérito teve como objetivo verificar o interesse e disponibilidade dos profissionais para integrar um órgão coletivo que os agregue. Tentam-se abordar as questões que sejam consideradas mais pertinentes para manter uma associação útil aos seus associados.

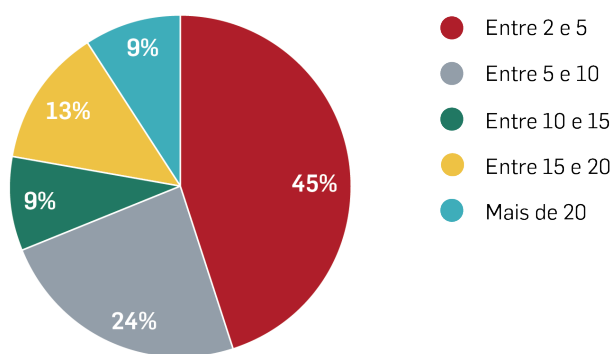
DESCRIÇÃO DA AMOSTRA

No total dos 46 inquiridos, foi possível efetuar a seguinte caracterização da amostra de respostas recebidas: 58,7% (n=27) são do género masculino, e 41,3% (n=19) são do género feminino, como se pode constatar através do Gráfico 1.



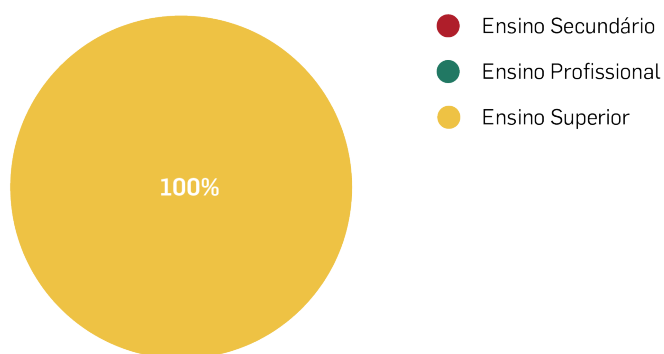
Gráf. 1 | Caracterização - Género
Fonte: A Autora (2018)

De acordo com o gráfico 2 a maioria dos inquiridos 45% (n=21) tem entre 2 e 5 anos de trabalho, 24% (n=11) tem entre 5 e 10, 13% (n=6) tem entre 15 e 20, 9% (n=4) tem entre 10 e 15 e 9% (n=4) mais de 20.



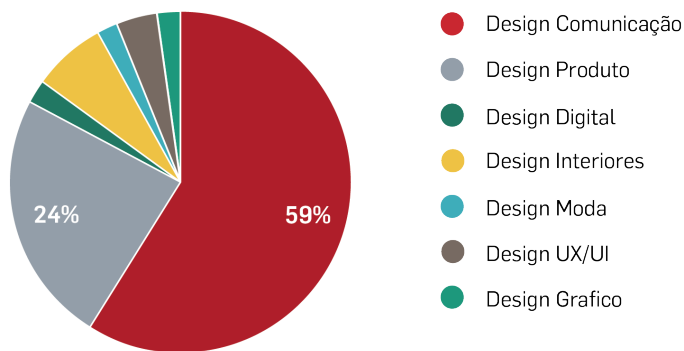
Gráf. 2 | Caracterização - Anos de trabalho
 Fonte: A Autora (2018)

100% (n=46) dos profissionais do design, que responderam ao inquérito, afirmam ter como habilitações literárias, o nível de Ensino Superior.



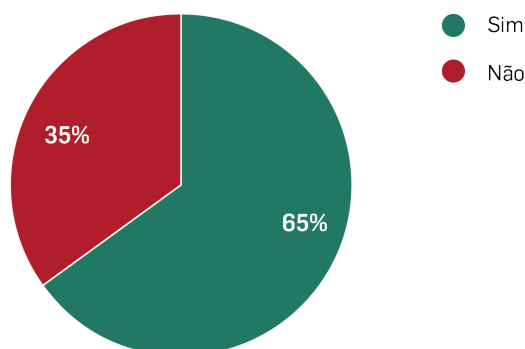
Gráf. 3 | Caracterização - Habilitações académicas
 Fonte: A Autora (2018)

No que diz respeito à área de trabalho, 59% (n=27) dos inquiridos são Designers de Comunicação, 24% (n=11) exercem atividade na área de Design de Produto os restantes 17% (n=8) exercem em áreas diversas.



Gráf. 4 | Caracterização - Área de trabalho
Fonte: A Autora (2018)

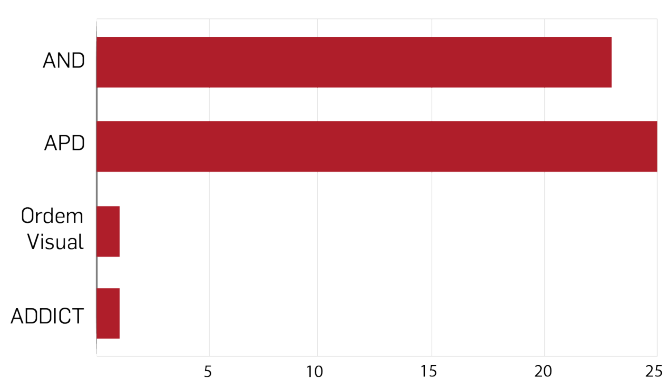
Nesta fase do questionário procura-se perceber qual o nível de conhecimento sobre as Associações de Design existentes. Quando questionados se conheciam alguma associação 65,2% (n=30) dos inquiridos responderam afirmativamente, enquanto 34,8% (n=16) responderam que não conheciam nenhuma associação.



Gráf. 5 | Associações de profissionais de design – Conhecimento
Fonte: A Autora (2018)

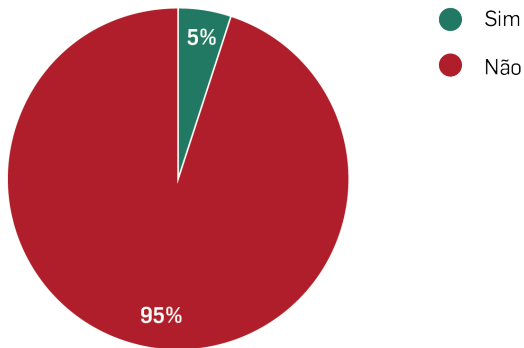
Dos inquiridos que afirmaram ter conhecimento de associações (65%), e mediante as opções disponibilizadas na pergunta, obtiveram-se os seguintes resultados: 25 respostas confirmam ter conhecimento da APD, seguindo-se a AND com 23 respostas positivas e por apenas uma resposta menciona à associação Ordem Visual.

Havia a possibilidade de os inquiridos adicionarem outras associações, no entanto, apenas se obteve uma nova referência, a Agência para o Desenvolvimento de Indústrias Criativas (ADDICT).

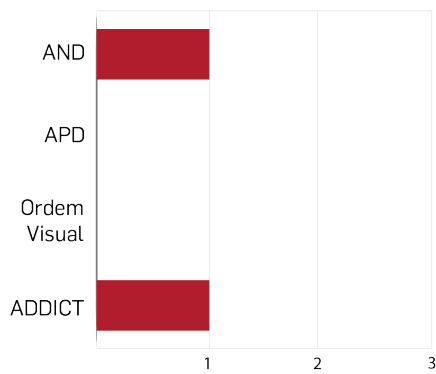


Gráf. 6 | Associações de profissionais de design – Quais as associações que conhece
Fonte: A Autora (2018)

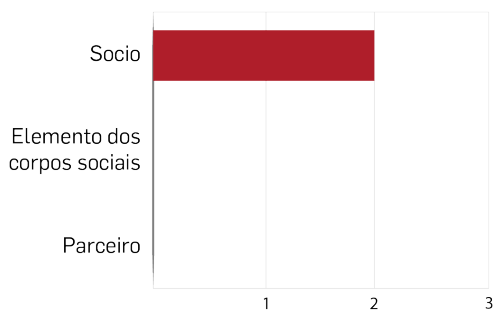
Com a questão retratada no Gráfico 7, pretende-se apurar se os inquiridos pertenciam ou já haviam pertencido a alguma associação. Constatou-se que 95% (n= 28) nunca pertenceram a nenhuma associação, enquanto que apenas 5% (n=2) responderam que integravam ou já tinham integrado associações. Quando questionados a que associações pertenciam, um dos inquiridos mencionou a ADDICT e outro a AND (gráfico 8) onde ambos foram sócios (gráfico 9)



Gráf. 7 | Associações de profissionais de design – Pertenceu a alguma associação
 Fonte: A Autora (2018)

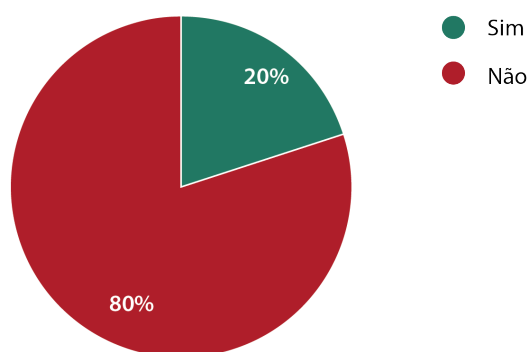


Gráf. 8 | Associações de profissionais de design – Quais
 Fonte: A Autora (2018)



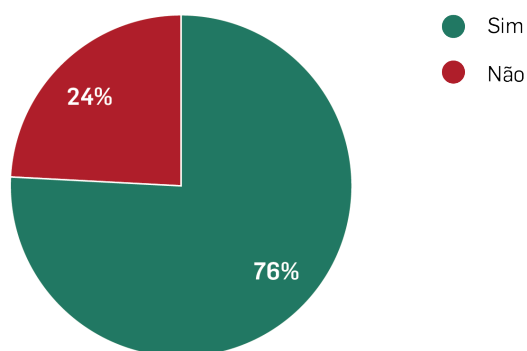
Gráf. 9 | Associações de profissionais de design – Qual foi o seu papel
 Fonte: A Autora (2018)

Pretende-se ainda perceber quem já tinha participado em eventos ou iniciativas realizadas em alguma associação. 80% (n=24) respondeu que nunca tinham participado em eventos realizados por associações, enquanto que 20% (n=6) afirmaram já tinham participado.



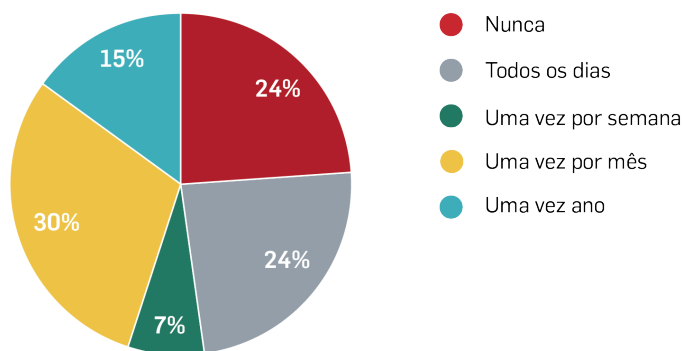
Gráf. 10 | Associações de profissionais de design – Participação em eventos
Fonte: A Autora (2018)

Nesta nova secção procurou-se apurar qual o nível de interesse dos profissionais em fazerem parte de uma associação. A grande maioria 76% (n=35), respondeu que tinham interesse em pertencer a uma associação, enquanto 24% (n=11) disseram não ter interesse em aderir.



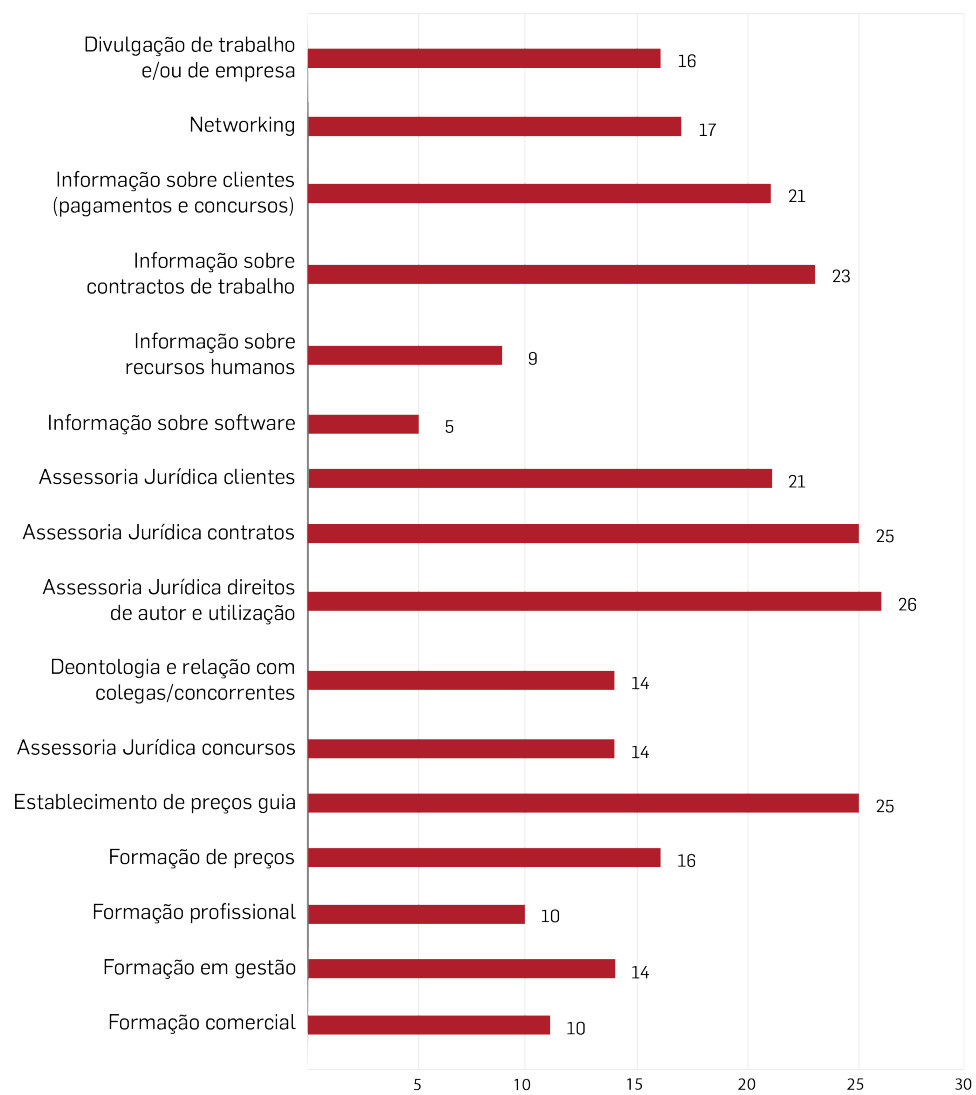
Gráf. 11 | Interesse em aderir
Fonte: A Autora (2018)

Relativamente à periodicidade de apoio que os profissionais poderiam vir a necessitar, 24% confirmam que não necessitavam de apoio. Dos que confirmaram necessitar de apoio, aproximadamente 80% indicam que gostariam de ter apoio, pelo menos, uma vez por mês (1 x mês, todos os dias, 1x semana) enquanto que os restantes 20% indicam apenas 1 vez por ano.



Gráf. 12 | Interesse em aderir – Frequência da necessidade
Fonte: A Autora (2018)

Quando questionado sobre o tipo de serviços as respostas obtidas indicam que as áreas destacadas com maior relevância são as relacionadas com Assessoria Jurídica a contratos (n=25), Assessoria Jurídica no Direito de Autor e utilização (n=26) e estabelecimento de preços guia (n=25). As áreas que suscitaram menos interesse foram: informação sobre software (n=5) e informação sobre recursos humanos (n= 9).



Gráf. 13 | Tipo de serviços – Necessidade de apoio
 Fonte: A Autora (2018)

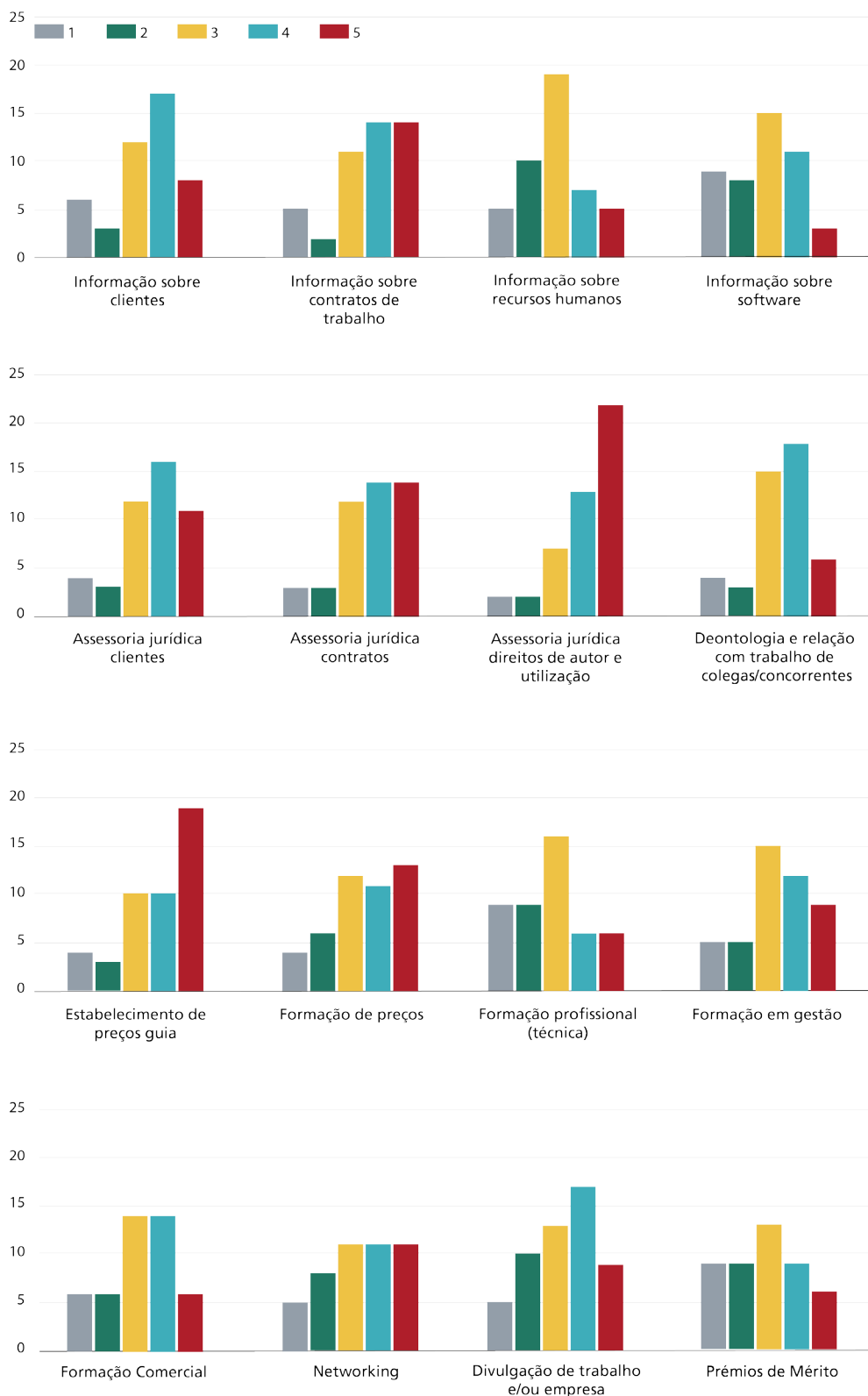
Por forma a apurar com maior detalhe a importância de cada serviço, indicado na pergunta anterior, solicita-se aos designers uma classificação com uma escala de 0 (menor importância) a 5 (maior importância) no que respeita ao interesse de cada serviço e de acordo com as suas necessidades.

Utilizou-se a escala de Likert pois permite medir o grau de conformidade dos entrevistados, pelo nível de relevância atribuído a cada item.

Os itens aos quais atribuíram maior destaque e que obtiveram 5 pontos foram: Assessoria Jurídica, Direitos de Autor e utilização (n=22), estabelecimento de preços guia (n=19), informação sobre contratos de trabalhos com clientes (n=14), Assessoria Jurídica contratos (n=14) e formação de preços (n=13).

As opções que reuniram mais respostas, na 4ª posição da escala, foram a deontologia e relação com trabalho de colegas/concorrentes (n=18), a informação sobre clientes (pagamentos e concursos) (n=17), a assessoria jurídica a clientes (n=16), a formação comercial (n=14) e o networking (n=11).

Os restantes itens ficam agregados no nível 3, indicando que a informação menos relevante foi sobre os serviços de recursos humanos (n=19), a formação profissional (técnica) (n=16), a formação em gestão (n=15), a divulgação do trabalho e/ou empresa (n=13), os prémios de mérito (n=13) e informação sobre software (n=11).



Gráf. 14 | Tipo de serviços – Classificar nível de importância dos serviços
 Fonte: A Autora (2018)

Na última pergunta desta secção, o principal objetivo, era aferir junto dos inquiridos se teriam outros exemplos de serviços que achassem úteis incluir num organismo que os representasse. O tipo de resposta era aberta dando a possibilidade de o inquirido escrever livremente a sua opinião.

Das respostas obtidas destacaram-se as seguintes respostas:

- **Internacionalização** - Três respostas incidem sobre a temática da internacionalização, na ótica de ajudar às empresas na divulgação de prémios internacionais e ainda auxiliar a internacionalização das próprias empresas

Respostas dos inquiridos “*Representações internacionais*”, “*Internacionalização, Shipping*” e “*Divulgação de prémios internacionais que não se reconhecem em Portugal*”

- **Preço** - Duas respostas abordaram esta área devido a experiências passadas em que tiveram dificuldades na definição dos preços e outra das repostas alega que tiveram clientes a solicitar que o trabalho do designer fosse realizado a custo zero.

Respostas dos inquiridos “*Necessitava de fixar preços e não conseguia perceber os que estavam a ser praticados no mercado pois não é ético perguntar à concorrência.*” e “*Cliente quer que o meu trabalho fosse custo 0, contando para portfólio.*”

- **Código Deontológico** - Duas das respostas relacionavam-se com esta temática mencionando que era importante definir e clarificar quais as funções de um designer bem como a sua atividade. A outra resposta também incide no aspeto da credibilização da função do designer.

Respostas dos inquiridos “*Funções Designers vs Arquitetos*” e “*Dar credibilidade à atividade profissional do designer.*”

- **Divulgação** – o inquirido reforçou a importância de divulgação e promoção dos profissionais, bem como dos seus trabalhos, e deu como exemplo, melhorar as formas de divulgação na imprensa.

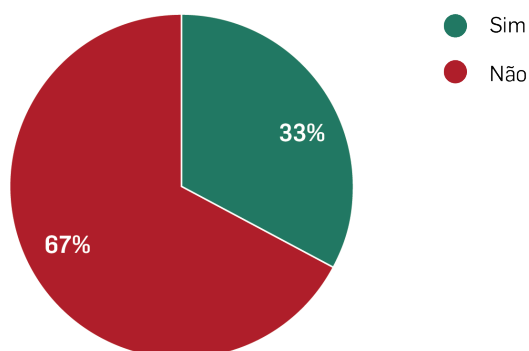
Resposta do inquirido “*Promoção a nível da imprensa.*”

- **Mediação de trabalho** – esta resposta alerta para a necessidade de haver uma entidade que faça a mediação entre os profissionais e os clientes.

Resposta do inquirido “*Mediação de trabalho.*”

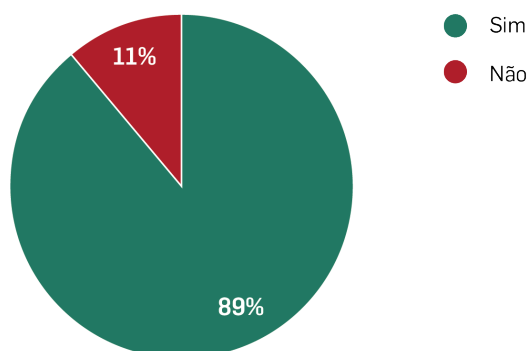
Um dos inquiridos, quis demonstrar a sua descrença neste tipo de organizações que representam os profissionais de Design, dando como exemplo a sua má experiência afirmando que “*Nenhum organismo que represente os designers me foi útil até ao dia de hoje.*”

Nesta secção onde se pretende saber o que os profissionais pensam sobre as associações de profissionais de Design. Apurou-se que 67% (n=31) desses profissionais afirma não conhecer o funcionamento das associações, enquanto que 33% (n=15) indica ter conhecimento.



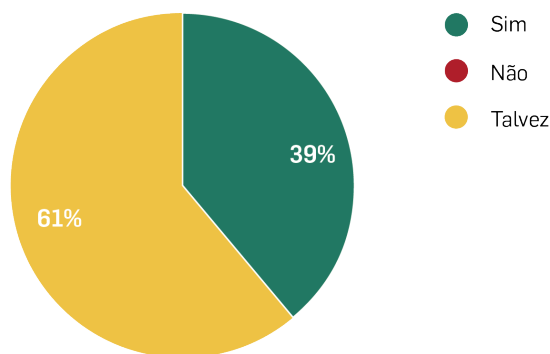
Gráf. 15 | Associações de profissionais – Conhecimento do modo de funcionamento
Fonte: A Autora (2018)

A maior parte dos inquiridos, representados com 89% (n=41) diz que vê utilidade numa associação para profissionais da sua área e apenas 11% (n=5) não lhe reconhecem utilidade.



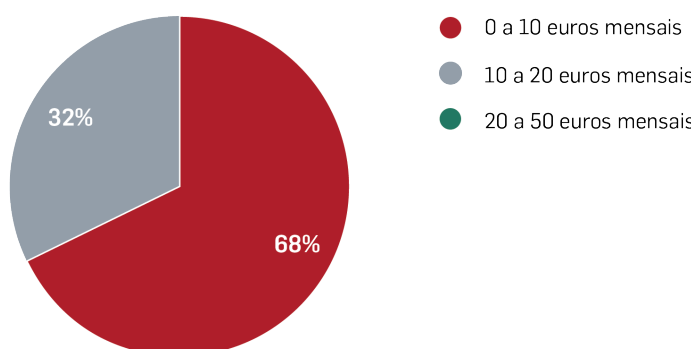
Gráf. 16 | Associações de profissionais – Utilidade da associação
Fonte: A Autora (2018)

Quando questionados sobre a recetividade de disponibilizarem algum valor monetário para serem representados por uma associação obtiveram-se os seguintes dados: 39% (n=16) dos inquiridos afirmam ter disponibilidade para investir um valor mensal numa associação enquanto que 61% (n=25) assume uma posição neutra ao responder que ‘talvez’ tenham disponibilidade para o fazer.



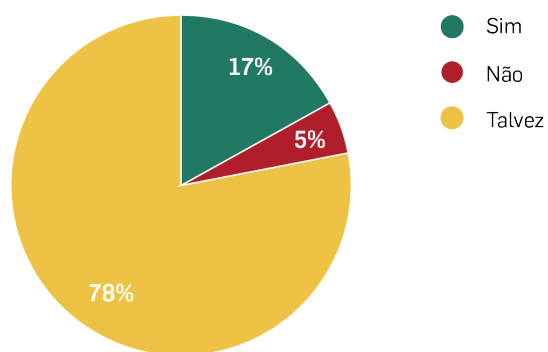
Gráf. 17 | Associações de profissionais – Disponibilidade de investimento
Fonte: A Autora (2018)

Partindo da base de valores monetários praticados em outras associações da Europa e do Mundo, que já foram analisados no capítulo anterior, pretendeu-se entender qual o valor que estariam dispostos a pagar para integrar uma associação. Desta forma, os resultados indicam que 68% (n=28) dos inquiridos estariam dispostos a pagar até 10 euros mensais e que 32% (n=13) estavam disponíveis para contribuir entre 10 a 20 euros mensais. Relativamente à opção indicada com intervalos de preços entre 20-50 euros mensais, não se obtiveram respostas, evidenciando que ninguém estaria disponível para pagar esses montantes.



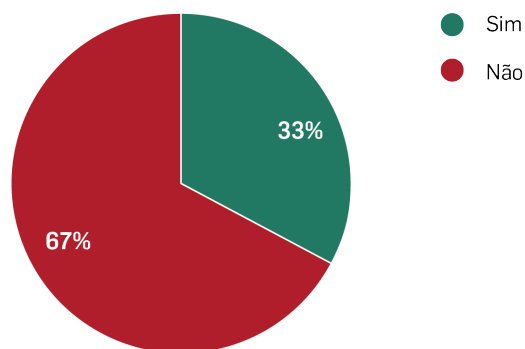
Gráf. 18 | Associações de profissionais – Intervalos de valores
Fonte: A Autora (2018)

Quando questionados se estariam disponíveis para integrar os corpos sociais de uma associação 17% (n=7) dos inquiridos menciona que não tem disponibilidade, 5% (n=2) dizem estar disponíveis, enquanto que 78% (n=32) deixam a possibilidade em aberto.



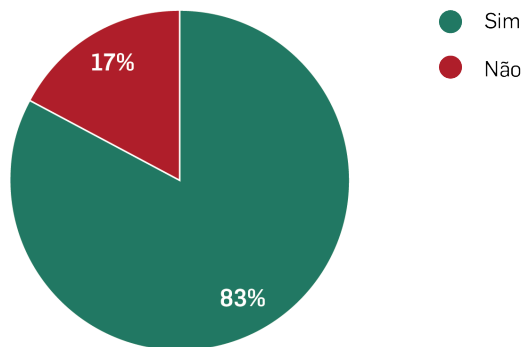
Gráf. 19 | Associações de profissionais – Integrar corpos sociais
Fonte: A Autora (2018)

Quando a questão recai sobre o modo de funcionamento das ordens profissionais e das suas funções, 67% (n=31) das respostas evidenciam que não têm esse conhecimento, enquanto 33% (n=15) afirmam ter conhecimento de como as ordens funcionam.



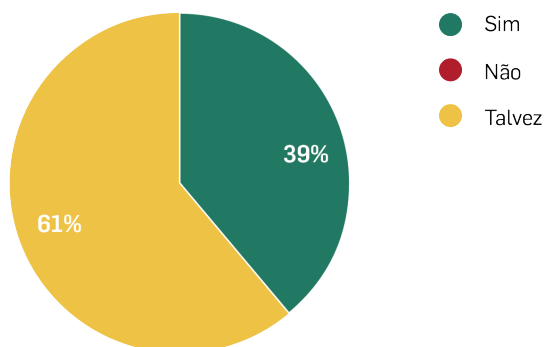
Gráf. 20 | Ordens Profissionais – Conhecimento ordens profissionais
Fonte: A Autora (2018)

Em relação às Ordens Profissionais apurou-se que 83% (n=38) dos inquiridos lhes atribuem um cariz de grande utilidade, enquanto que 17% (n=8) não lhes reconhecem esse valor.



Gráf. 21 | Ordens Profissionais – Utilidade ordens profissionais
Fonte: A Autora (2018)

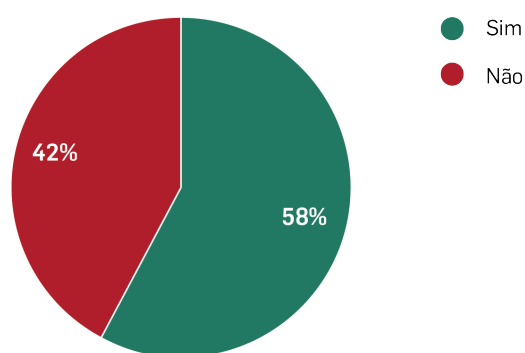
39% (n=15) declara que está disponível para investir numa ordem, enquanto que os restantes 61% (n=23) mantem-se numa posição neutra indicando como opção a resposta “talvez”.



Gráf. 22 | Ordens Profissionais – Disponibilidade de investimento
Fonte: A Autora (2018)

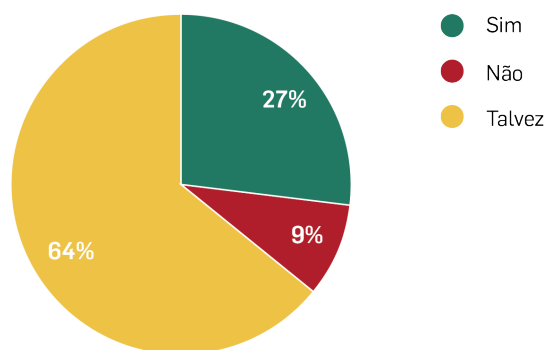
Os valores apresentados, são a média estimada com base nos valores praticados nas Ordens Profissionais em Portugal, nomeadamente, a Ordem dos Enfermeiros, dos Engenheiros, dos Advogados, dos Nutricionistas e Técnicos Oficiais de Contas.

Perante estes valores 58% (n=22) dos inquiridos mostram vontade para disponibilizar os valores em causa, enquanto os restantes 42% (n=16) mencionaram que não aceitam com esse investimento.



Gráf. 23 | Ordens Profissionais – Valor de investimento
 Fonte: A Autora (2018)

Quando questionados se gostariam de pertencer aos corpos sociais de uma ordem, 27% (n=6) responderam que gostariam de participar, 9% (n=2) não se mostram disponíveis para essa situação e os restantes 64% (n=14) optaram pela resposta ‘talvez’, deixando em aberto ambas as possibilidades de resposta.



Gráf. 24 | Ordens Profissionais – Interesse em pertencer aos órgãos sociais
 Fonte: A Autora (2018)

Por último, quis-se aferir se haveria outra forma de agregação de profissionais, para além dos anteriormente mencionados (Associação de Profissionais e Ordem), e assim efetuou-se uma pergunta com possibilidade de resposta ‘aberta’ onde poderiam indicar as suas sugestões.

Do total dos inquiridos apenas três deixaram o seu contributo para esta questão, um inquirido reforçou a ideia que a ordem profissional seria o melhor caminho, outro referiu que o melhor seria optar por um sindicato e por último um testemunho que considera não haver qualquer solução viável para esta classe profissional ainda que, deixe algumas sugestões de melhoria, nomeadamente, ações de formação para credibilização da função.

“Não vejo nenhuma alternativa. E mesmo as associações pouco terão a fazer relativamente à profissão de design em Portugal. Sejam os francos, para a maioria das pessoas, um designer é visto com um executando, alguém que faz uns desenhos, ponto. Posto esta visão, é difícil levar a sério o papel do designer. Vai ser uma luta quase inglória tentar elevar o papel desta função no mercado de trabalho. Contudo, acho que deveria ser investido algum orçamento em ações de formação para empresas e colaboradores que não designers para que as pessoas tomassem cada vez mais consciência que alguém que pratica esta actividade não é meramente um executante, mas sim um pensador, com métodos de trabalho capazes e altamente útil numa equipa multi-disciplinar.”

“Paralelamente a uma ordem, precisamos de um sindicato ou de nos associarmos a um já existente.”

“Ordem profissional”

SÍNTESE CONCLUSIVA

Esta última fase iniciou-se com uma primeira pesquisa aos CAE 74100 de Design existentes em Portugal. Após essa compilação de informação realizou-se o envio do inquérito de forma segmentada para as empresas e para os profissionais de Design. Um dos desafios iniciais foi conseguir obter o maior número de respostas ao inquérito, onde se teve que ultrapassar a barreira criada pela maioria das empresas, ou seja, a ausência de resposta. Para as obter, optou-se por reenviar, via email, uma nova solicitação de resposta ao inquérito e por fim contactou-se via telefone. Desta forma, conseguiu-se obter um maior número de respostas. No que respeita aos designers, em regime de trabalho individual, não se sentiu essa dificuldade, tendo obtido uma boa amostra de respostas sem necessitar de insistência.

Das respostas obtidas aos questionários enviados às empresas (ver apêndice 5) e após análise das mesmas, obteve-se informação que nos permite fazer uma caracterização dos inquéritos que este estudo teve presente. Desta forma, o maior número de respostas assentou no género masculino, ainda que não tenha obtido uma grande discrepância relativamente ao feminino.

O estudo revela-nos ainda que a maior parte dos inquiridos tem entre 2 a 5 anos de trabalho, como seria expeável devido aos critérios utilizados para a realização do inquérito (envio do inquérito para empresas fundadas nos último 5 anos e designers individuais com 2 a 5 anos de experiência). No entanto, obtiveram-se várias respostas com idades fora dessa faixa etária. A justificação para que tal tenha acontecido, foi apesar do envio do inquérito ter sido efetuado a empresas cujas constituições tenham menos de 5 anos, os inquiridos tinham mais anos de experiência profissional na área.

No que respeita a habilitações académicas, 100% dos resultados incidem no nível de ensino superior, ou seja, pela amostra obtida pode-se afirmar que todos os profissionais a exercer atividade têm o ensino superior.

Das 91 empresas para as quais foram enviados questionários, cerca de 45% eram de Design de Comunicação, 30% de Design de Produto, e apenas 25% de outras áreas. Do total das 46 respostas obtidas, a área que mais se destacou foi o Design de Comunicação em que se obteve o maior número de respostas, seguindo-se a área de Design de Produto.

Considerando os dados da amostra, e relativamente às Associações de Design, 35% dos inquiridos afirmam não conhecer nenhuma Associação de Design. Visto que são estas que representam os designers na sua

atividade, este resultado não era exatável, pois os profissionais deveriam ter conhecimento de quem representa a sua classe profissional. Verifica-se que das respostas em que confirmam ter conhecimento de associações, as que se evidenciam são a APD e AND por serem associações ativas.

A associação Ordem Visual foi extinta há alguns anos, no entanto, ainda foi mencionada. Acresce ainda referir que a ADDICT apesar de não estar indicada na lista de associações do inquérito, foi acrescentada por um dos inquiridos.

Verificou-se que apenas 2 dos 46 inquiridos pertenceram ativamente a uma associação assumindo o papel de sócio e 6 dos inquiridos confirmam ter participado em eventos realizados por estas associações.

Estes indicadores revelam que as associações existentes não estão a conseguir comunicar nem cativar os designers, que representam, para as atividades que visam promover.

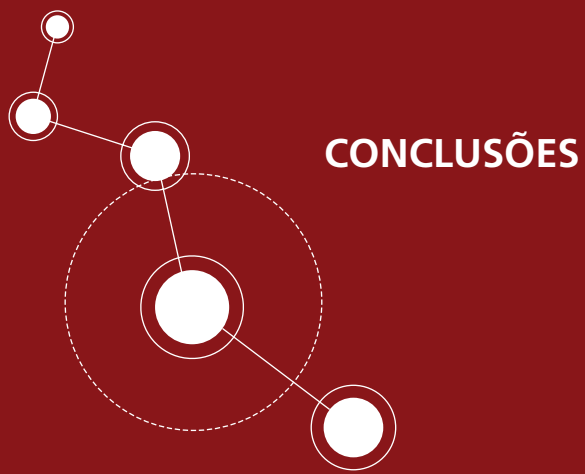
Quanto à necessidade de representação profissional, a grande maioria dos inquiridos afirma que tem interesse em aderir a um órgão comum da sua área e afirma ainda já ter necessitado de ajuda especializada.

No que concerne às áreas em que os designers revelam que necessitam de mais apoio, são o campo da Assessoria Jurídica em diferentes vertentes e ainda no que se relaciona com os preços praticados no mercado para este tipo de atividade.

Quando questionados sobre a utilidade de uma associação, a maioria das respostas é francamente positiva. Não obstante disso, e apesar dessa recetividade a maioria dos inquiridos afirma que desconhece o modo de funcionamento das associações.

A grande maioria dos inquiridos mostram-se disponíveis para contribuir com um valor monetário para que haja uma associação e interessados em integrar os corpos sociais de uma Associação de Designers.

Grande parte dos inquiridos assegura que não conhece o modo de funcionamento das Ordens Profissionais. Contudo, mostra interesse em pertencer a uma dessas entidades, bem como, efetuarem algum investimento monetário, sendo que os valores apresentados para as Ordens, são superiores aos considerados para as Associações.



CONCLUSÕES

CONCLUSÕES

Este estudo partiu do vazio sentido pela investigadora em relação a associações que enquadrem e apoiem a prática profissional. Ao contrário de outras profissões que têm um grupo de instituições – sindicatos, associações, ordens, grupos de trabalho – presentes no seu quotidiano, os designers parecem atuar num vazio assim que iniciam a sua prática. Apesar de existirem duas associações aparentemente ativas, elas têm muito pouca implementação e presença na vida académica e na vida profissional. O desconhecimento sobre estas duas organizações provou ser um caso muito mais abrangente e este aparente abandono da união na prática profissional dos designers gerou um motivo mais do que suficiente para esta investigação.

O estudo deste assunto permitiu perceber que atualmente, as Associações de Design existentes, não estão a conseguir atrair associados nem apresentar motivos de união. Algumas das evidências apontam para a inexistência de ações realizadas pelas Associações de Design ou para a desconfiança presente dos profissionais em relação aos seus propósitos, missão e ações. O elevado número de respostas ao inquérito que se realizou no âmbito deste estudo evidencia que os designers têm interesse em começar a ter um papel mais ativo e interventivo nestas temáticas e sentem necessidade de mecanismos de representação e união, manifestando uma elevada recetividade, à ideia de poderem pertencer e participar numa Associação de Profissionais ou Ordem Profissional, o que permitiria mudar o cenário atual.

Perante a fraca representatividade *versus* o à constatada vontade de existência, de uma organização de representação e defesa dos interesses dos profissionais, colocam-se outras questões: porque é que os designers não integram/usam as associações já existentes e, que modelo associativo (associação/ordem/sindicato/grupo de trabalho) poderá melhor responder à vontade de representação? Que forma terá?, etc.

Percebeu-se que as associações, hoje em dia, não fazem apenas representação, mas são principalmente um órgão que fornece serviços, quer aos seus associados, quer a outras entidades. Não sobrevivem apenas com o valor das quotas associativas, e recorrem a outras formas de financiamento para desenvolver as suas atividades, como eventos, acompanhamento e suporte a projetos, a outras entidades, projetos de fundos Europeus, apoio jurídico, apoio no desenvolvimento de negócios, etc.

Os associados só se mantêm como membros de uma associação se considerarem que obtêm retorno desse investimento. Ao contrário do que acontecia nos anos 60 e 70 do século passado, onde havia uma consciência de grupo e uma cultura política que motivava o investimento em prol de um bem coletivo. Hoje sente-se uma maior necessidade de obter retorno. Os sócios são mais exigentes e vêem a sua participação como um investimento (como se depreendeu das entrevistas). O mercado do design é cada vez mais competitivo, os desafios são cada vez maiores e é fundamental que os associados sintam que têm o suporte disponível sempre que dele necessitam. É expeável que através das associações o contato entre os membros seja mais próximo, a troca de ideias e experiências seja uma mais valia e o contato com o mundo do design internacional seja facilitado.

Da investigação feita, em particular das respostas ao inquérito, permite afirmar que a base de um futuro organismo associativo tem de estar assente em 4 grandes áreas fundamentais:

Estrutura interna

O organismo de representação tem de ter uma direção que vai coordenar e definir em conjunto com os associados o caminho a seguir. Deverá ter uma equipa de suporte que reporta a essa direção, constituída por pessoas dedicadas a cada uma das áreas. Idealmente, o organismo deverá ter sucursais em locais estratégicos do país.

Comunicação/ Promoção

Deter uma estratégia de comunicação interna e externa capaz de se dar a conhecer, valorizar-se e obter reconhecimento dos seus sócios, do mercado e do governo. Só uma entidade séria e credível tem força suficiente para reunir, representar e defender os seus membros.

Promover a profissão, fazer parcerias com outras entidades, fazer divulgação em plataformas web ao alcance de todos, organizar eventos que se destaquem (festivais, prémios, semanas do design).

Jurídica

Ter posição e objetivos definidos suportados em base legal. Ter capacidade de apoiar e resolver conflitos entre membros, com a concorrência, e com os clientes. Validar as questões legais de acordo com a deontologia da profissão. Estudar novas oportunidades de mercado a nível nacional e internacional, e as tipologias de contratos para as diversas áreas.

Atividades

Existem dois grandes grupos de atividades, as coletivas que são realizadas em grupo onde todos podem participar, e as individuais. Nas coletivas incluem-se palestras, discussões, conversas, eventos e formações. Como individuais tem-se consultadoria, aconselhamento, e programas de mentoring.

Dos eventos e serviços analisados destacam-se os serviços da associação Italiana ADI, o **Consumer Desk** que pretende garantir a proteção dos clientes que contratam profissionais da sua associação. É um gabinete que trata reclamações e/ou dá esclarecimentos sobre as questões colocadas que opõem um membro da associação ao seu cliente final. Outro serviço, é o **Júri de Projeto**, que pretende garantir que projetos apresentados não são plagio. Este tipo de serviço dá confiança aos clientes que escolhem empresas ou designers liadas na associação.

Da Dinamarca realça-se o facto de envolverem os associados nas várias áreas da associação. Pede-se aos associados para que se inscrevam numa das áreas disponíveis, como, internacionalização, promoção, exportação, semana do design entre outros. O objetivo é que estes contribuam com novas ideias, apresentem novos problemas, criem outras alternativas, no fundo que sejam parte integrante da sua associação.

Para Portugal, era importante ter um programa de internacionalização semelhante ao **Projeto Brasil Design**, que consiste numa série de ações para a promoção do design do país no exterior.

Seria interessante um programa de apoio individual como o **Mentoring** que no fundo é um programa de aconselhamento, em que pessoas mais experientes em determinadas áreas vão ajudar outras no desenvolvimento de carreira ou criação de negócios.

Ou então, um programa mais completo, como o **Driving Dutch Design**, que consiste em formar os participantes em temas fora do design, como finanças, gestão ou comunicação. Com o suporte de um acompanhamento personalizado, que durante meses ajuda a desenvolver a ideia de negócio de design do participante.

Outro evento interessante são as **Creative Mornings**, conversas realizadas em cerca de 30 minutos com um designer convidado. Estas conversas acontecem pela manhã, antecedendo a entrada laboral.

Em Portugal, o negócio do design é muitas vezes micro (junção de uma ou duas pessoas), com negócios de muito pequena escala no limite da sobrevivência, sem padrões éticos e deontológicos partilhados pela comunidade profissional e isolado (os profissionais não se conhecem). Não há uma consciência de grupo como já tinha sido estudado numa tese de mestrado anterior feita na Faculdade de Belas-Artes por Victor Almeida. Os inquéritos revelaram ainda que há uma grande vontade que surja um mecanismo profissional de gatekeeping, mas não há uma grande consciência das implicações e custos de um mecanismo deste tipo, como uma ordem profissional. Verificámos que há uma enorme profusão de formações, em design, em Portugal e que cada formando acha que é designer no momento em que acaba o curso, querendo alguém que o proteja apenas por esse facto.

Neste contexto, este estudo indica que há vontade que se forme um mecanismo de união dos praticantes em design, que os represente, que os defenda e que os promova. O estudo revela ainda que esse organismo tem de ser capaz de gerar receitas próprias e de se ver como uma atividade a tempo inteiro, capaz de dinamizar e cativar os associados. Revela ainda que as associações existentes, a APD e a AND, são praticamente invisíveis e distantes da realidade atual, com atuações discretas e pouco envolvimento com os designers profissionais.

Apesar disso, este estudo deixou algumas questões por resolver: não é claro qual será a forma associativa mais indicada, neste momento, para a representação dos designers. Se deveria ou não aglutinar as já existentes ou começar do zero. Também não é evidente se deveria ser única ou ser um colégio que reúna vários tipos de empresas diferentes (em termos de personalidade e atuação comercial e de área de atuação), cada uma reunida numa sub-associação.

Porém, mesmo com estas dúvidas por esclarecer, crê-se que este estudo reúne as condições para (re-)criar uma associação capaz de reunir todos os profissionais em prol da valorização profissional do design em Portugal, que responda de forma mais eficaz àquelas que são as necessidades sentidas e expressas e que antecipe outras atividades tendo em conta boas práticas recolhidas noutros países. A diferença que este estudo marca é precisamente o de partir das necessidades dos profissionais do design e não de uma ideia política/social que justifica o associativismo. Inova porque olha para o mercado com uma perspetiva de mercado, procurando saber aquilo que os seus potenciais destinatários podem querer/necessitar e de tentar responder a essas questões. Pensamos que no contexto económico atual, qualquer forma de união só vingará se for capaz de conhecer e responder às necessidades e expectativas dos que unem e não a um projeto idílico de sociedade (sem nunca o esquecer ou dele abdicar).

RECOMENDAÇÕES

A história das associações e dos movimentos associativos, sindicais e operários ao longo do século XX, foi considerado desde o início deste estudo como muito importante, pois permitiria não só perceber o nosso lugar no presente como também, eventualmente, recuperar técnicas, processos, ideias, que foram sendo abandonados. Neste sentido, procurou investigar-se na biblioteca da Universidade NOVA, pois o departamento de história contemporânea tem muita produção científica nesta área. Pediu-se com insistência, uma entrevista à Dra. Raquel Varela para que nos guiasse numa primeira abordagem a este território que é vastíssimo. Infelizmente, no tempo disponível para esta tese e apesar dos telefonemas e e-mails enviados não se conseguiu a entrevista, pelo que, a contextualização teórica que se fez, requer um aprofundamento futuro.

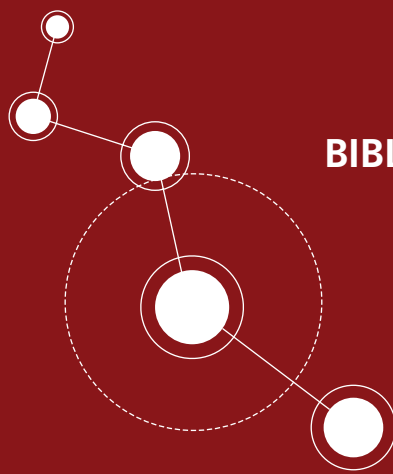
A considerar na criação de uma futura entidade agregadora dos profissionais de design, temos:

- Definir os objetivos base da entidade
- Desenhar a estrutura financeira
- Eleger a imagem da associação
- Desenhar o modelo de comunicação
- Definir as atividades, eventos e formações essenciais
- Formalizar a sua existência

DISSEMINAÇÃO

A disseminação desta dissertação, será primeiramente efetuada na sua apresentação e defesa ao júri da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.

Posteriormente, será difundida através da própria faculdade, onde vai colocar à disposição para consulta no arquivo da biblioteca desta mesma entidade, assim como, em formato digital no website das bibliotecas da Universidade de Lisboa para todos os interessados.



BIBLIOGRAFIA

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Páginas web

and - associação nacional designers [WWW Document], n.d. URL <http://www.and.org.pt/historico> (accessed 1.27.17).

APD - História | Associação Portuguesa de Designers, n.d. . APD.

ABEDESIGN [WWW Document], n.d. . ABEDESIGN. URL <http://abe-design.org.br> (accessed 7.3.17).

ADI [WWW Document], n.d. URL <http://www.adi-design.org/homepage.html> (accessed 4.19.17).

ADP [WWW Document], n.d. . ADP. URL <http://adp.cat/> (accessed 4.19.17).

AGDA - Home [WWW Document], n.d. URL <http://www.agda.com.au/> (accessed 6.29.17).

AGDA Awards [WWW Document], 2017. URL <https://awards.agda.com.au/> (accessed 1.23.18).

AIAP DX International Graphic Design Week Milano [WWW Document], n.d. URL <http://www.aiap.it/documenti/14696/357> (accessed 1.11.18).

AIAP [WWW Document], n.d. URL <http://www.aiap.it/> (accessed 4.19.17).

AIGA, [WWW Document], n.d. . AIGA Prof. Assoc. Des. - EUA. URL <http://www.aiga.org/> (accessed 7.4.17).

BEDA: The Bureau of European Design Associations [WWW Document], n.d. URL <http://www.beda.org/> (accessed 6.27.17).

BNO [WWW Document], n.d. URL <http://www.bno.nl/> (accessed 4.19.17).

Brasil Design Award- Design Brasil [WWW Document], n.d. . DesignBrasil. URL <http://www.designbrasil.org.br/tag/brasil-design-award/> (accessed 1.23.18).

Brasil Design Award [WWW Document], 2013. . Cent. Bras. Des. URL <https://www.cbd.org.br/brasil-design-award/> (accessed 1.23.18).

Brasil Design [WWW Document], n.d. . Bras. Des. URL <http://brasildesign.org.br/> (accessed 1.19.18).

Danish Design Award [WWW Document], n.d. . Dan. Des. Award. URL <http://danishdesignaward.com/en/> (accessed 1.23.18).

Design Business Association [WWW Document], n.d. . Des. Bus. Assoc. URL <http://www.dba.org.uk/> (accessed 4.10.17).

Design Denmark [WWW Document], n.d. . Des. Den. URL <http://www.designdenmark.dk/> (accessed 8.11.17).

designaustria [WWW Document], n.d. URL <http://www.designaustria.>

Disainiöö [WWW Document], n.d. . Disainiöö. URL <http://www.disainioo.ee/info> (accessed 1.11.18).

Driving Dutch Design (DDD) [WWW Document], n.d. . Driv. Dutch Des. URL <http://drivingdutchdesign.nl/> (accessed 11.29.17).

EDL | Esileht [WWW Document], n.d. URL <http://www.edl.ee/> (accessed 4.10.17).

Festival ID [WWW Document], n.d. . DesignBrasil. URL <http://www.designbrasil.org.br/agenda/festival-id/> (accessed 1.23.18).

Fronteiras do Design [WWW Document], n.d. URL https://www.sympla.com.br/fronteiras-do-design__145641/ (accessed 1.22.18).

Grafill [WWW Document], n.d. URL <http://www.grafill.no/> (accessed 4.19.17).

Joseph Binder Award [WWW Document], n.d. URL <https://jba.submit.to/landing/award/?next=/> (accessed 1.14.18).

Semana Design Rio 2017 [WWW Document], n.d. URL <http://eventos.oglobo.globo.com/semana-design-rio/2017/programacao/> (accessed 1.23.18).

Союз Дизайнеров России Новости - ADR [WWW Document], n.d. URL <http://www.sdrussia.ru/> (accessed 1.16.18).

Alaniz, 2017. O que difere o sindicato patronal do laboral, n.d. URL <http://portalcontabilsc.com.br/artigos/o-que-difere-o-sindicato-patronal-laboral/> (accessed 4.16.18)

Rasteiro, 2009. O Associativismo e o Desenvolvimento Local, n.d. URL <https://www.linkedin.com/pulse/o-associativismo-e-desenvolvimento-local-domingos-rasteiro>

Livros/Artigos

Balestrin, A., Verschoore, J., Antunes, J., 2010. Práticas de gestão e redes de cooperação. São Leopoldo.

Bianchi, Á., 2007. Empresários e ação coletiva: notas para um enfoque relacional do associativismo.

CNI, 2013. Referenciais do desenvolvimento associativo no sistema de representação da indústria. Brasília.

Rodrigues, M. de L., 2012. Profissões, Licções e Ensaio, 1a. ed. Almedina, Coimbra.

Ventura, 2006. O associativismo das confrarias e irmandades aos movimentos sociais contemporâneos. Lisboa.

Abedesign 2018 - Associado Mantedor, 2018.

Dissertações

Almeida, V., 2009. O Design em Portugal, um Tempo e um Modo. Universidade Lisboa, Faculdade de belas-artes.

Falcão, G., 2015. Criação livre e criação dedicada. Universidade Lisboa, Faculdade de Arquitectura.

Simões, P., 1998. Identidade Profissional dos designers Portugueses. ISCTE.

Viera, 2009. O sindicato como espaço de construção da profissão docente. Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFNR

BIBLIOGRAFIA

Páginas Web

ABEDESIGN [WWW Document], n.d. . ABEDESIGN. URL <http://abedesign.org.br> (accessed 7.3.17).

ADI [WWW Document], n.d. URL <http://www.adi-design.org/homepage.html> (accessed 4.19.17).

ADP [WWW Document], n.d. . ADP. URL <http://adp.cat/> (accessed 4.19.17).

AGDA - Home [WWW Document], n.d. URL <http://www.agda.com.au/> (accessed 6.29.17).

AGDA Awards [WWW Document], 2017. URL <https://awards.agda.com.au/> (accessed 8.23.17).

AIAP DX International Graphic Design Week Milano [WWW Document], n.d. URL <http://www.aiap.it/documenti/14696/357> (accessed 5.9.17).

AIAP [WWW Document], n.d. URL <http://www.aiap.it/> (accessed 4.19.17).

AIGA, [WWW Document], n.d. . AIGA Prof. Assoc. Des. - EUA. URL <http://www.aiga.org/> (accessed 7.4.17).

Alle års vindere og finalister - Danish Design Award [WWW Document], n.d. URL <http://danishdesignaward.com/arkiv/> (accessed 11.13.17).

BEDA: The Bureau of European Design Associations [WWW Document], n.d. URL <http://www.beda.org/> (accessed 6.27.17).

ABEDESIGN [WWW Document], n.d. . ABEDESIGN. URL <http://abe-design.org.br> (accessed 7.3.17).

ADI [WWW Document], n.d. URL <http://www.adi-design.org/homepage.html> (accessed 4.19.17).

ADP [WWW Document], n.d. . ADP. URL <http://adp.cat/> (accessed 4.19.17).

AGDA - Home [WWW Document], n.d. URL <http://www.agda.com.au/> (accessed 6.29.17).

AGDA Awards [WWW Document], 2017. URL <https://awards.agda.com.au/> (accessed 8.23.17).

AIAP DX International Graphic Design Week Milano [WWW Document], n.d. URL <http://www.aiap.it/documenti/14696/357> (accessed 5.9.17).

AIAP [WWW Document], n.d. URL <http://www.aiap.it/> (accessed 4.19.17).

AIGA, [WWW Document], n.d. . AIGA Prof. Assoc. Des. - EUA. URL <http://www.aiga.org/> (accessed 7.4.17).

Alle års vindere og finalister - Danish Design Award [WWW Document], n.d. URL <http://danishdesignaward.com/arkiv/> (accessed 11.13.17).

BEDA: The Bureau of European Design Associations [WWW Document], n.d. URL <http://www.beda.org/> (accessed 6.27.17).

BNO [WWW Document], n.d. URL <http://www.bno.nl/> (accessed 4.19.17).

Brasil Design Award- Design Brasil [WWW Document], n.d. . DesignBrasil. URL <http://www.designbrasil.org.br/tag/brasil-design-award/> (accessed 11.23.17).

Brasil Design [WWW Document], n.d. . Bras. Des. URL <http://brasildesign.org.br/> (accessed 11.19.17).

CyprusNet, n.d. Cyprus Interior Designers [WWW Document]. Cyprus Inter. Des. URL <https://www.cyprusinteriordesigners.com> (accessed 4.19.17).

Danish Design Award [WWW Document], n.d. . Dan. Des. Award. URL <http://danishdesignaward.com/en/> (accessed 11.23.17).

Design Business Association [WWW Document], n.d. . Des. Bus. Assoc. URL <http://www.dba.org.uk/> (accessed 4.10.17).

Design Denmark [WWW Document], n.d. . Des. Den. URL <http://www.designdenmark.dk/> (accessed 8.11.17).

Design Luxembourg [WWW Document], n.d. URL <http://www.design-luxembourg.lu/> (accessed 4.19.17).

designaustria [WWW Document], n.d. URL <http://www.designaustria.at/> (accessed 4.19.17).

Designers Society of Slovenia [WWW Document], n.d. URL <http://www.dos-design.si/designers-society/about> (accessed 4.20.17).

Disainiöö [WWW Document], n.d. . Disainiöö. URL <http://www.disainioo.ee/info> (accessed 11.11.17).

Driving Dutch Design (DDD) [WWW Document], n.d. . Driv. Dutch Des. URL <http://drivingdutchdesign.nl/> (accessed 11.29.17).

EDL | Esileht [WWW Document], n.d. URL <http://www.edl.ee/> (accessed 4.10.17).

Festival ID [WWW Document], n.d. . DesignBrasil. URL <http://www.designbrasil.org.br/agenda/festival-id/> (accessed 11.23.17).

Fronteiras do Design [WWW Document], n.d. URL https://www.sympla.com.br/fronteiras-do-design__145641/ (accessed 11.22.17).

Grafill [WWW Document], n.d. URL <http://www.grafill.no/> (accessed 4.19.17).

iF DESIGN AWARD & WORLD DESIGN GUIDE [WWW Document], n.d. . WORLD Des. GUIDE. URL <http://ifworlddesignguide.com/> (accessed 4.10.17).

Joseph Binder Award [WWW Document], n.d. URL <https://jba.submit.to/landing/award/?next=/> (accessed 11.14.17).

Ornamo [WWW Document], n.d. . Ornamo. URL <https://www.ornamo.fi/fi/> (accessed 4.20.17).

Prêmios AGDA 2017 | Prêmios AGDA [WWW Document], n.d. URL <https://awards.agda.com.au/> (accessed 11.22.17).

Semana Design Rio 2017 [WWW Document], n.d. URL <http://eventos.oglobo.globo.com/semana-design-rio/2017/programacao/> (accessed 11.13.17).

Staatspreis Design [WWW Document], n.d. URL <http://www.staatspreis-design.at/index.php> (accessed 1.22.17).

Stowarzyszenie projektantów form przemysłowych [WWW Document], n.d. . SPFP - Stow. Proj. Form Przem. URL <http://www.spfp.org.pl> (accessed 4.20.17).

Swiss Design Association – Aktuelles [WWW Document], n.d. URL <http://www.swiss-design-association.ch/> (accessed 4.20.17).

The International Council of Design leading creatively (ico-D) [WWW Document], n.d. URL <http://www.ico-d.org/index.php> (accessed 6.27.17).

Союз Дизайнеров России Новости - ADR [WWW Document], n.d. URL <http://www.sdrussia.ru/> (accessed 11.16.17).

Rasteiro, D., 2016. O Associativismo e o Desenvolvimento Local [WWW Document]. URL <https://www.linkedin.com/pulse/o-associativismo-e-desenvolvimento-local-domingos-rasteiro> (accessed 8.24.17).

Mário Moura, n.d. The Ressabiator [WWW Document]. The Ressabiator. URL <https://ressabiator.wordpress.com/> (accessed 1.26.17).

Alaniz, 2017. O que difere o sindicato patronal do laboral, n.d. URL <http://portalcontabilsc.com.br/artigos/o-que-difere-o-sindicato-patronal-laboral/> (accessed 4.16.18)

Rasteiro, 2009. O Associativismo e o Desenvolvimento Local, n.d. URL <https://www.linkedin.com/pulse/o-associativismo-e-desenvolvimento-local-domingos-rasteiro>

Livros e Artigos

CNI, 2013. Referenciais do desenvolvimento associativo no sistema de representação da indústria. Brasília.

Brint, S., 1993. Eliot Freidson's Contribution to the Sociology of Professions. *Work Occup.* 20, 259–278. doi:10.1177/0730888493020003001

Freire, J., 2009. Trabalho, emprego, cidadania. *Sociol. Rev. Fac. Let. Universidade Porto* 19, 213–225

Johnson, 1972. *Professions and Power*. Macmillan, Londres.

Almeida, V., 2009. *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo*. Universidade Lisboa, Faculdade de belas-artes.

Lígia Helena Hahn Lüchmann, n.d. *Abordagens Teóricas sobre o associativismo e seus efeitos democráticos*.

Miller, K., 1998. The evolution of professional identity: the case of osteopathic medicine. *Soc. Sci. Med.* 47, 1739–1748.

Do Cabo Caracóis, I., n.d. *Associativismo: práticas colaborativas que a associações promovem aos seus associados*.

John W.Creswell, 2003. *Research Design - qualitative, quantitative and mixed methods approaches*.

Evetts, J., 2011. *Sociological Analysis Of the New Professionalism: Knowledge And Expertise In Organizations*, in: *Grupos Profissionais, Profissionalismo e Sociedade Do Conhecimento*. Edições Afrontamento, Lisboa, pp. 13–27.

Larson, M., 1988. *À Propos des Professionels et des Experts ou Comme il est Peu Utile D’Essayer de Tout Dire*. *Sociol. Sociétés* XX, 23–40.

Dissertações

Balestrin, A., Verschoore, J., Antunes, J., 2010. Práticas de gestão e redes de cooperação. São Leopoldo.

Bianchi, Á., 2007. Empresários e ação coletiva: notas para um enfoque relacional do associativismo.

Rodrigues, M. de L., 2012. Profissões, Licões e Ensaios, 1a. ed. Almedina, Coimbra.

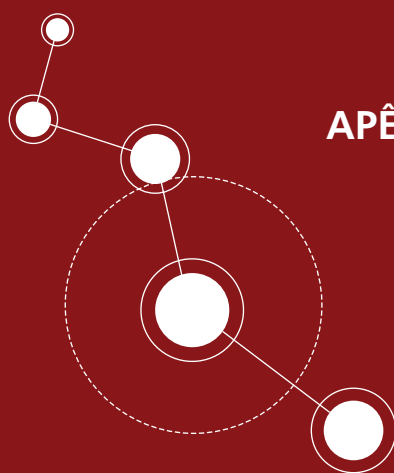
Ventura, 2006. O associativismo das confrarias e irmandades aos movimentos sociais contemporâneos. Lisboa.

Monteiro, P., 2014. A questão do Design. Universidade Lisboa, Faculdade de Arquitectura.

Falcão, G., 2015. Criação livre e criação dedicada. Universidade Lisboa, Faculdade de Arquitectura.

Abedesign 2018 - Associado Mantedor, 2018.

APÊNDICES



APÊNDICE 1: ANÁLISE DAS ASSOCIAÇÕES INTERNACIONAIS

Estados Unidos da América

A Associação dos Estados Unidos da América, American Institute of Graphic Arts (AIGA, the professional association for design) e foi fundada em 1914 sendo uma das mais antigas associações do mundo. (“AIGA,” n.d.)

É uma associação de grande escala constituída apenas por empresas, agências e departamento interno de design e com um grande número de membros (mais de 25mil).

Tem um conselho de administração, um presidente, um diretor executivo e ainda um diretor em cada uma das 72 sucursais. (“AIGA,” n.d.)

Quanto aos valores das quotas, são bastante baixos comparativamente com o valor recomendado em relação ao salário mínimo de 1 300€. Nos primeiros 15 anos o valor da quota é de 17,95€/mês. (“AIGA,” n.d.)

Os principais objetivos da associação são: aumentar a credibilidade e imagem dos profissionais do design perante os meios de comunicação e do governo. Têm ainda como preocupação, melhorar o desenvolvimento profissional, inspirar os designers, promover discussões de assuntos de interesse comum, ter uma calendarização de diferentes eventos, programas e iniciativas. Propõem-se também a disponibilizar as ferramentas e recursos importantes para a prática da profissão. (“AIGA,” n.d.)

Das atividades realizadas por esta associação, destacam-se as ações de formação que fornecem ferramentas e ajudam a melhorar o desenvolvimento profissional.

Relativamente às **formações**, destacam-se, “Perspetivas de negócios para líderes criativos” e a “Creative Lab”. A primeira é uma ação de formação que a associação realiza em conjunto com a “Yale School of Management” com o objetivo de ajudar os líderes das empresas associadas a terem uma visão mais completa do seu negócio nas diversas áreas, nomeadamente, em área de estratégia, contabilidade financeira, liderança e negociação.

Estas ações formativas utilizam como recursos os casos de estudo, as palestras, os exercícios práticos, trabalhos de grupo e exercícios de construção de equipa. (“AIGA,” n.d.)

Esta formação é muito valorizada pois potencia o conhecimento de áreas que à partida os designers não estão tão familiarizados dotando-os de competências genéricas, no entanto essenciais para gerirem e aplicarem

nas suas empresas. É um programa intensivo de 1 semana, realiza-se apenas 1 vez por ano e tem capacidade para formar 35 participantes. Para a associação, este curso representa, uma fonte de rendimento pois pressupõe haver pagamento para o poder frequentar. (“AIGA,” n.d.)

Há ainda a formação “Creative Lab” que é um evento de desenvolvimento profissional, concebido para inspirar a criatividade de todos os participantes. É composto por várias sessões equilibrando o ensino de novas habilidades, com o incremento de fontes de inspiração. As sessões são realizadas para poucas pessoas pois o objetivo é promover o diálogo e feedback personalizado. Alguns exemplos de temas abordados: “Pensando estrategicamente no design” “Apresentar trabalho criativo” “O Negócio das Ideias”, “Desenvolver uma equipe de design em casa” ou “Como tirar o melhor da sua equipa criativa”. Estas ações de formação são pagas. (“AIGA,” n.d.)

Destaca-se um outro programa direcionado a mulheres líderes, **Women Lead Initiative**. O objetivo deste programa é realçar as conquistas das mulheres no design, cultivar a consciencialização de género e promover a comunicação no sector do design. (“AIGA,” n.d.)

Estas atividades consistem em entrevistas a líderes que demonstram compromisso com a igualdade de género a partilham as suas histórias de liderança feminina. (“AIGA,” n.d.)

Promovem ainda um prémio de liderança feminina **Su Mathews Hale** que visa apoiar o talento de designers femininas que estão em início de carreira. Este projeto tem uma página própria dentro do site da associação, onde se abordam de diferentes formas a mesma temática, como por exemplo, dicas úteis, histórias inspiradoras, artigos, eventos, empresas e organizações, diferentes projetos, websites e vídeos. (“AIGA,” n.d.)

Os benefícios dados pela associação centram-se em atividades de desenvolvimento profissional, melhores condições em planos de seguros, publicação do portfolio de membros, ofertas de emprego em design, descontos para eventos e para participação em competições, desconto em Skillshare (plataforma online onde existem diversas aulas relacionadas com o tema do design) e descontos com parceiros da associação. (“AIGA,” n.d.)

Brasil

A Associação Brasileira de Empresas de Design (Abedesign) foi fundada em 2005. Tem 110 empresas design associadas nas mais variadas áreas dentro do design. (“ABEDESIGN,” n.d.)

Internamente organiza-se por membros da direção que são o Presidente, Vice-Presidente, Diretor Comercial, Diretor de Conteúdo, Diretor Corporativo, Diretor de Estratégia, Diretor de Promoção e Projetos Especiais. Têm ainda um conjunto de pessoas que assumem funções mais administrativas. A associação é composta por 9 sucursais regionais, que funcionam como pólo de disseminação da associação atuando de forma bastante ativa em cada região. Cada sucursal tem o seu diretor e alguns colaboradores. (“Abedesign 2018 - Associado Mantedor,” 2018)

As quotas são pagas semestralmente no valor de 148,51€. Qualquer instituição com interesse em fazer parte da associação paga anualmente 1.188€ para se tornar membro. (“ABEDESIGN,” n.d.)

Os principais objetivos desta associação são, promover relações com outras entidades, órgãos governamentais e representações para fortalecer e aumentar a representatividade do design no país. (“ABEDESIGN,” n.d.) A associação pretende ainda proporcionar ferramentas de capacitação as empresas de design associadas, assim como aos seus membros, colaborando na construção de um setor cada vez mais competitivo. Foca-se ainda no desenvolvimento de relações e oportunidades que promovam o networking e giram novos negócios as empresas de design associadas, bem como promover ações e relações que fortaleçam a imagem do design brasileiro e das suas empresas, ampliando nacionalmente a compreensão do design. (“ABEDESIGN,” n.d.)

Entre as atividades realizadas pela associação, há uma que se destaca: o **Projeto Brasil Design** que consiste na promoção do design brasileiro a nível internacional. (“Brasil Design,” n.d.)

Desenvolvem também uma variedade de ações de promoção comercial, dando a conhecer ao mercado global a cultura brasileira. Destas ações que se realizam no âmbito deste programa nomeamos:

- A participação no festival Cannes Lions com stand institucional e subsídio aos designers que lá quiserem expor os seus trabalhos;

- Missões empresariais em diferentes cidades onde os participantes têm a oportunidade de visitar várias agências de design, associações, visitas técnicas a localidades e museus importantes ligados ao design;
- Realização de negócios com potenciais clientes internacionais;
- Convidam diversos jornalistas e comentadores a visitar o Brasil e a conhecer as empresas brasileiras de design. Desta forma, ajudam na divulgação do design brasileiro no mercado internacional. Promovem as exportações e atuam no posicionamento e construção de imagem internacional. (“Brasil Design,” n.d.)

No que respeita a prémios o destaque, recai no prémio **Brasil Design Award**, um prémio de excelência da produção brasileira, organizado pela Centro Brasil Design e pela Abedesign.

É um prémio, que já conta com 6 edições, e que tem como objetivo reunir a excelência da produção brasileira em design, e estabelecer as grandes referências em design e inovação. Visa premiar os melhores projetos de design nacionais e internacionais. (“Brasil Design Award- Design Brasil,” n.d.)

Os premiados nas várias competições selecionadas (como o iF DESIGN AWARD, Cannes Lions, London International Awards, Red Dot entre outros) recebem pontuação a partir dos desempenhos nas respetivas competições. (“Brasil Design Award,” 2013)

Este prémio tem 3 grandes categorias Design Produto (Casa, Urbano, Bem-estar), Design Comunicação (Digital, impresso, branding, ambiente, promoção) Design Embalagens (alimentos; bebidas; produtos e equipamentos; roupa, sapatos e acessórios). Apesar destas 3 categorias elegem ainda um vencedor principal que é nomeado na categoria “Grande prémio”. O júri que faz a avaliação é credenciado e tem profissionais muitos diversos, tanto a nível nacional como internacional, especializados na área e outros com conhecimento mais genérico. A cerimónia de entrega de prémios ocorre na chamada Semana de Design do Brasil “Brasil Design Week”. (“Brasil Design Award- Design Brasil,” n.d.)

As **Fronteiras do Design** é mais um dos eventos desenvolvidos por esta associação. Este é realizado considerando as novas dinâmicas corporativas e a procura de novas formas de entender e resolver desafios e problemas complexos. Propõe-se neste evento refletir e dialogar sobre novas possibilidades de abordagem na área do design. (“ABEDSIGN,” n.d.)

Aqui o design é considerado e utilizado como uma ferramenta estratégica para as empresas tendo um modelo de pensamento orientado para a perspetiva do utilizador e na capacidade de considerar em cada aspeto do projeto o comportamento humano. (“ABEDESIGN,” n.d.)

Este evento é realizado com profissionais do design e com outras pessoas ligadas a essa área que relatam as suas experiências, a maneira como utilizam o design de forma transversal e principalmente que impacto e que estas ações trazem aos seus negócios. A participação neste evento é paga. (“ABEDESIGN,” n.d.)

Quanto a publicações, as que efetuam são de cariz informativo, publicam pesquisas sobre design, o guia de salários, estudos de tendência do mercado e newsletters com conteúdo e novidades do mercado do design. (“ABEDESIGN,” n.d.)

A Abedesign oferece inúmeros benefícios aos seus associados, nos mais comuns encontram-se a participação gratuita em formações, descontos em conferências da associação e eventos, participação em reuniões, encontros de associados e networking. (“ABEDESIGN,” n.d.)

Outro que contribui para desenvolver o sector, ajudar na atuação no mercado externo, dar acesso a estudos do sector, participar em missões empresariais com foco na capacitação de negócios, dar formação em gestão empresarial desenvolvida para o sector do design, possibilidade de divulgar notícias e projetos dos associados em meios de comunicação da associação e newsletters. (“ABEDESIGN,” n.d.)

Russia

A associação da Rússia Союз Дизайнеров России Новости (ADR) foi criada em 1991. Atualmente tem mais de 5000 membros entre profissionais e empresas. As áreas com as quais a associação trabalha são Design Industrial, Design Gráfico e Design Embalagens, Design Têxteis, Design Moda, Design de Ambientes, Design de Interiores e Publicidade. (“Союз Дизайнеров России Новости - ADR,” n.d.)

Internamente organiza-se com 1 presidente, 5 vice-presidentes, 1 chefe de escritório, assembleia, comissão de auditoria e 7 representantes de distritos.

Tem ainda o conselho de presidentes que são os presidentes das 65 sucursais espalhadas pelo país. (“Союз Дизайнеров России Новости - ADR,” n.d.)

Os valores das quotas associativas são pagas anualmente. Para membros individuais é no valor de 43,41€/ano e para as empresas é de 868,33€/ano. (“Союз Дизайнеров России Новости - ADR,” n.d.)

A ADR tem como missão a proteção dos interesses dos profissionais, a criação de condições para promoção dos melhores produtos, iniciativas criativas e ideias inovadoras para o mercado. (“Союз Дизайнеров России Новости - ADR,” n.d.)

Das atividades que desenvolvem destacam-se os prémios e competições como sendo as atividades mais recorrentes da associação.

A competição Nacional de Design **Russian Victoria** é um prémio que se realiza há 20 anos e tem o apoio da Federação Russa, Ministério da Cultura, Conselho de Peritos de Design Interiores e Ambiente Arquitetónico e a Academia Nacional de Design. Nesta competição podem concorrer designers nacionais e internacionais. (“Союз Дизайнеров России Новости - ADR,” n.d.)

O objetivo desta iniciativa é promover produtos e serviços de qualidade, fomentar iniciativas criativas, ideias inovadoras e destacar projetos de jovens designers no mercado.

Algumas das categorias presentes neste prémio são: Design Comunicação, Design de Automóvel, Design de Ambientes, Design Interiores, Paisagismo, Design de Produto, Design Gráfico, Publicidade, Design Embalagens, Design Têxtil, Design Moda, Design Eletrodomésticos, multimédia, entre outros. O melhor trabalho do concurso recebe o grande prémio do júri “Golden Victoria”. (“Союз Дизайнеров России Новости - ADR,” n.d.)

Outro concurso realizado pela associação Russa, **Dentes de leite**, é destinado a crianças, e é promovido a nível internacional em outros países como Israel, Alemanha, China e Itália. O objetivo principal é desenvolver e estimular a criatividade em ambiente escolar, identificar e encorajar soluções inovadoras no campo do design muito associado ao design gráfico. As áreas a concurso são o cartaz, o postal e a ilustração. O concurso é realizado em 3 categorias de idades: entre 6 e 10 anos, entre 11 e 14 anos e 15 e 17 anos. O júri é composto por elementos de vários países do mundo. (“Союз Дизайнеров России Новости - ADR,” n.d.)

Esta associação oferece ao seus membros um cartão de membro da associação e a possibilidade de usarem o logotipo da associação juntamente com a sua assinatura, sendo reconhecido como uma certificação profissional. (“Союз Дизайнеров России Новости - ADR,” n.d.)

Austrália

A Australian Graphic Design Association (AGDA) foi fundada em 1988. Atualmente tem 3000 membros, entre designers profissionais, estudantes, professores e empresas nas áreas de Design Gráfico e Comunicação. (“AGDA - Home,” n.d.)

A associação organiza-se através de um conselho de administração apoiado por conselhos regionais situados em 7 pontos do país. Na sede está o diretor e uma pessoa responsável por cada área - Comunicação, Eventos e Parcerias, Contas e Escritor/editor. (“AGDA - Home,” n.d.)

Em cada um dos conselhos regionais existem vários elementos, nomeadamente, o presidente ou diretor de região, vice-presidente, secretária, conselheiros e subcomité e em alguns casos um representante dos estudantes. (“AGDA - Home,” n.d.)

As quotas da associação têm o valor 43,84€/ano para estudantes e de 195,62€/ano para profissionais. (“AGDA - Home,” n.d.)

Os principais objetivos da associação são o estabelecimento de relações de trabalho justas e produtivas entre designers e clientes bem como trabalhar no aumento da consciencialização do valor do design gráfico nos negócios. (“AGDA - Home,” n.d.)

Das iniciativas que promovem destaca-se o **AGDA Design Awards** por ser um prémio muito prestigiado, vai na 15ª edição. Este prémio pretende dar reconhecimento ao que de melhor os designers da Austrália têm desenvolvido numa ampla gama de disciplinas, entre as quais marcas, gráfico, revistas e jornais, livros, embalagem, digital, crafts, interiores, design for good e effectiveness. (“AGDA Awards,” 2017)

As pessoas candidatam-se aos prémios através de um processo de candidatura on-line, onde fornecem todas as imagens, direitos, e comprovativo de pagamento da inscrição. Os trabalhos são avaliados por um grupo seletivo e conceituado de criativos, durante 1 semana. (“AGDA Awards,” 2017)

Estes prémios promovem a discussão sobre o design e estimulam o processo criativo na indústria. Dão destaque a várias gerações, desde estudantes aos líderes das empresas. Os prémios culminam com o jantar de apresentação e Gala de entrega de prémios em novembro de cada ano. (“AGDA Awards,” 2017)

Denota-se uma preocupação da associação em captar o interesse dos associados, adotando vários modelos para as palestras:

First Five Out é vocacionada para designers emergentes, onde 3 participantes falam sobre as suas experiências dos seus últimos 5 anos. (“AGDA - Home,” n.d.)

Pecha-kucha é um discurso rápido e direto. Cada apresentação é composta por 20 slides e tem apenas 20 segundos para falar por slide, fazendo a apresentação um flip automático para a página seguinte. Conversas com monotonia zero, diretas, interessantes, que conseguem manter a audiência bastante atenta. (“AGDA - Home,” n.d.)

Talk Q & A uma conversa desenvolvida pelo orador convidado. Sessão de perguntas e respostas que algumas vezes permite perguntas da audiência. (“AGDA - Home,” n.d.)

Quanto a publicações, a associação, desenvolve e publica artigos de inspiração sobre os mais variados temas educação, história, como fazer, indústria e até sobre a própria associação. Tem também uma iniciativa AGDA TV em que as várias atividades desenvolvidas pela associação são filmadas, e posteriormente colocadas no site, onde só os membros tem acesso. Esta iniciativa justifica-se num país grande como a Austrália em que nem todos se conseguem deslocar para assistir a um determinado evento, assim conseguem ter acesso aos conteúdos disponibilizados online. (“AGDA - Home,” n.d.)

Os Benefícios promovidos por esta associação são vários, como por exemplo, receber atualizações sobre programas de design, eventos, atividades, notícias. Os associados recebem um boletim semanal adaptado a sua área de trabalho (Marca, impressão, digital, interativo, embalagens...) e têm acesso a ingressos, descontos em eventos da associação e acesso a eventos exclusivos para membros. Os associados têm ainda possibilidade de ter assistência jurídica caso necessitem. Outro dos benefícios é a possibilidade de acederem aos anúncios de emprego, poderem configurar o seu próprio perfil de membro e mostrar o seu trabalho. Existe ainda a loja AGDA que faculta livros design, cursos, produtos e publicações da associação. (“AGDA - Home,” n.d.)

Inglaterra

A associação da Inglaterra é a Design Business Association (DBA) fundada em 1986. É das maiores associações da Europa em quantidade de membros, tem 400 empresas que representam 5000 trabalhadores e é uma associação apenas para empresas e consultores de design nas várias especialidades do setor. (“Design Business Association,” n.d.)

A associação funciona com o conselho de administração. Os diretores da associação têm uma experiência muito diversificada e altamente relevante. São eles que desenvolvem, em colaboração com a equipa de gestão, a estratégia e o modelo no qual a associação se apoia para impulsionar o design, bem como criar na área governativa uma maior confiança para o investimento em design. Regra geral, estão 12 pessoas na frente da associação:

Presidente, chefe executivo, diretor gerente, chefe de departamento de design, fundador, vice-presidente, diretor gerente, diretor design global, chairman, global head design, diretor gerente e CEO. (“Design Business Association,” n.d.)

Quanto ao financiamento desta associação é repartido, pois a indústria contribui com cerca de 90% e os restantes 10% vêm de fundos públicos. Quanto ao valor base das quotas para os associados é de aproximadamente 447€/ano. (“Design Business Association,” n.d.)

Os objetivos da associação são vários, nomeadamente, promover o design a nível estratégico, mostrando às empresas quais os métodos de design para se efetuar uma estratégia que aumente os níveis de evolução em termos de sustentabilidade, negócio e inovação. Outro dos objetivos da associação é apoiar o desenvolvimento dos negócios do associado, facilitando a ligação entre design e negócios. Pauta-se ainda por elevar os padrões profissionais e facilitar interações entre membros. (“Design Business Association,” n.d.)

Das iniciativas que esta associação promove, evidenciam-se os prémios **DBA Design Effectiveness**, por serem uma forma de reconhecimento em que se enaltece o papel do design nas empresas. A eficácia do design pode ser demonstrada de diferentes formas, como por exemplo, através de melhor recrutamento de talento, de redução dos custos de produção, criação de

empregos, aumento das vendas, entre outras. Os resultados apresentados têm que ser significativos e abrangentes. O anúncio do vencedor e entrega do prémio é realizado numa gala e um jantar. Com este evento, a associação consegue angariar fundos para a sua gestão. (“Design Business Association,” n.d.)

Formação interna, a associação disponibiliza a possibilidade de fazer ações de formação específicas para o setor do design. A modalidade utilizada depende muito das necessidades identificadas, podendo ser efetuada no escritório do cliente. Com isto, pretende-se reduzir o tempo que se perde em deslocações dos formandos para formações, adaptando às temáticas e aos horários das empresas pretendem. Os temas das formações são bastante diversificados, nomeadamente, “Novo pensamento para desenvolvimento de novos negócios” (descobrir novas abordagem que não as tradicionais), “Como começar um começo de voo no design” (workshop para a equipa entender como funciona o setor do design), “Habilidade de apresentação” (como criar um grande impacto na apresentação ao cliente; compreender como preparar, estrutura e entregar uma apresentação de forma eficaz), “Como liderar um negócio criativo para inovação e crescimento” (apresentar um quadro de liderança para conseguir manter a agência criativa e comercial) entre outras. Todas as formações são pagas e são dadas por pessoas especializadas em cada temática. (“Design Business Association,” n.d.)

O **Mentoring** é uma ferramenta de desenvolvimento profissional e consiste numa pessoa experiente ajudar outra menos experiente. O mentor é uma espécie de mestre e/ou conselheiro, alguém que tem vasta experiência profissional no campo de trabalho da pessoa que está sendo ajudada. Este processo facilita a aprendizagem e conseqüente desenvolvimento na carreira profissional do profissional mais jovem. (“Design Business Association,” n.d.)

Quanto a publicações, a associação tem uma revista mensal onde se debatem sobre temas relacionados com design, como por exemplo, aconselhamento, orientação, entrevistas a líderes do setor e notícias da atualidade. O objetivo é fornecer informação para capacitar os associados sobre as últimas tendências e atualizações na área. (“Design Business Association,” n.d.)

Outra das publicações a que os sócios desta associação dão muito valor, é o relatório “Inquérito Anual da DBA”, pois permite comparar diferentes indicadores económicos com o dos seus concorrentes. As áreas abrangidas neste estudo são: taxas, salários, utilização, rendas, taxas de recuperação, benefícios e tendências nas empresas membros da DBA. (“Design Business Association,” n.d.)

Dentro dos benefícios que a associação disponibiliza aos seus associados temos a assessoria jurídica, consultadoria, diretório de membros, site com notícias atualizadas e descontos com parceiros e participação em eventos realizados pela associação. (“Design Business Association,” n.d.)

Espanha

A associação Espanhola, Asociación de Diseñadores Profesionales (ADP) foi fundada em 1978. (“ADP,” n.d.)

O seu tipo de membros são Instituições, estudantes e designers profissionais nas áreas de Design Comunicação, Design de Produto, Teoria do Design, Pedagogia e Gestão do Design. (“ADP,” n.d.)

O valor das quotas, pago mensalmente, é de 48€/mês para as empresas, Designers profissionais 20€/mês, Profissionais com menos de 2 anos de experiência e estudantes 5€/mês e 72€/mês para parceiros. (“ADP,” n.d.)

Os principais objetivos desta associação são, defesa dos interesses dos profissionais do design, disseminação de práticas rigorosas em termos de qualidade profissional, disseminação do respeito pela profissão socialmente, promoção do design para a conceção de negócios, assessoria a designers e empresas no desenvolvimento da prática profissional e promoção e reuniões com parceiros através de eventos. (“ADP,” n.d.)

Das iniciativas que promovem, embora não expliquem muito bem em que consistem, tem os encontros de sócios, palestras e conferências, exposições, feiras, formações e prémios. (“ADP,” n.d.)

Os benefícios indicados passam pela constante atualização de informação, serviços jurídicos e aconselhamento, questões fiscais e legais de organização, intercâmbio de profissionais bem como relações institucionais internacionais. (“ADP,” n.d.)

Holanda

A associação Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO) da Holanda nasceu em 1996. Neste momento, tem 2 500 membros individuais e 200 agências, empresas e departamento de design. Trabalham com todo o tipo de áreas dentro do design nomeadamente Design Gráfico, Design Digital, Ilustração, Design Industrial, Design Produto, Moda, Espaços públicos e interior. (“BNO,” n.d.)

A associação é constituída por Assembleia Geral, Conselho de Administração, Diretor, Conselho de curadores e recursos fiscais. O financiamento é realizado com contribuições dos membros, bem como rendimentos dos ativos, e também com outras contribuições, remunerações e benefícios. (“BNO,” n.d.)

O valor das quotas é para designers 296€/ano, para as agências 1.523€/ano, para as empresas 2 693€/ano e para os estudantes 143€/ano. (“BNO,” n.d.)

Os principais objetivos são promover os negócios dos associados, defendendo os interesses económicos dos mesmos bem como facilitar contactos comerciais e sociais entre membros e organizações. Procuram constantemente aprofundar e em ampliar a profissão, e fornecer apoio e aconselhamento aos membros no desempenho do seu trabalho. (“BNO,” n.d.)

A associação desenvolve alguns programas de apoio em termos de aconselhamento. Tem, por exemplo, o serviço **Help Desk** que fornece conselhos legais e empresariais de forma individual aos membros. Esse contacto pode ser feito durante os 5 dias úteis da semana, por telefone, email ou pessoalmente no escritório da associação. (“BNO,” n.d.)

Tem também um serviço de aconselhamento que consiste em ter suporte de aconselhamento que ajuda o associado a impulsionar o seu negócio. (“BNO,” n.d.)

O **Mentor Program** é utilizado quando o membro necessita de ajuda a desenvolver as suas ideias para crescer, ou quando pretende iniciar a carreira e necessita de alguém com mais experiência para debater com ele. Recorre por isso ao mentor BNO. (“BNO,” n.d.)

E, por fim, a associação realiza a atividade de **Intervenção** a grupos de 5/7 pessoas em sessões de 3h onde se discutem sobre um número de casos apresentados. (“BNO,” n.d.)

Desenvolvem anualmente o programa **Driving Dutch Design** que é um programa de aconselhamento, para dar incentivo e estímulo aos criativos. São acompanhadas cerca de 20 agências que realizam um curso intensivo de 10 meses. Reúnem-se uma vez por mês para aulas de finanças, gestão, apresentação e comunicação. Para além das aulas encontram-se também com um professor da associação que vai acompanhar o desenvolvimento do trabalho de forma individual. (“Driving Dutch Design (DDD),” n.d.)

No final do ano, são apresentados publicamente os resultados dos meses de acompanhamento do trabalho na Ducht Design week onde se apresentam a potenciais clientes, durante o ‘Drivers Pitch Event’. Mais tarde é feita uma publicação na qual se relatam as experiências de todos os participantes e é inaugurada a exposição com os produtos e serviços finais desenvolvidos. (“Driving Dutch Design (DDD),” n.d.)

A publicação feita nesta ação responde a perguntas cruciais na atividade da profissão que muitos outros designers podiam gostar de ver esclarecidas. Esta publicação aborda perguntas como: “Qual é o meu perfil e como me posicionar?”, “Como devo proceder num ambiente de negócios?”, “Como obter o que meu cliente realmente precisa?”, “Como eu parceria com o melhor?”. E apresentam a sua experiência neste programa através do livro. (“BNO,” n.d.)

Outra das publicações desenvolvidas é a coleção “BNO Best Pratices” que aborda casos onde o design comprovou que consegue aumentar as vendas, reduzir os custos ou melhorar a imagem da empresa. (“BNO,” n.d.)

A associação pública ainda trimestralmente a Dutch Designers Magazine onde a cada edição é dado destaque a um designer. O seu trabalho é colocado no contexto comercial, desenvolvimento da indústria e sociedade a partir de diferentes perspetivas. (“BNO,” n.d.)

Dos benefícios oferecidos pela associação salientam-se o aconselhamento jurídico, disponibilização de documentos importantes, publicação de trabalhos de membros no site, possibilidade usar a logotipo da associação como selo de qualidade. Eventos grátis e com descontos, planos de seguros com melhores condições e oferta de 50€ para utilizar num banco de imagens parceiro da BNO. (“BNO,” n.d.)

Dinamarca

A associação Design Denmark (Dd) resulta de uma fusão de duas organizações Danish Designers (DD) e Danish Design Association (DDA) em abril de 2014. (“Design Denmark,” n.d.)

Tem atualmente mais de 600 membros, estudantes, freelancers, profissionais, empresas e parceiros. As áreas abrangidas por esta associação vão desde o Design à Arquitetura entre as quais, Design Industrial, Design Produto, Design Interiores, Têxteis, Design Moda, Design Gráfico, Design Comunicação, Design Digital, Multimédia, Design Serviços e Arquitetura. (“Design Denmark,” n.d.)

Internamente a associação organiza-se com um Presidente, dois vice-presidentes (um para finanças outro para desenvolvimento de negócios) e um conselho de administração constituído por 10 pessoas. (“Design Denmark,” n.d.)

As quotas nesta associação são pagas trimestralmente e têm um valor médio por trimestre para um designer individual de 147,71€ e para estudantes o valor de 16€. Já para as empresas apenas com uma pessoa o valor é de 590€, à medida que as empresas vão tendo mais trabalhadores o valor base vai aumentando. (“Design Denmark,” n.d.)

A associação tem como objetivos principais: Representar os designers dinamarqueses, bem como as empresas de design organizações e instituições. A associação pretende através do design contribuir para uma sociedade mais sustentável e simultaneamente fortalecer o papel do design nos negócios. (“Design Denmark,” n.d.)

Tenta ainda conseguir uma maior profissionalização e internacionalização da indústria do design apostando na formação dando mais oportunidades de educação, formação e desenvolver competências. A associação fornece aos membros, novos conhecimentos e ferramentas para potenciar o lado empresarial, criativo e profissional. (“Design Denmark,” n.d.)

Para além das palestras, conferências e ofertas de formação a associação dirige **Grupos de Experiência** para membros. Neste momento, estão ativos 10 grupos que se reúnem 4-6 vezes por ano para partilhar as suas experiências, desenvolver novos métodos, debater sobre ferramentas, tendências, gestão de design, faturação, entre muitos outros temas. São os grupos que decidem o conteúdo das reuniões e bem como onde e quando se querem reunir. A associação após as reuniões com estes grupos compromete-se a fazer o resumo do falado/discutido para distribuir a todos os

membros que participaram no grupo. Estes grupos são exclusivos a membros e as conversas das reuniões são confidenciais. (“Design Denmark,” n.d.)

Os **Grupos de projeto** foram criados a partir do princípio que quanto mais ativa a associação, mais relevante é no mercado, e quanto mais forte a associação mais fortes são todos os que defendem e ajudam. Portanto pedem a todos os sócios que cooperem numa área a sua escolha entre 9 propostas (política de funcionamento, internacionalização e exportação, Danish Design Award, benefícios de atividades da associação, recrutamento de membros, ética e competição, parcerias entre empresas e indústrias, educação continuada e semana do design). Os membros estão envolvidos numa ampla gama de projetos e grupos de trabalho. Desta forma, pretende-se tornar a associação uma organização inovadora, orientada para projetos e muito ativa. (“Design Denmark,” n.d.)

Business by Design é uma iniciativa para fortalecer a cooperação entre as empresas e as competências (instituições) de design. Nas reuniões dão-se conselhos e fornecem-se métodos para o desenvolvimento do negócio na área do design de cada um dos participantes. Ao longo de 4 sessões abordam estratégias de venda, as tendências do mercado, introduzem-se métodos concretos e analisam-se os aspetos do desenvolvimento. Estes eventos são direcionados para jovens design que se desejam criar novas empresas e pensar em outras formas de negócio. (“Design Denmark,” n.d.)

Danish Design Award é o maior evento de design dinamarquês, celebra as melhores soluções de design e mostra de que forma o design pode fazer diferença na sociedade. Uma parceria entre Danish Design Center (DDC) e Design Denmark (Dd) que tentaram criar um evento distintivo de design nacional e internacional. Quanto as categorias, este prémio quer abranger todo o tipo de design. (“Danish Design Award,” n.d.)

As inscrições são gratuitas e submetidas online. As categorias inseridas na competição são:

NEGÓCIOS

- Construir mercados - demonstrar que o design pode contribuir para aumentar o crescimento em termo de revenda, novos mercados e novas áreas de exportação;
- Mensagem recebida – mostrar que o design pode ser um bom intermediário, capaz de comunicação e se envolver de forma a corresponder às necessidades, desejos, comportamentos, valores e contexto;

- Poupar dinheiro – mostrar que o design pode reduzir custos a um produto ou serviço sem comprometer a qualidade;
- Partilhar recursos – Mostrar que o design pode fazer melhor uso dos recursos. É um prémio atribuído a uma solução de design baseada na abordagem parcial económica em que se partilhou, emprestou ou alugou o que se precisava. (“Danish Design Award,” n.d.)

INDIVIDUAL

- Melhor trabalho – demonstrar que o design pode contribuir com soluções adequadas, inovadoras e efetivas para os desafios no local de trabalho;
- Vida Quotidiana – demonstrar que o design pode melhorar significativamente a vida quotidiana e a qualidade de vida para o individuo ou para a família, seja em casa ou em movimento;
- Sinta-se bem – Soluções que falam sobre pensamentos e sentimentos, dá naturalmente o prazer de usar. (“Danish Design Award,” n.d.)

SOCIEDADE

- Aprender melhor– Solução ou projeto que criou ambientes ou métodos de aprendizagem significativamente melhores;
- Soluções limpas - Demonstrar o potencial do design para incorporar a sustentabilidade em qualquer solução;
- Vida saudável – demonstrar o potencial do projeto para criar soluções que promovam nossa saúde mental ou física;
- Serviço excepcional – mostra como o design pode ser uma ferramenta efetiva para repensar, melhorar ou introduzir um serviço. (“Danish Design Award,” n.d.)

ITENS VENDA

- Crescimento de emprego – demonstrar que o design que pode criar emprego. Por exemplo, quando cria um produto e/ou serviço que as pessoas realmente necessitam;
- Conceitos visionários – este prémio é dado a uma solução de design ou conceito inovador e visionário que demonstre novas oportunidades;
- Prémio de ícone – atribuído a um conceito, produto ou trabalho que se tornou um ícone no design da Dinamarca;

- Jovem talento – é destacar o um jovem designer, ou empresário com capacidade de inovar;
- Escolha das pessoas – este prêmio tem o objetivo de levar o design junto de um público mais alargado, nesta categoria todas as pessoas na Dinamarca e podem votar em qualquer um dos projetos apresentados. (“Danish Design Award,” n.d.)

Relativamente às publicações, a associação tem o boletim informativo que é publicado duas vezes por mês e tem como principal função alertar sobre as novidades na área do design e sobre os eventos que vão acontecer, competições, prazos de inscrições que vão terminar, palestras, entre outros. Paralelamente o site tem sempre artigos e entrevistas feitos na área do design. (“Design Denmark,” n.d.)

A associação tem inúmeros benefícios entre os quais estão os serviços de aconselhamento em que ajudam os membros com conselhos sobre relações entre empregadores e empregados, disponibilizam as regras de concorrência, e ainda dão acesso a modelos de contratos. Fornecem assessoria jurídica numa parceria da associação com um escritório de advocacia. Os membros, no futuro, poderão ter acesso a alguns acordos de plano reforma, plano de seguro, participação na promoção das exportações para mercados emergentes. (“Design Denmark,” n.d.)

A associação facilita ainda a criação de networking entre designers e partes interessadas, desenvolve e implementa campanhas de marketing com membros em vários mercados selecionados na Ásia. A associação dá gratuitamente aos seus membros boletins informativos, e publicações no site com notícias atualizadas. (“Design Denmark,” n.d.)

Para os estudantes a associação disponibiliza alguns benefícios em termos de carreira promovendo visitas a empresas de design e eventos de portfólio que ajudam na procura de emprego. (“Design Denmark,” n.d.)

Como membro pode ainda apresentar o seu cartão de sócio para obter desconto em várias lojas, e ter entradas gratuitas em museus e exposições selecionadas. O contato entre membros e empresas potencia a capacidade de aceder a novas oportunidades de negócio. (“Design Denmark,” n.d.)

Itália (AIAP)

A Itália tem uma associação denominada Associazione Italiana Design Della Comunicazione Visiva (AIAP), a sua fundação deu-se em 1945, é uma das mais antigas associações na Europa.

Tem 690 membros todos eles profissionais ou estudantes da área do design gráfico e comunicação. (“AIAP” n.d.)

Internamente tem um conselho de administração com o objetivo de supervisionar as atividades da associação e que é composto por 1 presidente, 1 vice-presidente, 1 secretário geral, 4 conselheiros e 3 auditores. Tem 1 tesoureiro, 4 elementos no centro de documentação no projeto gráfico e 3 pessoas no secretariado. (“AIAP” n.d.)

Organiza-se por departamentos, tem 7 departamentos distintos:

1. Departamento de funções institucionais que está responsável por parcerias e organização de eventos.

2. Departamento de relações internacionais onde se desenvolve relações com outras associações, relações com organismos públicos internacionais entre outros.

3. Departamento da profissão onde se trata de aspetos jurídicos relacionados com a profissão, certificação profissional, relacionamento com o mundo empresarial.

4. Departamento de pesquisa onde se prestam contas, gestão e desenvolvimento da biblioteca da associação, entre outros.

5. Departamento de Educação que faz a divulgação da cultura do design para escolas, trata do relacionamento com universidades e escolas de comunicação, design e gráfico;

6. Departamento de relações internas que preside às assembleias locais e apoia sucursais sempre que necessário, supervisiona as necessidades e questões críticas de membros, entre outros.

7. Departamento de relações externas que trata da promoção da associação, planeamento, acordos, entre outros. (“AIAP” n.d.)

Existem 3 tipologias de sócios, o valor pago em quotas anualmente é para o profissional-sénior de 250€/ano, para o profissional-júnior de 150€/ano e para o estudante 55€/ano. (“AIAP” n.d.)

São vários os objetivos da associação, designadamente, representar o designer de comunicação; incentivar, promover e valorizar o desenvolvimento da profissão; participar ativamente no crescimento dos níveis

educacionais; criar iniciativas para formação contínua, desenvolver contatos para cooperação a nível nacional e internacional. Assim, pode ainda encabeçar pesquisas para o setor do design, manter padrões de qualidade e ainda proteger os interesses profissionais da classe. (“AIAP,” n.d.)

A **Semana Gráfica Internacional** é um evento realizado pela AIAP, passa por várias cidades ao longo de todo o país. Toda a semana é construída em torno de um tema central, mas repleto de diferentes iniciativas que proporcionam, a todos os presentes, momentos de reflexão e debate. (“AIAP DX International Graphic Design Week Milano,” n.d.). Existem diferentes atividades, exposições, mesas redondas, prémios, projetos especiais, conferências e workshops destinados a estudantes e profissionais e palestrantes de toda a Europa. Todos os eventos, desta semana, são gratuitos com exceção das oficinas. A sua última edição (7a) em 2017 foi realizada em Roma. (“AIAP,” n.d.)

A associação desenvolve ainda alguns **workshops**, dentro dos temas já abordados, surge “ABC fabricação digital”, “Fotografia: da análise ao tiro da imagem”, “O fascínio da imagem em movimento”, “Letterpress” entre outros. Estes workshops têm um custo, para o associado que é sempre menor que para uma pessoa externa à associação. (“AIAP,” n.d.)

A AIAP, para além das suas publicações comercializa no seu site inúmeras outras publicações que embora não sendo realizadas pela associação são consideradas bastante importantes. (“AIAP,” n.d.)

A Publicação “Guia de taxas” renomeada recentemente para “Guia de serviços profissionais” é um guia muito importante pois ajuda no planeamento do trabalho, formulação de estimativas, bem como para gerir pedidos de trabalho. (“AIAP,” n.d.)

A revista **Graphic Design** é uma revista internacional publicada pela associação sobre comunicação visual. Fundada em 2003 é um ponto de referência para a cultura da comunicação visual em Itália, sendo a sua publicação de cariz bilingue (Italiano e inglês). A periodicidade é semestral e pode ser adquirida em papel ou em formato digital. (“AIAP,” n.d.)

Na revista propõe-se uma reflexão crítica sobre design gráfico, em que uma parte da revista é monográfica, explorando apenas um tema. Os temas são propostos antecipadamente para poder haver contribuições por parte dos designers associados. Numa outra parte da revista existe uma secção para temas “fora do tópico” onde se permite apresentar artigos de várias temáticas. Esta revista não pretende informar das novidades da atualidade, mas sim abordar com mais detalhe determinados tópicos. (“AIAP,” n.d.)

Os membros da associação têm diversos benefícios, nomeadamente possibilidade de participação em assembleias, direito a voto, atualização notícias, testemunhos, relatórios, comentários e pensamentos atualizados sobre design. O associado está permanentemente a ser informado sobre as iniciativas e a possibilidade de participar em todas as atividades da associação. Pode ainda aumentar o seu desenvolvimento profissional através dos cursos e workshops disponibilizados. Recebem ainda o guia de taxas gratuitamente, acedem ao serviço **Jobservice** que permite criar e pesquisar empregos e possibilidade de publicar os trabalhos numa galeria, e contam também com descontos especiais na livraria da associação. (“AIAP,” n.d.)

De destacar que esta associação promove outras associações italianas como, Associação Italiana de Caligrafia, Associação dos consultores de publicidade, Associação Italiana de pequenos editores e com Associação do designer industrial entre muitas outras. A nível internacional colaboram também com diversas associações em vários pontos do mundo. (“AIAP,” n.d.)

Itália (ADI)

A Associazione per il Disegno Industriale (ADI) em Itália foi fundada em 1956. (“ADI,” n.d.)

Tem mais de 1000 associados, profissionais, investigadores, professores, críticos e jornalistas nas áreas correspondentes a Design de produto, design de serviços, comunicação visual, embalagem, design de interiores e no design para o ambiente. (“ADI,” n.d.)

Organiza-se internamente com um comité executivo com 1 presidente, 1 vice-presidente, 1 tesoureiro e 6 conselheiros. (“ADI,” n.d.) Divide-se ainda em 4 departamentos:

- Departamento de Designers – este departamento tem como objetivo a promoção do designer industrial, a divulgação e reconhecimento do valor e utilidade desta profissão. Com o objetivo de conquistar mais espaços profissionais.
- Departamento das Empresas – Desenvolve contato entre a indústria e designers tanto em Itália como no exterior. Promove reuniões, seminários, festivais e exposições que elevem a imagem do design italiano.
- Departamento Geral – Formação e informação, com especial atenção na criação de produção italiana, relações entre empresas e estudo de novas formas de organização mais produtivas.

- Departamento Distribuição e Serviços – divulga a cultura do design através da distribuição e uso do design, know-how dos membros, realizando exposições, conferências e outras atividades. (“ADI,” n.d.)

A associação tem várias sucursais a nível nacional onde os membros podem reunir participando ativamente na associação. Atualmente existem 13 sucursais. (“ADI,” n.d.)

As quotas desta associação têm o valor de 250€/ano para designers profissionais e para empresas de 490€/ano. (“ADI,” n.d.)

Os objetivos desta associação passam por estabelecer um quadro jurídico para o reconhecimento público da profissão de designer. (“ADI,” n.d.)

Tenta também promover e implementar condições mais propícias à conceção de bens e serviços, através do debate cultural e do diálogo com as instituições e da prestação de serviços. (“BEDA: e Bureau of European Design Associations,” n.d.)

O **Prémio Compasso d’Oro**, iniciou-se em 1954 e hoje é considerado um dos mais prestigiados do mundo. A partir de 2014 a associação criou, a cada 2 anos, o Prémio Internacional ADI Compasso d’Oro, voltado para a participação internacional. Iniciou também as edições temáticas, ou seja, a cada ano há um tema específico, de forma a aprofundar os aspetos emergentes e significativos do design e da sua evolução continua. (“ADI,” n.d.)

O objetivo deste prémio foca-se na capacidade que o design tem em melhorar ferramentas, dispositivos, produtos técnicos, serviços e comunicação. O prémio visa chamar a atenção para as capacidades que o design tem desenvolvido, quer na prática quer na reflexão disciplinar. (“ADI,” n.d.)

O prémio é para designers ou empresas que tenham alcançado um design avançado, e consciente da qualidade dos materiais. Pede-se também responsabilidade em relação à sociedade e meio ambiente, apresentando soluções sustentáveis. As inscrições são feitas online e é solicitado o pagamento do valor da inscrição. (“ADI,” n.d.)

As categorias a concurso são: Design do Produto, Materiais e Componentes, Comunicação Visual, Serviços e Eventos. (“ADI,” n.d.)

O júri é internacional composto por 7 avaliadores selecionados pela associação, personalidades do design com habilidades referentes às categorias em provas, 5 elementos, e ainda 2 elementos relacionados com tema escolhido para esse ano. (“ADI,” n.d.)

A associação tem também um serviço, o **Consumer Desk**, que disponibiliza um serviço de garantia de qualidade. A associação afiança que o

seu membro é um bom profissional. Os clientes podem sempre recorrer a este serviço para conhecer os membros com quem vão trabalhar. Ou obter uma arbitragem em caso de conflito. (“ADI,” n.d.)

O **Júri de projeto** é uma iniciativa desenvolvida pela associação, que pretende garantir que as criações de design industrial são originais e não plagiadas. Então criou-se um “júri” com o objetivo de prevenir estas situações. Os projetos para concursos e catálogos são avaliados por eles, este júri é composto por designers industriais, representantes dos produtores, advogados, especialistas em questões de mercado e especialistas em problemas do consumidor. (“ADI,” n.d.)

Nas publicações destaca-se a ADI design index que é uma publicação anual onde mostra o melhor do design italiano selecionado pelo Observatório Permanente do Design ADI. (“ADI,” n.d.)

Entre os benefícios dados pela associação estão os preços especiais para serviços de profissionais, entradas gratuitas ou com desconto para museus e exposições, participação em eventos culturais, cursos de línguas, impressões entre muitas outras. (“ADI,” n.d.)

Áustria

A associação da Áustria, com o nome Designaustria (DA) fundada em 1991 tem atualmente 1300 membros, profissionais e estudantes de design. As áreas que representa são Gestão do Design, Design Gráfico, Ilustração, Design Iluminação, Multimédia, Design Produto, Interiores e Têxteis. (“designaustria,” n.d.)

Na estrutura interna tem 5 pessoas que pertencem ao conselho de administração, e 9 pessoas responsáveis pelas diferentes áreas dentro da associação. Entre as quais: consultas e gestão, serviço de suporte e finanças, gestão de projetos, gráficos e processamento de informação, suporte de projetos e exposições, supervisão competições, gestão de projetos internacionais e comunicação com os media, assistente de projeto, editor chefe, editor web e chefe do fórum. (“designaustria,” n.d.)

Quanto ao valor das quotas é de 25€/mês para profissionais e de 12,5€/mês para estudantes de design. (“designaustria,” n.d.)

A associação pretende promover o design, valorizar o papel do design na sociedade, aumentar a consciencialização do seu valor e fomentar a maior apreciação dos seus produtos e serviços. Visa ainda afirmar a Áustria

como ponto de encontro dos designers da Europa e como local de negócios de design e compromete-se a representar nacional e internacionalmente os seus associados. (“designaustria,” n.d.)

Esta associação para além dos workshops, conferências e palestras desenvolve alguns prémios entre os quais:

Prémio Joseph Binder foi criado pela associação em 1996 e é uma competição bianual. Foca-se nas áreas de design gráfico e ilustração. As categorias em prova são no Design Gráfico, Design Corporativo, Design de Comunicação, Design de Informação, Tipos de letra, Cartazes e posters, Paginação, Design de embalagens, Design digital. Na área de ilustração as categorias a concurso são várias como é o caso da Ilustração para Livros, Ilustração para media, Ilustração publicitária e Ilustração para outras aplicações. A terceira grande categoria é Design de ficção que são trabalhos independentes, de conceito, ainda não realizados ou teses. (“Joseph Binder Award,” n.d.)

A submissão dos trabalhos é feita online e fica ativa a partir do momento em que se faça o pagamento da taxa de inscrição. Os trabalhos são avaliados por um júri internacional de personalidades reconhecidas que atribui até cinco prémios por categoria. (“Joseph Binder Award,” n.d.)

Para a avaliação numa primeira fase o júri atribui pontos a cada trabalho submetido. Os projetos que melhor ficarem classificados são solicitados em formato impresso e posteriormente reavaliados em reunião pelos júris. (“Joseph Binder Award,” n.d.)

Os resultados desta competição são anunciados numa cerimónia de entrega de prémios, e é editado um catálogo com todos os trabalhos selecionados. Após o anúncio é realizada uma exposição itinerante por várias cidades europeias. (“Joseph Binder Award,” n.d.)

Prémio Romulus Candia é feito pela Designaustria em cooperação com uma editora austríaca, o Instituto de Literatura Juvenil e a Secção de Arte do governo da Áustria. É um prémio de ilustração para livros infantis, tendo essas obras que estar completas, mas que ainda não tenham sido publicadas. (“designaustria,” n.d.)

Para além dos júris, na área do design, os livros também são avaliados por crianças supervisionadas por adultos, de modo a manter a veracidade dos resultados. As obras têm que demonstrar inovação artística, independência do texto, peculiaridade do projeto, e também têm de ter em consideração a viabilidade para a produção. O prémio é de 2.500€ mais a respetiva publicação do livro pela editora que apoia o projeto. (“designaustria,” n.d.)

Esta associação edita uma revista “Designaustria-Mitteilungen” (Mensagens, Design Áustria) desde 2012, onde se evidencia o que é realizado em Design na atualidade na Áustria. Tem sempre um grande tema de destaque ao qual é dedicado aquela edição da revista. Tem ainda uma secção de Studio Portrait onde é destacado o trabalho de um membro da associação. Descreve e anuncia eventos e competições, realça também as conquistas dos membros nas diferentes competições. É uma revista impressa, publicada quatro vezes por ano. Os membros recebem um exemplar por correio. (“designaustria,” n.d.)

A associação desenvolve diversas publicações, umas em nome próprio outras em conjunto com outras instituições entre as quais:

- A coleção de livro “Como...” publicada pela Designaustria e Creative Industries Styria (CIS). Estes livros abordam informações sobre tópicos relevantes para o projeto em diversas áreas do setor do design. Os 6 volumes já publicados têm como temas: “Como cooperar com o seu Designer”, “Como ser bem-sucedido com o design”, “Como entregar o design da Corporativo”, “Como desenvolver o design corporativo”, “Como lucrar com o Design Indústria” e “Como gerir Design”.

- “Monografia de pioneiros de design gráfico Austríacos” publicado pela associação e pelo Design Gruppe Koop. Pretende mostrar quais foram os designers orientadores e inovadores no design na Áustria depois de 1945. Dar a conhecer o trabalho destes artistas, as suas vidas, trabalho e obras que criaram e preservar este conhecimento para gerações futuras. Nikolai Borg, Rudolf ron e Othmar Motter foram alguns dos designers que já têm livro publicado com o seu trabalho.

- “Designaustria Informações básicas” é um livro que fornece respostas a questões de direitos profissionais e pactos comerciais. Alguns dos temas já editados são, “Código de Conduta”, “Termos Gerais do Contrato” e “Modelo de contratos da empresa”. (“designaustria,” n.d.)

Alguns dos benefícios dados pela associação são, aconselhamento sobre questões profissionais, concursos, propostas, assessoria em questões legais e económicas, conselhos sobre como iniciar um negócio e intercâmbio de conhecimentos através do Expert Cluster, grupos de especialistas em design. A associação também dá suporte a perguntas, sugestões e ideias, informação e serviços jurídicos, assessoria pessoal em assuntos legais e informações básicas gratuitas sobre questões profissionais, serviços online como perfil para portefólio, cobertura de notícias, publicações, descontos e muitas outras vantagens. (“designaustria,” n.d.)

Noruega

A Norsk organisasjon for visuell kommunikasjon (Grafill), associação para comunicação visual da Noruega foi fundada em 1991 e tem 1400 membros que podem ser profissionais ou estudantes na área de comunicação visual, entre as quais Design gráfico, ilustração, animação, criação de desenhos animados, design interativo. (“Grafill,” n.d.)

Internamente os órgãos constituintes da associação são a assembleia geral, o conselho de administração, comitê de eleição, conselho fiscal e conselho executivo. Podem ainda formar sucursais locais que podem desenvolver diversas atividades relacionadas com design com o apoio da associação. (“Grafill,” n.d.)

As quotas têm o valor médio de 150€ por ano e de 60€/ano para estudantes. (“Grafill,” n.d.)

Os principais objetivos desta associação é salvaguardar o interesse dos associados, a nível profissional, financeiro, jurídico e social. Elevar a qualidade da área e os seus valores éticos promovendo uma melhor educação nos assuntos. Promover a compreensão mútua entre clientes e profissionais. (“Grafill,” n.d.)

Das iniciativas desenvolvidas pela associação destacam-se as Creative Mornings que é um evento mensal de conferências com pequeno-almoço para criativos. Cada evento é gratuito e inclui uma conversa de 20 minutos, enquanto se toma café. Este evento realiza-se entre as 7.30 e as 9h da manhã. (“Gra ll,” n.d.)

Visuelt é um evento anual para a indústria criativa. Foi criado em 1993 e é desenvolvido pela associação. Consiste em competições, festivais, prémios, festas e exposições. São convidados para hubs criativos, Studio Crawls em torno de alguns dos melhores estúdios de design em Oslo. Têm um seminário de dia inteiro com designers internacionais, ilustradores, artistas e criadores que conversam sobre vários aspetos do design e criatividade. Os vencedores do “Visuelt” recebem um prémio. Visuelt é um evento com o objetivo de inspirar e funcionar como ponto de encontro para pessoas da área do design, sendo o maior evento anual da região nórdica em comunicação visual. (“Grafill,” n.d.)

O concurso está aberto tanto para profissionais como para estudantes, e os trabalhos realizados podem ser submetidos às categorias de Design Gráfico, Ilustração, Design Digital e Imagem em Movimento. Esta competição tem como objetivo inspirar novos pensamentos e padrões

académicos. Os vencedores são selecionados por um júri profissional composto por 25 profissionais entre noruegueses e estrangeiros. Os resultados desta competição são anunciados numa cerimónia própria. (“Gra ll,” n.d.)

A competição denominada Os livros mais bonitos do ano, tem como objetivo elevar os que trabalharam na indústria do livro inspirando editores, escritores, designers gráficos e ilustradores a criar livros de qualidade para todos os géneros, tornando a experiência da leitura mais rica. (“Grafill,” n.d.) Os livros ilustrados para crianças e adultos, tem várias categorias e a cada categoria os júris podem atribuir um primeiro prémio (1º Lugar), um segundo prémio (2º Lugar) e dois diplomas, e ainda decidir uma categoria em que elegem qual o livro mais bonito do ano. (“Gra ll,” n.d.)

A constituição do júri é formada por profissionais, sendo a avaliação dos trabalhos baseada numa avaliação geral dos requisitos estéticos, funcionalidade, estrutura, design, ilustração, imagens, escolha de papel e vinculação. O design e a expressão ilustrativa devem tornar o livro tão acessível quanto possível e contribuir significativamente para o livro alcançar seus leitores.

O prémio é concedido em cooperação com o Reader Search Book. Na cerimónia de entrega do prémio todos os vencedores são homenageados e é apresentado um catálogo do evento. (“Gra ll,” n.d.)

É realizada uma exposição, itinerante, que passará por algumas cidades norueguesas. No final da exposição, os trabalhos dos vencedores são enviados para a Art Art International, em Frankfurt e passam a integrar uma outra competição mundial a “Best Book Design” realizada em Leipzig. (“Grafill,” n.d.)

Quanto a publicações, têm no site uma secção de Revista onde têm reportagens sobre trabalhos de pessoas que se destacam na área ou de gabinetes de design. Têm ainda uma secção destinada apenas a notícias da indústria. (“Grafill,” n.d.)

A associação coopera com muitas organizações e instituições e faz parte de uma grande rede composta por Kunstnernetverket (rede dinamarquesa de artes nacionais), DOGA (Design e arquitetura da Noruega), Norsk Barnebokinstitut (Instituto norueguês do livro infantil) entre outros. A nível internacional a Grafill está envolvida através da participação ativa em redes europeias e internacionais, com a Swedish Tecknare (Associação da Suíça de Ilustração e Design Gráfico), Grafia (Associação de Designers Gráficos da Finlândia), Kuvittajat (Associação de Ilustração da Finlândia), Design Denmark (Associação Design Gráfico da Dinamarca), EIF (Fórum Europeu da Ilustração), BEDA e ICO-D. (“Grafill,” n.d.)

De entre os benefícios que a associação disponibiliza aos seus associados encontra-se, a assistência jurídica, a possibilidade de fazer um plano de seguro com melhores condições e ainda com possibilidade de alargamento a outros membros da sua família, bolsas para viagens, descontos em hotéis, descontos nos eventos Grafill, perfil personalizado para os membros promoverem o seu trabalho, a distribuição automática de boletins informativos e materiais da associação. Têm também grupos de pesquisa a vários temas, como ilustração, interação, comic, animação e design gráfico onde o membro se pode integrar e colaborar. Disponibiliza ainda o free-lance carreira um serviço que tem e-books sobre profissões liberais para os membros poderem consultar. A possibilidade de usar o título de membro autorizado AMG que reconhece certifica e reconhece o membro como bom profissional. (“Grafill,” n.d.)

Estónia

Associação da Estónia, Eesti Disainerite Liit (EDL) foi fundada em 1989. Tem 140 membros, profissionais do design e empresas. Trabalham com todas as áreas do design, produto, moda, têxteis e design gráfico. (“EDL | Esileht,” n.d.)

O financiamento da Associação é suportado a 100% pelos membros com as quotas e com as atividades que desenvolvem. (“EDL | Esileht,” n.d.)

O nível de vida na Estónia é baixo pelo que apenas pagam 32€ por ano para pertencer à associação. (“EDL | Esileht,” n.d.)

Os objetivos desta associação são, desenvolver o design na Estónia, melhorar as competências e conhecimentos dos designers, bem como, garantir a alta competência dos seus membros. Pretende ainda defender os direitos dos membros e simultaneamente garantir o cumprimento do código de ética. (“EDL | Esileht,” n.d.)

Um dos maiores eventos organizado por esta associação é o “Tallinn Design World Festival”, que consiste num evento anual, que já vai na sua 12ª edição, e que pretende demonstrar as conquistas do design na Estónia e em outros países, lançando discussões sobre o papel do design na sociedade de hoje. O programa do festival foi projetado em duas partes, uma parte mais educacional e orientada para designers profissionais, outra para o público em geral com eventos culturais, de entretenimento e iniciativas de promoção do design. (“Disainiöö,” n.d.)

O principal objetivo deste festival é que o visitante atualize os seus conhecimentos de design e experiencie o design integrado na vida quotidiana. No entanto, o programa do festival tem abordagens muito diversificadas, desde palestras educativas, oficinas, exposições, moda e leilões de design. (“Disainiöö,” n.d.)

O Prémio de Design de Produto BRUNO, criado em 2006 realiza-se a cada 2 anos pela associação e tem como intuito criar um reconhecimento dos produtos mais inovadores e de maior qualidade nesta área. Pretende incentivar os empresários a apoiarem os designers para que desenvolvam mais produtos e fomentar a divulgação perante o público em geral da importância que usarem produtos com bom design no seu dia a dia. (“EDL | Esileht,” n.d.)

Existem 3 categorias para a atribuição dos prémios:

1ª Categoria: “O melhor design de produto” para mobiliário residencial, luzes, vários elementos do interior, têxteis, acessórios de mesa, equipamento de cozinha.

2ª Categoria: “O melhor design de luxo” design associado ao estilo de vida como acessórios de moda, equipamentos de viagem e passatempos.

3ª Categoria: “O melhor design de tecnologia” veículos, rodas, ferramentas, auxiliares médicos, eletrodomésticos, telemóveis e computadores. (“EDL | Esileht,” n.d.)

A entrega deste prémio realiza-se no Tallinn Design Festival, o júri é composto por elementos de vários países e o vencedor de cada categoria recebe 2.000€. (“EDL | Esileht,” n.d.)

A associação faz parte integrante Estonian Design Centre (EDC) em conjunto com Estonian Academy of Arts, Tallinn University of Technology, e Estonian Design Institute. Este centro desenvolve condições para as empresas usarem o design e participa na criação de meios para desenvolver o design. Organiza projetos colaborativos entre designers e empresas, apresentando o design da Estónia em feiras e eventos de design. Este centro organiza o SÄSI Young Design Award e o evento Estonian Design Awards. (“EDL | Esileht,” n.d.)

A EAD participa no trabalho de organizações de design, é membro do conselho de várias organizações como o International Centre for Settlement of Investment Disputes, BEDA, o Instituto Europeu de Design e De ciência, Prémio Design Management award, colabora em projetos focados em questões como design inclusivo, design de cuidados de saúde com a European house of design management na gestão do design. (“EDL | Esileht,” n.d.)

APÊNDICE 2: TOPICOS ASSOCIAÇÕES INTERNACIONAIS

Estados Unidos da América

AIGA, the professional association for design - American Institute of Graphic Arts

Fundação: 1914

Número de membros: mais de 25 mil

Tipo de membros: Empresas de Design; Agencias; Equipas internas

Áreas: Design

Como se organiza internamente: Tem um conselho de administração. Presidente, tesoureiro, diretor executivo, presidente eleito, diretores das 72 sucursais locais e o representante do conselho dos presidentes.

As sucursais permitem que os membros tenham acesso aos benefícios, atividades e iniciativas da associação.

Valor das quotas: 0 anos experiencia (estudante) \$50 = 42,50€/ano

0-5 experiencia (Designer Júnior) \$150 = 127,52€

5-15 experiencia (Designer profissional) \$250 = 212,54€

15-25 experiencia \$500 = 425€

Mais de 25 experiencia \$2,500 = 2,125€

Empresas \$675 = 573,85€ por 3 funcionários, a cada funcionário extra acresce \$75 = 63,76€

Objetivos:

- Defender a compreensão do valor do design e dos designers perante o governo e os media.
- Melhorar o desenvolvimento profissional proporcionando oportunidade de aprendizagem a todos os níveis.
- Inspirar designers e publico partilhando o que de melhor se faz em design e envolvendo-se em discussões sobre questões da ordem do dia
- Ter um calendário robusto de eventos, vários programas e iniciativas para todos os envolvidos na associação
- Definir padrões globais e praticas éticas.
- Disponibilizar ferramentas e recursos importantes a pratica da profissão.

Iniciativas promovidas:

- Conferencia de Design da AIGA – Reúne a comunidade de designers para palestras, cultura local, exposições, sessões de desenvolvimentos profissional.
- Creative Lab – programa intensivo (3 dias) concebido para educar e inspirar a criatividade dos participantes a desenvolverem um trabalho com mais qualidade.
- Perspetivas de negócios para líderes criativos – Cursos AIGA em parceria com a Yale School of Management para ajudar líderes criativos a terem uma compreensão mais completa do negócio e do design. Exclusivamente para profissionais do design um programa que engloba várias áreas como estratégia, contabilidade financeira, liderança, negociação entre outros. Com recurso a casos de estudo, palestras, atividades práticas, trabalho de grupo e exercícios de construção de equipas.
- Oficinas “Facilitação: por design” - 2 dias para os profissionais ganharem confiança a liderar colaborações e delegar nos colaboradores. Os participantes ganham recursos, estratégias, conhecimentos valiosos para ajudar a orientar pessoas através de colaboração.
- Webcasts – para ajudar designers a inspirar-se, receber conselhos, obter informações sobre a indústria e aprender novas coisas dentro da área.
- Competições – ver o que de melhor há no design.
- Programa mulheres líderes - Procura abordar as persistentes desigualdades entre géneros. A associação contruiu um programa inclusivo e construtivo em 3 pontos principais: Conquistas das mulheres, consciencialização sobre questões relacionadas com o género, proporcionar relacionamentos dentro do sector do design e além dele

Publicações:

- Boletim informativo mensal

Benefícios:

- Programas Seguros de saúde
- Acesso exclusivo ao estudo sobre salários
- Desenvolvimento profissional

- Nome e domínio gratuito no AIGA.design
- Desconto em Skillshare – plataforma online onde existem diversas aulas relacionadas com o tema do design
- Trabalhos de design – para quem esta a procura de emprego
- Portefólio de membros
- Diretório design
- Descontos para eventos
- Descontos para participação em competições
- Descontos com parceiros da associação

Brasil

Abedesign – Associação Brasileira de Empresas de Design

Fundação: 2005

Número de membros: 110

Tipo de membros: Empresas de Design

Áreas: Design Gráfico, design produto, design embalagem, web design, digital e todas as outras áreas dentro do design

Como se organiza internamente: Membros direção – Presidente, Vice

-Presidente, Diretor Comercial, Diretor de Conteúdo, Diretor Corporativo, Diretor de Estratégia, Diretor de Promoção e Projetos Especiais.

Depois existem 9 sucursais regionais, que funcionam como polo de disseminação da associação. Atuam de forma bastante ativa em cada região, realizando ações que visam a capacitação e promoção de empresas. Cada uma destas sucursais tem o seu diretor.

Valor das quotas: Empresas R\$ 550,00 = 148,51€ (valor semestre)

Institucional (Qualquer empresa, órgão ou instituição com interesse no desenvolvimento no design brasileiro) R\$ 4.400,00 = 1.188,14 (valor ano)

Objetivos:

- Promover relações com entidades, órgãos governamentais e representações de modo a fortalecer e aumentar a representatividade do design nacional.
- Proporcionar ferramentas de capacitação aos escritórios de design associados, assim como a seus membros, colaborando na construção de um setor cada vez mais competitivo.
- Desenvolver relações e oportunidades que busquem networking e gerem novos negócios aos escritórios de design associados.
- Promover ações e relações que fortaleçam a imagem do design brasileiro e de seus escritórios, além de ampliar nacionalmente a compreensão do design.

Iniciativas promovidas:

- Encontros de associados – para discussão de diversas questões como o direito de autor, patentes, formação de jovens profissionais, leis de trabalho e fiscais, regulamentação do sector, representação internacional e qualidade técnica.
- Brasil design award – prémios de excelência da produção brasileira
- Fronteiras do design – Evento, onde profissionais do design e ligados ao design vão contar as suas experiencias e como utilizam o design de forma transversal e estratégica e principalmente que impacto estas ações trazem aos seus negócios.
- Semana design Rio – Com o objetivo de aproximar design e profissionais do design do publico em geral. Ocorre uma espécie de feira onde existem palestras, discussões, exposições e workshops.
- Festival ID – Perceber a dimensão da inovação do design dentro do mundo dos negócios, trazer pessoas de referencia no design e discutir temas de grande impacto no futuro do design (Impacto social do design, Tech – internet das coisas, orientação das startups etc.)
- Projeto Brasil Design – Diversas ações para promover o design do brasil internacionalmente.
- ABEDESIGN + (letras da sucursal) – este evento realiza-se por todo o Brasil é organizado pela sucursais daquela região em conjunto com a associação. Trata-se de um programa com palestras com convidados nacionais, com a participação de escritórios, agencias e estúdios locais.

Publicações:

- Newsletter com conteúdo e novidades do mercado de Design.
- Pesquisa Termômetro do Design Brasileiro;
- Pesquisa Guia de Salários do Design Brasileiro;

- Estudo de Tendência do mercado de Design;
- Mapa do Design Nacional.

Benefícios:

- Newsletter
- Cursos de capacitação
- Eventos
- Missões nacionais e internacionais
- Informações de mercado
- Participação em reuniões da associação
- Divulgação do trabalho dos associados em diferentes plataformas
- Comitês sectoriais
- Descontos para associados em eventos e cerimónias de prémios
- Formações gratuitas
- Formação em gestão empresarial desenvolvida para o setor de design e realizada pela associação.

Rússia

ADR- Союз Дизайнеров России Новости

Fundação: 1991

Número de membros: 5000 membros

Tipo de membros: Profissionais e empresas

Áreas: Design industrial, design gráfico e embalagens, têxteis, Moda, Design de ambientes, design de interiores e publicidade

Como se organiza internamente: 1 presidente, 5 vices presidentes, 1 chefe de escritório, assembleia, comissão de auditoria e 7 representantes de distritos. Conselho de presidentes que são os presidentes das 65 sucursais espalhadas pelo país.

Valor das quotas: Membros individuais - taxa de adesão à associação de 10.000 rublos (144,72€) e taxa anual de 3.000 rublos (43,41€)

Membros coletivos – taxa de adesão 60.000rublos (868,33€) e anuidade no mesmo valor

Objetivos:

- Proteção de interesses profissionais,
- Apoio ao design para uso cotidiano
- Criação de condições para promoção dos melhores produtos,
- Iniciativas criativas e idéias progressistas no mercado consumidor consumidor russo.

Iniciativas promovidas:

- Festival de Arquitetura, Design e Arte Russo - é uma competição aberta a todo o mundo no campo do design e Arquitetura. Os objetivos desta competição é identificar boas ideias e difundir o trabalho e criatividade dos designers. As varia áreas a concurso são: Arquitetura, Design interiores, Design industrial, Design comunicação, Design Moda e Pedagogia do Design. Esta competição esta integrada no Festival Anual de Arquitetura
- A Competição Nacional de Design “Russian Victoria” – é um prémio que dá destaque ao que de melhor se faz nas varias áreas do design.
- Concurso Internacional de Design Infantil “Dentes de leite” – é um concurso infantil, onde participam vários países. Tem como objetivo estimular a criatividade nas escolas associando ao design comunicação.
- Concurso Internacional de cartazes – todos os anos há um tema para os cartazes abordarem. Cada participante deve apresentar um cartaz de 50 por 70cm
- Assembleias
- Exposições

Benefícios:

- Cartão de membro
- Direito de usar a marca e o logotipo da associação, juntamente com o seu nome

Austrália

AGDA – Australian Graphic Design Association

Fundação: 1988

Número de membros: 3000

Tipo de membros: Designers profissionais, estudantes, professores e empresas

Áreas: Gráfico e Comunicação

Como se organiza internamente: A associação organiza-se através de um conselho de administração apoiado por conselhos regionais e conselhos sub-ramos situados em 7 pontos do país.

Na sede está o diretor, e uma pessoa responsável por cada área - Comunicação, Eventos e Parcerias, Contas e Escritor/editor.

Em cada um dos concelhos regionais existem varias pessoas responsáveis. Temos então o Presidente ou diretor de região, vice-presidente, secretária, conselheiros e subcomité e em alguns casos um representante dos estudantes.

Valor das quotas: Estudante \$65 GST = 43,84€ (Valor ano)

Designer com curso \$120 GST = 80,94€

Designação associado \$190 GST = 128,16€

Afiliados em campos relacionados com o design \$290GST (195,62€)

Designer profissional \$290 GST = 195,62€

Objetivos:

- Estabelecer relações de trabalho justas e produtivas entre designers e clientes
- Trabalhar no aumento da consciencialização do valor do design gráfico nos negócios

Iniciativas promovidas:

- Prémios: AGDA Design Awards é o programa de prémios mais prestigiados da Austrália e também prémio estudante AGDA
- Exposições
- Seminários

- Atividades de desenvolvimento profissional – os eventos e os programas de mentores.
- First Five Out , Pecha-kucha , Talk Q & A – palestras
- Mentor programs – ajuda o designer a continuar e a orientar a sua carreira sob a orientação de uma pessoa mais experiente

Publicações:

- Artigos de inspiração – artigos desenvolvidos pela associação/associados sobre os mais variados temas, educação, historia, como fazer, industria, sobre a associação.
- AGDA TV – vídeos sobre vários temas tais como: apresentações, pecha-kucha, negócios, processo criativo, campanhas, entre outros. Gravam alguns dos eventos da associação.

Benefícios:

- Comunidade de colegas locais, nacionais e internacionais
- Atualização sobre programas de design, eventos, atividades, noticias
- Assistência Jurídica
- Boletim semanal adaptado a cada ramo (Marca, impressão, digital, interativo, embalagens...) bem como o boletim nacional
- Recebem ingressos e descontos para eventos AGDA
- Acesso a eventos apenas para membros
- Classificados - permite aos membros anunciar vagas de posição, espaço de trabalho, itens a venda e anunciar-se como á procura de trabalho
- Um perfil de membro para configurar com o seu trabalho dentro da comunidade AGDA – Diretório membros
- Loja AGDA – livros design, cursos, produtos e publicações da associação.

Inglaterra

DBA - Design Business Association

Fundação: 1986

Número de membros: 400 empresas que representam 5.000 membros

Tipo de membros: Consultores de design e empresas orientadas para o design

Áreas: Várias especialidades do sector

Como se organiza internamente: O Conselho de Administração do DBA (composto por 13 pessoas) é fundamental os Diretores possuem uma experiência diversificada, que traz o design para a tabela de negócios de configuração de estratégia.

Financiamento: 90% indústria e 10% fundos públicos

Valor das quotas: Empresa com um único trabalhador - £ 395 + IVA (Valor anual) (444,41€)

Empresa com 2-3 trabalhadores - £ 770 + IVA (o valor de quota vai aumentando consoante o número de trabalhadores da empresa) (866,32€)

Objetivos:

- Promover o uso do design a nível estratégico para resolver desafios empresariais e sociais.
- Apoiar o desenvolvimento e crescimento do seu negócio
- Facilitar interações entre membros
- Fazer a ligação entre o design e os negócios
- Elevar padrões profissionais para garantir pleno potencial comercial, estratégico e económico do projeto

Iniciativas promovidas:

- DBA Design Effectiveness Awards - Procura os melhores casos, que mostram a eficácia do design no negócio
- Eventos e debates que se centram em questões importantes para a comunidade de design
- Cursos de formação para designers
- Mentoring – para inspirar líderes a tomar decisões mais conscientes sobre seus negócios, os funcionários e eles mesmos. Ajudar ao pensamento em torno de questões de negócios, definir objetivos e a crescer.

Publicações:

- E-newsletter mensal – Com aconselhamento e orientação especializada, entrevistas a figuras líderes, conteúdo e notícias atuais.
- O Relatório de Inquérito Anual da DBA é uma ferramenta que lhe permite comparar o desempenho dos vários associados.

Benefícios:

- Assessoria jurídica
- Consultadoria empresarial
- Avaliação comparativa das suas tarifas e salários face aos seus pares
- Diretório de membros
- Site com notícias atualizadas
- Descontos com parceiros

Espanha

ADP - Asociación de Dissenyadors Professionals

Fundação: 1978

Tipo de membros: Instituições, estudantes e designers profissionais

Áreas: Design Comunicação, produto, teoria, pedagogia ou “design management”.

Valor das quotas: Empresas 48€ mês

Designers Profissionais 20€ mês

Profissional (< 2 anos) e estudantes 5€ mês

Parceiros 72€ mês

Objetivos:

- Defesa dos interesses profissionais dos designers
- Disseminação de práticas e rigorosos em termos de qualidade profissional
- Disseminação e dignidade da profissão no objetivo social
- Promoção da atividade de conceção para o negócio
- Assessoria a empresas e designers aspetos do desenho da prática profissional
- Promover reuniões com parceiros através de eventos

Iniciativas promovidas:

- Encontros de sócios
- Palestras e conferencias
- Exposições
- Feiras
- Formação
- Prémios

Benefícios:

- Informação
- Advocacia
- Aconselhamento
- Questões Fiscais e Legais Organização
- Intercambio profissionais
- Relações institucionais internacionais

Holanda

BNO - Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers

Fundação: 1996

Número de membros: 2500 designer individuais e 200 agencias e departamentos de design dentro de empresas

Tipo de membros: Designers e agencias de design

Áreas: Design Gráfico, digital, ilustração, industrial, produto, moda, espaços públicos e interior

Como se organiza internamente: Assembleia Geral; Conselho de Administração; Direção; Diretor; Conselho de curadores; Camara de recurso;

Financiamento: as contribuições dos membros; os rendimentos dos seus ativos; subvenções e doações; quaisquer outras contribuições, remuneração e benefícios, incluindo contribuições de não-membros. (Site associação)

Valor das quotas: Designers 269€ ano

Agencias, redes de representação 1,523€ ano

Empresas 2,693€ ano

Estudantes de 122 a 143€ ano (Site associação)

Objetivos:

- Promover os negócios, interesses sociais e culturais dos associados.
- Fornecer apoio e aconselhamento aos membros no desempenho da profissão.
- Defender os interesses econômicos de seus membros.
- Encorajar e facilitar contactos comerciais e sociais entre membros, bem como entre outras organizações
- Procura constante para aprofundar e ampliar a profissão

Iniciativas promovidas:

- Cursos – Marcas, conceção e gestão de reputação; Competência central – apresentação e discussão, negociação (entre outros)
- Aconselhamento – ter uma pessoa que nos ajuda a acompanhar e impulsionar o negocio
- Intervenção – Em grupo 5/7 pessoas refletir em sessões de 3h sob um numero de casos apresentados.
- Mentor – quando o membro quer desenvolver as suas ideias para crescer, desenvolver o inicio de carreira e precisa de alguém para debater que seja mais experiente. Conversar com o mentor BNO poderá ser uma boa ideia. A associação tem pessoas disponíveis para os mais variados temas.
- Palestras
- In company – cursos feitos/adaptados para a situação específica da sua empresa.
- Jobs – Site para procurar um novo funcionário para a sua empresa
- Help Desk – Aberto 5 dias por semana para ajudar problemas/duvidas que possam surgir (Site associação)

Publicações:

- Dutch Designers Magazine – revista trimestral. Um designer em destaque por edição. O seu trabalho é colocado no contexto do comercio tendo em conta a tendência e desenvolvimentos da industria e sociedade a partir de diferentes perspetivas.
- BNO Best Practices – Coleção de casos onde o design comprovou que consegue aumentar as vendas, reduzir os custos ou melhorar a imagem.
- Driving Dutch Design – um grupo de designers selecionados participam no programa Driving Dutch Design que consiste em seguir uma série de master classes, treinador pessoal, participam em secções de co-criação e tentando responder a perguntas cruciais na atividade da profissão. Qual é o meu perfil e como me posicionar? Como devo proceder em um ambiente de negócios? Obtendo Iker trás o que meu cliente realmente precisa? Como eu parceria com o melhor? E apresentam a sua experiencia neste livro.
- Effectiviteit van Design – A investigação científica sobre a eficácia do design
- Bureauselectie – dicas e sugestões para empresas que estejam a procurar de um design ou de uma empresa de design
- Vrije Vormgeving (Desenho livre) – Perspetivas sobre o desenvolvimento do desenho livre na Holanda.
- Een illustratiegenootschap – a história da associação holandesa com ilustrações

- Handbook opzetten ontwerppraktijk – Manual do designer para estabelecer uma prática de design respostas as perguntas mais frequentes sobre iniciar e gerir uma agência de design.
- Fonts illegale software – respostas as perguntas sobre o uso de software e fontes (Site associação)

Benefícios:

- Aconselhamento jurídico
- 50€ para usar em banco de imagens
- Disponibilização de documentos importantes como royalties, consignação, venda, licenciamento, para prontos para designers descarregarem no site
- Publicação de trabalhos no site
- Usar a marca BNO como selo de garantia de qualidade
- Eventos grátis e com descontos
- Possibilidade de fazer um seguro a um preço competitivo (Site associação)

Dinamarca

Dd – Design Denmark

Fundação: Uma fusão entre as organizações Danish Designers (DD) e Danish Design Association (DDA) em abril de 2014.

Número de membros: mais de 600 membros

Tipo de membros: Estudante, freelancer, Profissionais, empresas e parceiros.

Áreas: Design Industrial, Produto, Interiores, Têxteis, Moda, Gráfico, Comunicação, Digital, Multimédia, Serviços e Arquitetura.

Como se organiza internamente: Presidente (Chefe Global de Alianças Estratégicas), e dois vices presidentes (Finanças e Desenvolvimento de Negócios e de Design), conselho de administração composto por 10 pessoas e ainda 3 suplentes

Valor das quotas: Designer individual 1.100 DKK (147,71€) por trimestre
Estudantes 125 DKK (16€)

Empresas de 1 pessoa 4.400 DKK (590€) conforme vai tendo mais trabalhadores acrescenta valor base e acrescenta consoante número de trabalhadores

Objetivos:

- Representar designers dinamarqueses, empresas de design e outras pessoas, empresas, organizações e instituições envolvidas em design, ou que tem design como uma importante área de ação,
- Trabalhar para o design para contribuir para uma sociedade mais sustentável e um aumento competitividade
- Trabalhar para uma maior profissionalização e internacionalização indústria de design na Dinamarca
- Trabalhar para fortalecer o papel do design nos negócios, bem como contextos sociais,
- Fortalecer o formação de design e aumentar as oportunidades de educação e formação e desenvolvimento de competências de designers.
- Dar aos seus membros conhecimento, ferramentas e redes para criar contractos empresarias, e profissionais

Iniciativas promovidas:

- Organização de eventos profissionais como DesignBarerne, conferencias e debates. DesignBarerne - é um dos vários tipos de eventos de rede que a associação oferece aos seus membros. O ponto focal é redes sociais e compartilhamento de conhecimento em toda a indústria. É realizado trimestralmente por um membro
- Proporciona ofertas contínuas de formação, cursos e atividades gratuitas que ajudam o negocio a crescer.
- Grupos de experiencia – a associação apoia os grupos de experiencia. Grupos de sócios que se junta algumas vezes por ano para partilhar experiências, desenvolver novos métodos e falar sobre design
- Em conjunto com o Design Dinamarquês a organizar o premio de design dinamarquês Danish Design Award
- Organiza exportação de design para mercados internacionais seleccionadas para com os seus membros
- Danish Design Festival é uma nova iniciativa feita em conjunto com outros parceiros de referencia no design da Dinamarca, que celebra a diversidade de design e artesanato com exposições, eventos, conferências e prêmios. Foi lançada a versão protótipo no ano 2017 mas é um iniciativa planeada para ser realizada nos próximos anos.
- Grupos de projetos – quanto mais ativa a associação estiver no design mais relevante é associação, e quanto mais forte a associação mais fortes

são todos os que defendemos. Assim quem pretender, pode-se inscrever num dos grupos das diferentes áreas da associação e ajudar.

- O Business by Design é uma iniciativa de crescimento médio, que trabalha para fortalecer a cooperação entre as empresas e as competências de design.
- A associação desenvolve e implementa campanhas de marketing com membros em vários mercados selecionados na Ásia. Como curadores de exposições, como apresentadoras, feiras, promovemos competências dinamarquesas de design e design. (- organiza exportação de design para mercados internacionais selecionadas para com os seus membros)
- New Danish Design – evento de design, uma semana cheia de todo o tipo de projetos entre os quais conversas, workshops, exposições, estúdios. Tem entrada gratuita.

Publicações:

- Boletim informativo – sai 2 x por mês
- Entrevistas e artigos publicados no site

Benefícios:

- Através da adesão, apoia o trabalho da associação em fortalecer a compreensão e aumentar o uso do design na Dinamarca
- A Design Denmark facilita a colaboração e criação de redes de contacto entre designers e partes interessadas – Grupos de experiência, grupos de projetos, cursos, DesignBarerne em membros, conferência de design, visão geral de eventos de design nacionais e internacionais.
- Para estudantes a associação oferece benefícios de carreira como visitas de negócios para empresas de design e eventos de portfolio que podem ajudar na procura de emprego.
- Aconselhamento aos seus membros: acesso a modelos de contracto; regras da concorrência; conselhos sobre relações entre empregados e empregadores; Assessoria jurídica do escritório de advocacia parceiro; conselho da Comissão de assuntos jurídicos da Dinamarca; Aconselhamento em relação a Comunicação e Marketing.
- Design Dinamarca desenvolve e implementa campanhas de marketing com membros em vários mercados selecionados na Ásia.
- Exposição de casos em boletins informativos, redes sociais e web
- Tem uma serie de acordos de cooperação, o que significa ganhar poupança direta ganhando assim a totalidade ou parte da cota em casa como

acesso a plano pensão, contractos de seguro ((saúde, automóvel, escritório, responsabilidade); e participar na promoção das exportações para mercados emergentes

- Como membro pode ainda apresentar o cartão de membro e obter um desconto em várias lojas e ter entrada gratuita para museus e exposições selecionadas
- Oportunidade de aceder a novas oportunidades de negócio

Itália

AIAP - Aiap Associazione italiana design della comunicazione visiva

Fundação: 1945 (mas com o nome atual foi 1955)

Número de membros: 690

Tipo de membros: (Área de formação) Profissionais

(área de interesse cultural e / ou formação no domínio do projeto gráficos) Estudantes, associados (simpatizantes) e apoios

Áreas: Design gráfico e comunicação

Como se organiza internamente:

Conselho de administração

Tesoureiro

Centro de documentação no projeto gráfico

Secretário

A associação tem 7 departamentos:

- Departamento de funções institucionais (relacionamento com os parceiros “institucionais”; responsabilidade organizacional da semana internacional do gráfico; prêmios / prêmios AIAP; entre outros)
- Departamento de Relações Internacionais (relações com associações estrangeiras; - relações com organismos públicos internacionais; entre outros)
- Departamento da profissão (Aspetos jurídicos relacionados com a profissão; a certificação profissional; relacionamento com o mundo empresarial; entre outros)
- Departamento de Pesquisa (prestação de contas, gestão e desenvolvimento de AIAP Biblioteca; responsabilidade e gestão da Galeria AIAP; entre outros)

- Departamento de Educação (divulgação da cultura design para escolas; relacionamento com universidades e escolas de comunicação, design e gráficos; entre outros)
- Departamento de relações de internos (preside às assembleias locais; importa para permitir que o volume de negócios de base de membros em júris de concursos, formação, workshops técnicos, atividades de formação; entre outros)
- Departamento de relações externas (promoção institucional da Associação em planeamento; responsabilidades e supervisão de componentes contratuais e os acordos formais e informais; entre outros)

A associação tem ainda as sucursais regionais situadas em vários pontos do país. Atualmente existem 4 sucursais.

Valor das quotas: Profissional sénior 250€

Profissional Júnior 150€

Estudante 55€

Objetivos:

- Representar o designer de comunicação profissional
- Incentivar e promover a valorização e desenvolvimento da profissão e da cultura do design gráfico e comunicação visual
- Participar ativamente no crescimento dos níveis educacionais, pedindo maior compromisso público para o sector.
- Encabeçar em pesquisas para o design e desenvolvimento de padrões de qualidade específicos para esta área, no sentido de gerar crescimento da cultura do design
- Iniciativas para formação profissional continua e qualificação dos membros
- Desenvolver e manter contactos de cooperação a nível nacional e internacional
- Prevê a formação do Guia de serviços profissionais, com os regulamentos nacionais
- Promover, em todos os locais, inclusive as judiciais, todas as medidas para proteger a imagem e os interesses profissionais da classe.

Iniciativas promovidas:

- Semana internacional do design gráfico: AIAP Design
- Conferencia
- Workshops

- Feiras
- Assembleia de membros
- Open Day Aiap
- Jantar de sócios

Publicações:

- Publicação guia de taxas
- AIAP Graphic Design - Revista
- AIAP caligrafia – debate e provincialização sobre a escrita e tipografia
- Apoia a publicação AIAP escrituras, dedicada a reflexão teórica e crítica da cultura do design gráfico
- Publicação de catálogos e livros de profundidade criando a sua própria indústria editorial: AIAP editions (BEDA)

Benefícios:

- Site oficial da associação onde tem testemunhos, relatórios, comentários, pensamentos e notícias sobre design
- Participar nas assembleias
- Ser informado sobre iniciativas da associação
- Participar em todas as atividades da associação
- Eleger os órgãos sociais que tem direito a um voto (BEDA)
- Desenvolvimento profissional através de cursos e workshops
- Oferece aos membros o guia de taxas
- Desenvolvimento profissional através das edições AIAP e Design Gráfico
- Serviço de JobService que permite pesquisar e criar empregos
- Serviço galeria para publicar e gerir a sua carteira de trabalho
- AIAP biblioteca com descontos especiais

Itália

ADI - Associazione per il Disegno Industriale

Fundação: 1956

Número de membros: mais de 1000

Tipo de membros: Profissionais, investigadores, professores, críticos e jornalistas

Áreas: Design de produto, design de serviços, comunicação visual, embalagem, design de interiores e no design para o ambiente

Como se organiza internamente:

Comité executivo ou conselho de administração – 1 presidente, 1 vice-presidente, 1 tesoureiro e 6 conselheiros

Divide-se em 4 departamentos:

- Departamento de Designers – este departamento tem como objetivo a promoção do designer industrial, na divulgação e reconhecimento do valor e utilidade desta profissão. Com o objetivo de conquistar mais espaços profissionais.
- Departamento das Empresas – Desenvolve contacto entre a industria e designers tanto em Itália como no exterior. Promove reuniões, seminários, festivais e exposições que elevem a imagem do design italiano.
- Departamento Geral – Formação e informação, com especial atenção na criação conforto na produção italiana. Relações entre empresas estudo de novas formas de organização mais produtivas.
- Departamento Distribuição e serviços – divulgar a cultura do design, através do uso e apoio das estruturas, know-how e comerciais superfícies dos membros, realizando exposições, conferências, exposições e outras atividades iniciativas.

A associação Nacional tem varias sucursais pelo país para os membros se poderem reunir participando ativamente na associação. Atualmente existem 13 sucursais.

Valor das quotas: Profissionais 250€

Empresas 490€

Objetivos:

- Promover e implementar as condições mais propícias à conceção de bens e serviços, através do debate cultural, do diálogo com as instituições e da prestação de serviços
- Estabelecer um quadro jurídico para o reconhecimento público da profissão de designer

Iniciativas promovidas:

- Gere o Prémio Compasso d'Oro, o mais antigo reconhecimento do design na Europa, e a sua Coleção Histórica, que recolhe objetos vencedores e sua documentação, promove pesquisas históricas e realiza exposições aprofundadas (BEDA)

- Júri de projeto – Visa assegurar, com base no código de conduta, que as criações de design industrial são elaborados com originalidade, sem imitações ou praticas comerciais desleais.
- Registo de projeto – para depositar na associação por m período de 4 anos renováveis indefinidamente a um custo razoável.
- Formação profissional – Comissão que avalia se o curso/formação é válida. Define o valor dos eventos organizados pela associação e parceiros.
- Aconselhamento profissional – Fornece pareceres e aconselhamento sobre questões relacionadas com relações contractuais (royalties, taxas, contratos entre empresários e designers)
- Consumer desk – Esta área recebe queixas sobre a qualidade dos serviços profissionais prestados pelos membros.
- Observatório permanente – corpo independente da associação que faz a seleção dos produtos a serem publicados no catalogo

Publicações:

- ADI design index – é uma publicação anual onde mostra o melhor do design italiano selecionado pelo Observatório Permanente do Design ADI.

Benefícios:

- Preços especiais para serviços de profissionais
- Entradas para museus e exposições
- Participação em eventos culturais
- Estadias em hotéis
- Cursos de línguas
- Impressões

Áustria

DA – Design Austria

Fundação: 1927

Número de membros: 1 300 membros

Tipo de membros: Profissionais e Estudantes

Áreas: Gestão do Design, Design Gráfico, Ilustração, Design Iluminação, Multimédia, Design Produto, Interiores e Têxteis

Como se organiza internamente: 5 membros do conselho, e 9 pessoas responsáveis pelas diferentes áreas dentro da associação.

Valor das quotas: 25€ mês para profissionais e 12,5 mês para estudantes

Objetivos:

- Representar os profissionais de design a nível nacional e internacional e comunicar os seus serviços.
- Promover e valorizar o Design, e o papel dos designers na sociedade
- Aumentar a consciencialização do valor do design na sociedade
- Aumentar a apreciação dos produtos e serviços de design
- Afirmar a Áustria como ponto de encontro e troca de ideias de designers bem como o local de negócios de design;

Atividades desenvolvidas:

- Workshops
- Palestras
- Conferencias
- ExpretsCluster são grupos formados pelos membros, com o objetivo desenvolver o conhecimento de design. Esta atividade é voluntaria e são os grupos que definem que temas que consideram pertinentes abordar
- Prémio Joseph Binder , um premio criado em 1996 é realizado de dois em dois anos. Tem como foco design gráfico e ilustração
- Prémio Romulos Candea - a associação realiza o premio em conjunto com outros 3 parceiros. É um prémio para livro de ilustração infantil. É realizado de 2 em 2 anos.
- Prémio design no estado – o ministério da ciência, pesquisa e economia atribui um prémios de design tridimensional. Realiza-se de 2 em 2 anos. São concedidos 3 prémios nas categorias: design de produto, Bens de consumo (design industrial) e Bens de investimento (design de espaços)
- Pro Carton/Propak Ausria Design Award – é um concurso de ideias para estudantes, que premia as ideias de design com cartão. Duas categorias: Embalagens de cartão e Outras aplicações de cartão.

Publicações:

- A revista “Designaustria-Mitteilungen” é publicada quatro vezes por ano . Fornece uma ideia sobre o que é o design na Áustria. A Cada edição tem tema principal ao qual é dedicada a publicação.

- Site tem uma área de notícias e eventos no qual reportam concursos nacionais e internacionais, sucessos de membros, exposições, formações entre outras informações
- A série de livros “Como...” publicada pela Creative Industries Styria (CIS) em cooperação com a Designaustria. Abordam informações sobre tópicos relevantes para o projeto diversas áreas do setor de design.
- Monografias de pioneiros gráficos austríacos - Publicado por Designaustria e design gruppe koop. Querem dar a conhecer os designers orientadores e inovadores moldaram o design na Áustria depois de 1945.
- “Designaustria informações básicas” – publicação que pretende fornecer respostas a questões de direito profissional e transações comerciais.
- “Escritos de designers austríacos” Uma coleção documental publicada de designers austríacos.
- Catálogos dos prémios da associação
- Orientações relativas à concorrência - a associação publicou um Manual de Design, as “Diretrizes de Competição”, que abrange todas as questões e problemas que surgem em uma competição: tipos de competição, condições de participação, júri, prazos, prémios, direitos autorais e direitos de uso.

Benefícios:

- Ofertas
- Aconselhamento
- Informação e serviços jurídicos
- Serviços on-line
- Publicações
- Descontos
- Outras vantagens

Noruega

Grafill – Norsk organisasjon for visuell kommunikasjon

Fundação: 1991

Número de membros: 1 400 membros

Tipo de membros: Profissionais e estudantes na área de Comunicação Visual

Áreas: Design gráfico, ilustração, animação, design, criação de desenhos animados e design interativo

Como se organiza internamente: Órgãos constituintes da associação: assembleia geral, conselho de administração, administração, comitê eleição, conselho fiscal, conselho executivo.

Dentro da associação é possível formar sucursais locais, desde que se juntem mais de 8 pessoas no distrito, estas desde que aprovadas podem desenvolver diversas atividades relacionadas com a profissão com o apoio Grafill.

Valor das quotas: Membro £. 1410, (150,96 €) por ano

Membro estudante £. 560 (59,85 €) por ano

Objetivos:

- Salvar os interesses profissionais, financeiros, jurídicos e sociais dos membros.
- Elevar a qualidade das artes e seus valores éticos e uma melhor educação nos assuntos.
- Promover a compreensão mutua entre clientes e profissionais

Iniciativas promovidas:

- Visuel – evento anual para a indústria criativa, consiste numa competição, festival, cerimônia e premiação, festa e exposição.
- Organizam uma competição anual focada em livros ilustrados
- Creative mornings – Sessões (7:30-9:00h) de palestra/conversas com uma pessoa de referência ou tema importante.
- Workshops
- Visitas
- Seminários
- Grupos de pesquisa – os grupos profissionais da Grafill são um importante ponto de encontro social e profissional dos nossos membros. Os grupos profissionais trabalham de acordo com os objetivos e os conselhos de associação.

Publicações:

- Informações, catálogos e boletins informativos – membros recebem automaticamente boletins informativos e materiais da associação

Benefícios:

- Assistência Jurídica – um advogado para ajudar em varias situações
- Seguro de artista – fazer um seguro para o membro e família com boas taxas e condições
- Bolsas de viagem
- Desconto em eventos grafill
- Perfil personalizado – os membros podem promover-se no site Grafill
- Grupos de pesquisa – Vários grupos organizados em vários tema (ilustração, interação, comic, animação e design gráfico) onde o membro se pode integrar e colaborar
- Freelance caixa/ Carreira– Consiste em e-books profissões liberais para os membros poderem ler.
- Descontos em Hotéis
- Título membro autorizado AMG

Estónia

EAD – Eesti Disainerite Liit

Fundação: 1989

Número de membros: 140

Tipo de membros: Profissionais e empresas

Áreas: Produto, moda, têxteis e design gráfico

Como se organiza internamente: Presidente; Conselho de administração 7 pessoas; Comité auditoria 3 pessoas

Financiamento: 100% pelos membros

Valor das quotas: 32€ ano (associação)

Objetivos:

- Apoiar o design
- Melhorar as competências e conhecimento dos Designers
- Defender os direitos dos membros e ao mesmo tempo garantir o cumprimento do código de ética.

- Garantir alta qualidade das competências dos membros
- Desenvolver o design na Estónia, cuidar da preservação do património do design.

Iniciativas promovidas:

- Palestras Educativas
- Oficinas
- Concursos
- Feiras e exposições
- Prémio Design Produto BRUNO
- Tallinn festival de design – Grande evento de design que demonstra os trabalhos de design da Estónia e outros países - Palestras, passeios, workshops, exposições
- Estonian Design Center (EDC) – é um centro no qual esta associação participa. Tem centro desenvolve condições para a empresas usarem o design, e promoção de design em feira e eventos.

APÊNDICE 3: CONTATOS COM ASSOCIAÇÕES ESCOLHIDAS

Austrália

Email enviado à AGDA.

“Dear Sir/Madam,

On the Master’s course in Design at the College of Architecture of the University of Lisbon, Portugal, a study about the representation of Portuguese designers is being conducted.

We are trying to evolve towards an associative model that is more well-adjusted to the needs of our design professionals, one that better meets their needs and expectations.

After analysing various associations of the greatest worldwide importance, yours stands out. As such, we consider it to be in our best interest to study it in particular.

Having already checked the available information, your guidelines and your best practices, a few questions were raised and we would be thankful if you could help us by answering them.

What effective financing methods have you been able to put into practice? How do the legal assistance and mentor program services work? Are they paid services?

What do the professional development activities consist of?

Have you had success in partnering with other entities, in terms of training, marketing, etc.?

In regards to the AGDA design awards:

- How many editions have you had in the past?
- Is it necessary to formally apply for the awards?
- How many professionals/companies entered projects in the last edition?
- Is there an award ceremony? If so, where is it held?

In regards to your events, Pecha Kucha, First Five Out, Talk and Q&A:

- What kind of subjects are addressed?
- How often are these events held?
- How many guest speakers are invited to speak per session in each event?
- Where are the events held? Are they all held at your association’s facilities?

- Are they paid events?
- How many people join?
- Besides the events mentioned above, is there any other that should be highlighted?

We would be extremely grateful if you could help us by answering our questions. We are confident that your feedback will immensely assist us with the work we are undertaking.

Yours faithfully,
Beatriz Barradas

“Hi Beatriz,

You might like to get in touch with our CEO, Nic Eldridge, or President, Liz Grant, who I have copied in the email, but I’ll answer some of the questions in the meantime.

Financing

That is best left for our CEO or President to answer.

Legal Assistance

We have a Legal partner, who provide our members with one free consultation.

We also have a few legal documents available to members, like terms and conditions contracts that they can use with their clients.

Mentorship Program

Senior designers mentor a recent graduate. The two will just catch up to discuss work, and provide advice on how to break into the industry. These mentorship programs are free.

We also have a Professional Mentor Program, where young designers with 3-5 years experience, are mentored by a more senior designer, in more advanced subjects in terms of business and advancing their career. This one is a paid program.

Professional Development Activities

These are our events, and mentor programs.

Partnering

We partner with similar organisations, and that provides a lot of cross promotion to the membership bases. We're happy to promote other organisations events if we think they will be of interest to our members. AGDA WA regularly partner with the PADC for events, as does AGDA SA with the AADC. We also like to promote the Best Awards run by DINZ. They offer our members to enter at their member price, while we do the same for them, which results in more Australian's entering their awards, and more New Zealander's entering ours.

AGDA Design Awards

2017 was the 15th edition of the Awards.

The first Awards was in 1992 and it was run every two years until 2014, and from 2015 it has been run annually.

People enter the Awards via an online entry process, where they supply all images, credits and rationales, and then pay for their submissions. We only award work entered, rather than going out and finding work to award.

Around 250 - 300 different studios or individuals enter the awards, for a total of around 800 - 1000 entries.

There is a ceremony each year, and this year it was held in Canberra, although the host city is rotated each year, between our different capital cities and branches.

Events

Pecha Kucha doesn't have a set topic, Pecha Kucha is simply the format used, which is a fast paced talk, where around 7 - 8 presenters each have 7 minutes to present on a given topic.

First Five Out is an event for emerging designers, where 3 creatives who have graduated 5 years ago, talk about their first five years of being graduated, and finding their way in the industry.

Talk and Q and A is just a Question and Answer session, so that could be about any topic. Most of our events we have the presenter/s allow

for some audience questions for a Q and A session anyway, rather than a stand alone event.

Pecha Kucha is mainly done in our NSW branch, that is an event that they are fond of, and they tend to do that once or twice a year. First Five Out is held in 3 - 4 branches and that is generally held once a year. The amount of speakers varies depending on the event format.

The events are held in theatre / function room / booked out bars, (we don't own any facilities for events ourselves) depending on the scale and type of event, and are run in multiple cities by our seven different branches.

The events are paid events, where public pay a certain price, and our members pay a discounted price for tickets. Some events are run as free events, but they are more social catchup events, rather than with a presenter.

Again, the amount of people at the events varies on the format. Workshop style events can be run for 10 - 20 people, while some international speaker events like Stefan Sagmeister have had up to 300. The national speakers that we tour tend to average around 75 across the country, with bigger branches having over 100, while the smallest ones might get 40.

More types of events we run

International Speaker Tours (1 International presenter across multiple cities)

National Speaker Tours (1 Australian presenter across multiple cities)

Workshops (both creative skill workshops and business training workshops)

Design Means Business (3 designers present with a client and talk about that project)

Pecha Kucha (7-8 Speakers about a given topic)

First Five Out (3 speakers present about their first five years in the industry)

Speed Dating (students or recent graduates have a 10-15 minute chat

about their portfolio with an industry professional and then rotate through for up to 4 ‘dates’)

Shot Down (3 designers talk about a project that was declined by a client)

After Hours (social free event held at a bar or local designers studio)

Where to From Here (a senior designer and one fo their studio’s junior designers provide a Q & A format)

New Frontiers (3 presenters talking about new industry trends)

How to Win Awards (2 presenters familiar with the awards format, talk about the awards process, and how people can do well, and allow a Q & A about it)

Regards,

Steve Robbins

AGDA Communications”

“Dear Mr Steve Robbins,

I would like to thank you for your quick reply. The information you sent was extremely helpful and important for my project.

Thank you very much.”

Best regards,

Beatriz Barradas”

“Dear Mr Nic Eldridge,

I would be very thankful if you could help me understand the association’s funding. Would the fees paid by the association’s members be enough to fund all of the association’s expenses? Do you have sponsorship agreements with other entities/partners? Do you receive money from the activities organised by the association? What other forms of funding seem most effective to you?

Thank you very much for your time.

Best regards,
Beatriz Barradas”

“Hi Beatriz,

AGDA receives its funding from three main sources:

1. Membership Fees
2. Events Program (including Awards Entry Fees)
3. Sponsorships & Partnerships

These funds are then used in four areas:

1. General Operations
2. Mentoring & Professional Development Programs
3. Awards, Publications & Exhibitions
4. Social Inclusion Programs for Design Industry

Would the fees paid by the association’s members be enough to fund all of the association’s expenses?

No, membership fees make up less than a third of our total revenue.

Do you have sponsorship agreements with other entities/partners?

Yes, we have a range of different partners at various levels who provide both financial support and in-kind support. They are crucial to helping us deliver benefits to our members.

Do you receive money from the activities organised by the association?

Yes, we run speaker tours, development workshops, business seminars

and networking events for our members. This provides a large part of our total funding.

What other forms of funding seem most effective to you?

We have some IP that we license to other organisations which brings in a small amount of revenue and we hope to build on this for the future.

We also sell various publications and products on our website, however this is a very small part of our total revenue.

I hope this helps you with your research.

Feel free to contact me again with any queries.

Regards,
Nicholas Eldridge
CEO”

Brasil

Email enviado à Abedesign

“Exmos. Senhores,

No mestrado em Design da Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa, Portugal, está-se a fazer um estudo sobre a representação dos designers portugueses.

Vamos tentar evoluir para um modelo associativo mais ajustado aos nossos profissionais de design que vá de encontro às suas necessidades e expectativas.

Na análise às várias associações com maior relevo a nível mundial destaca-se a vossa, pelo que consideramos ser do nosso maior interesse estudá-la em particular.

Já verificamos a informação disponível, as vossas linhas orientadoras, as vossas melhores práticas e levantaram-se algumas questões que gostaríamos que nos pudessem esclarecer;

- que formas eficazes de financiamento conseguiram colocar em prática?
- apoiam ou fazem algum tipo de publicação?
- como se realizam os vossos encontros de associados?
- relativamente aos vossos eventos:

Projeto Brasil Design

- quantas vezes já foi realizado este evento?
- quando foi a última edição?
- onde se realizam este tipo de eventos, na associação?
- é um evento pago?

Festival ID

- qual é o objectivo deste evento?
- é pago?
- qual o nível de adesão?

Fronteiras do design

- com que periodicidade é realizado este evento?
- como é projectado? Que tipo de actividades são desenvolvidas?
- qual o nível de adesão?

ABEDESIGN + (letras da sucursal)

- quais os temas abordados nestes encontros?
- com que periodicidade é realizado o evento em cada região?
- quantos oradores convidados são chamados a falar?
- em que instalações costumam ser realizados?
- é um evento grátis?

- Há mais algum evento que mereça ser destacado?
- Para além da formação em gestão empresarial, em que outras áreas apostam?
- Quem são os formadores? elementos da associação ou externos?
- Toda a formação é paga? qual o nível de adesão?

Gostaríamos muito de contar com a vossa ajuda na resposta às nossas questões.

Estamos confiantes que o vosso feedback vai enriquecer o trabalho que estamos a desenvolver.

Gratos pela V/atenção,

Beatriz Barradas”

“Olá Beatriz, tudo bem?

Claro que podemos ajudar, gostaria de saber como conheceram a associação e acredito que seria interessante um call no início do próximo ano.

Um abraço,
Camila Tabacchi

+55 (11) 3067 6132
+55 (11) 99517 6202”

“Boa tarde Camila, Bom Ano,

Para a elaboração deste trabalho, numa primeira fase, foi pesquisada a informação disponível nos vários sites de associações pelo mundo. Numa segunda fase, pelos critérios de selecção definidos, foram seleccionadas as associações a que vamos dar destaque e das quais necessitamos de um pouco mais de informação; AGDA da Austrália, BNO da Holanda e a ADP de Espanha e a vossa.

As outras associações já nos deram resposta via email, neste momento só nos falta informação da V/associação.

Agradeço desde já a sua disponibilidade para falarmos.

Gostaria de saber se o contacto pode ser feito amanhã ou depois de amanhã, se pode ser por WhatsApp ou Skype e a que horas prefere?

Muito Obrigada,
Beatriz Barradas”

Após este email o contato seguinte foi por telefone, em que a Sr. Camila Tabacchi respondeu as questões colocadas.

Que formas eficazes de financiamento conseguiram colocar em prática?

Trabalhamos de 3 formas:

1 – Contribuição dos associados que são escritórios de design, também de entidades institucionais que tem algum interesse na promoção do sector do design nacional por exemplo alguma industria, alguma instituição de ensino, entidades do governo são nossos associados.

2 – Através De eventos da associação

3- Prestação de serviços através dos associados. Como é o caso do projeto que a gente tem que se chama Brain tech neste caso somos uma entidade interlocutora de um órgão governamental que se chama Brain é como prestadores de serviço, somos o escritório da entidade. Nos temos o lucro percentual do valor desses projetos, para fazer a administração do projeto, gente cuida de toda a parte de metodologia, de alocação de projeto, de recursos financeiros. A entidade é cobrada para fazer a administração.

Apoiam ou fazem algum tipo de publicação?

Não a gente não trabalha com esse tipo de áreas.

Como se realizam os vossos encontros de associados?

Pelo facto de a gente ser um país grande a gente tem, capítulos regionais, então hoje a Abedesign tem 9 regionais no Brasil e aí os encontros dependem muito de cada uma das regionais porque cada uma tem um diretor responsável. A associação quer que sejam no mínimo bimestrais, pelo menos a cada 2 meses esses encontros tem pautas, que variam muito, desde discussões sobre novas dicas públicas, apresentação de algum projeto, alguma palestra, alguma troca...

E são realizados nas vossas sucursais?

Sim

Relativamente aos vossos eventos:

No Projeto Brasil Design, quantas vezes já foi realizado este evento?

Projeto de parceria da associação com Apex Brasil que a agência de promoção e exportação, na verdade ele é um projeto que tem a duração de 2 anos, tem diversas iniciativas dentro dele, ele é realizado desde 2006 com periodicidade de 2 anos. Em dois anos a gente renova ele, a última edição dele a gente completou 2016 e estamos em processo de renovação.

É um evento pago?

Não porque como ele é promovido pela agência do governo, essa agência do governo tem uma metodologia específica para realizar estes projetos, então são solicitadas contra partidas nos valores apresentados pela entidade governamental...e essas contra partidas são investimento indiretos das

empresas participantes são coisas como investimentos em viagens dos empresários, investimento em materiais e em promoção nacional então varia bastante.

Festival ID qual é o objetivo deste evento? Eu vi que tinham um site que neste momento não esta ativo pois não?

Não a gente fez uma edição dele e a gente esta mudando o formato, o Brasil hoje tem alguns festivais já que estão crescendo com temas parecidos com este então a gente optou por não fazer mais o evento e sim mudar o formato dele para uma plataforma de conteúdo.

Quando havia este evento tinha um bom nível de adesão?

Sim, muito grande

Fronteiras do design em relação ao vosso evento Fronteira do Design com que periodicidade é realizado este evento?

Todos os anos

Que tipo de atividades são desenvolvidas?

O Fronteira é um conjunto de palestras apenas

A primeira edição dele foi o ano passado e na verdade foi um conjunto de pequenas palestras individuais e depois uma rodada de discussão.

Houve perguntas é isso?

Perguntas e conversas entre participante e assistência

Qual o nível de adesão?

Tem uma boa adesão, menor do que o fronteira

No evento da ABEDESIGN + (letras da sucursal) quais os temas abordados nestes encontros?

Cada edição deles tem normalmente 1 tema central e.... ai varias o que a sucursal tem de interesse de entrada de tema de acordo com a economia local... E alem disso são sempre workshps ...e o que a gente chama de open studios que são visitas aos escritórios de design

Quantos oradores convidados são chamados a falar? Um numero definido?
Não, normalmente varia muito ...e pode as vezes ter 1 principal e 2 ou 3 convidados, varia um pouco do acordo e do recurso que organiza o evento. Se ele consegue trazer convidados de outras regionais, mas geralmente acontece 1 ou 2 dias de evento

As vossas instalações tem condições para realizar este evento ou se costumam ir para outra salas?

Não, a gente normalmente faz fora. Com algum parceiro, algum teatro, algum órgão de governo que tenha estrutura pra receber.... aqui agente tem também algumas coisas como espaços do Google ou espaço de empresas que são para promover eventos.

Este evento é pago?

É pago normalmente

Pois como é uma forma de financiamento da associação quase todos os eventos são pagos certo?

No brasil a gente tem uma cultura que muitas vezes se o evento ele não é pago muitas pessoas confirmam presença, mas não aparecem. Então a gente acaba tendo um numero muito grande de ausência. E ai a gente não consegue planejar muito bem a quantidade de pessoas que estão no evento. Então a gente evita fazer eventos gratuitos a gente normalmente cobra uma taxa de adesão dos eventos mesmo que pequenos, mas para garantir que as pessoas irão comparecer e estão interessadas naquele evento.

Para alem dos eventos anteriormente mencionados há os prémios de design. Existe mais algum evento que mereça ser destacado?

Dos eventos eu acredito que não, o que eu vou fazer vou te mandar a apresentação dos beneficios da associação, há uma nova apresentação que a gente encaminhou para os nossos associados e ai vai saber um pouquinho mais das outra iniciativas que a gente faz e que não são eventos mas outro tipo de atividade, como cursos e essa coisas assim.

Pois eu percebi que também há formação em gestão empresarial, apostam em mais alguma formação? Que tipo de formações costumam, desenvolver?

Nosso site esta desatualizado por isso que você não vai encontrar tantas informações

As informações sobre formações também estão no documento que vai mandar?

A gente chama de missões de capacitação são cursos complementares que tem objetivo de ajudar os escritórios...a se profissionalizarem, a se tornaram mais competitivos. Normalmente são cursos não relacionados a parte criativa, mas sim a parte empresarial.

Quem são os formadores? Elementos da associação ou externos?

São pessoas externas, normalmente empresas parceiras que ajudam

As formações são pagas?

Não, para os associados não

Qual o nível de adesão?

Muito adesão

Em termos de parceria já me disse que faz com a empresas, com o governo, faz mais alguma parceria?

Não, basicamente com o governo e empresas ...e organizações internacionais. Em termos internacionais até já fizemos mais, mas percebemos que não tinha um grande interesse para os nossos associados.

Holanda

Emails enviados à associação BNO. Todos os emails foram respondidos no email das perguntas.

“Dear Sir/Madam,

On the Master’s course in Design at the College of Architecture of the University of Lisbon, Portugal, a study about the representation of Portuguese designers is being conducted.

We are trying to evolve towards an associative model that is more well-adjusted to the needs of our design professionals, one that better meets their needs and expectations.

After analysing various associations of the greatest worldwide importance, yours stands out. As such, we consider it to be in our best interest to study it in particular.

Having already checked the available information, your guidelines and your best practices, a few questions were raised and we would be thankful if you could help us by answering them.

- How do the legal counsel sessions work? Is it a free service for associates/members?

- How does the Help Desk work? What kind of issues are dealt with?

The help desk is all about giving individual legal and business advice to our members. By mail, by phone and when the situation is complex, members come to our office. It is part of the membership fee, for member only, and free.

- How often are bootcamps organised? How many people join this initiative?

Varies every year. From 10 up to 100 people join.

- Where is Driving Dutch Design held?

Driving Dutch Design is all about coaching, so people meet where ever suits them. There are also some events where all participants come together, mostly in Amsterdam or in the city of Eindhoven.

- How do the intervention sessions work? How often are they held?

I don’t know what you mean by intervention sessions.

- How does the “Mentor” program work? Is it a paid service?

The mentor program is also for members only and free. A member has a question or a problem, he or she looks which mentor will be able to help him, then sends a (small) application, of phones, to BNO office. One of my colleagues then ask the mentor if he has time and then the mentor and

the person who wants to be mentored, make an appointment. It's only for 1 session, to be held on a location they choose.

- Is there any other event that should be highlighted?

Infographics conference, Illustration Biennale, the series of Interior design events, the program for young designers, there's so much.

Also: the events in different cities throughout the country, where people can get inspired, informed and have a beer.

What topics does the available training cover? Are the trainers a part of your organisation, or are they from outside? Is there a lot of interest from the associates/members?

The training programma covers the business skills a designer needs. It depends on what members want, what they need, so it is a flexible program. The teachers are not a part of BNO, but come from the outside world.

We would be extremely grateful if you could help us by answering our questions. We are confident that your feedback will immensely assist us with the work we are undertaking.

Yours faithfully,
Beatriz Barradas”

“Dear Mr Gert Gerrits,

Thank you very much for your quick reply.

Regarding the events you mentioned in your last e-mail, we would like to clarify the points below:

- What does the program for young designers consist of?

Workshops (for example about promoting yourself), coaching by staff from one of the big banks in this country) and an exhibition.

- Can you give an example of an interior design event that takes place under that program?

A series of lectures about all aspects of interior design

- Is the Illustration Biennale an award, an exhibition, an event?

It is an event, with 8 to 10 illustrators doing a presentation, and an exhibition

- How do the lawyer sessions work? Are they a free service for associate members?

See my first mail. It's a free service for members.

- Does your association enter partnerships with other associations or companies?

Yes, nationally and internationally.

Kind regards,
Gert Gerrits”

Espanha

Emails enviados à ADP, que apesar das tentativas não consegui obter resposta
“Estimados Señores,

En el master de Design de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Lisboa en Portugal, se estudia la representación de los profesionales portugueses del design.

Se pretende evolucionar hacia un modelo asociativo más ajustado a nuestros profesionales del diseño que vaya en contra de sus necesidades y expectativas.

Para este estudio se consultaron las páginas web de algunas asociaciones seleccionadas (Asociación AGDA de Australia, ABEDESIGN de Brasil, BNO de Holanda, ADP de España ...) y posteriormente se contactó personalmente para aclarar algunas dudas, completar con rigor alguna de la información a considerar.

En el caso de vuestra asociación, la información de la página web no fue suficiente para hacer un análisis previo.

Por este motivo y como es de nuestro mayor interés incluir su asociación en representación de España en nuestro estudio, nos ponemos en contacto con usted.

Así, pretendíamos solicitar su colaboración en la obtención de información más detallada sobre el funcionamiento de su asociación:

- ¿Cuántos asociados tiene su asociación?
- ¿Cómo se organiza internamente la asociación?
- ¿Qué formas eficaces de financiación han conseguido poner en práctica?
- ¿Apoya o hace algún tipo de publicación?
- ¿Cómo funcionan sus servicios jurídicos? ¿Es un servicio que sus asociados consideran importante? ¿Se paga?
- ¿Realizan conferencias? ¿Con qué frecuencia? ¿Qué temas? ¿Cuál es el nivel de adhesión?

- ¿Proponen formaciones? ¿Con que frecuencia? ¿Quién las hace? ¿Qué temas abordan / interesan? ¿Cuál es el nivel de adhesión de sus asociados? Además de los puntos mencionados, ¿hay algún otro que no haya sido mencionado y que consideren importante destacar? Exposiciones, premios, encuentro de asociados, etc.

Nos gustaría mucho contar con su ayuda y disponibilidad.

Saludos,

Beatriz Barradas”

“Estimados señores,

El pasado día 3 de enero, les enviamos un pedido para que nos contesten a unas preguntas para participar en un proyecto de investigación En el master de Design de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Lisboa en Portugal, en el cual se estudia la representación de los profesionales portugueses del design.

Vuestra opinión y ayuda es muy importante para este proyecto de investigación, por eso os rogamos que nos contesten al correo adjunto.

Si prefieren os podremos contactar telefonicamente, para eso os rogamos que nos confirmen vuestro contacto telefónico para que o hagamos el lunes, día 15/01.

Saludos,

Beatriz Barradas”

APÊNDICE 4: INQUERITO

Para enviar o email aos inquiridos, optou-se por fazer um texto como anexo, a solicitar resposta.


“Exmos. Senhores,

Estamos a fazer um estudo sobre a representação dos designers portugueses, no mestrado de Design da Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa.

Desta forma a sua opinião é, para nós, muito importante e gostaríamos de contar com a sua colaboração, na resposta a um breve questionário sobre as associações e ordens profissionais.

Gratos pela atenção,

Beatriz Barradas”



A representação dos designers portugueses: consulta a profissionais

Será pertinente um grupo representativo dos profissionais de Design em Portugal? E se for, qual o modelo associativo que melhor responde às necessidades actuais (associação, cooperativa, grupo, sindicato, ordem, outro). E que necessidades são essas?

Este questionário faz parte de um estudo que está a ser desenvolvido pelo mestrado de Design da Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa e tem como objectivo perceber a visão e necessidades de representação dos profissionais de design portugueses.

*Obrigatório

Endereço de email *

O seu email

SEGUINTE

Página 1 de 8

Nunca envie palavras-passe através dos Formulários do Google.

A representação dos designers portugueses: consulta a profissionais

*Obrigatório

Caracterização

Tem a duração aproximada de 8 minutos. Agradecemos desde já o tempo disponibilizado para o preenchimento e esperamos que ele possa vir a contribuir positivamente para a melhoria das condições de trabalho e da percepção sobre a profissão.

Gênero *

- Feminino
- Masculino

Anos de prática profissional em design *

- Entre 2 e 5
- Entre 5 e 10
- Entre 10 e 15
- Entre 15 e 20
- Mais de 20

Formação académica *

- Ensino Secundário
- Ensino Profissional
- Ensino Superior

Qual a sua área de trabalho predominante? *

- Design Produto
- Design Comunicação
- Design Moda
- Design Interiores
- Design Digital
- Design UI/UX
- Outra: _____

ANTERIOR

SEGUINTE

Página 2 de 8

A representação dos designers portugueses: consulta a profissionais

*Obrigatório

Associações de profissionais no Design

1. Conhece alguma associação de design em Portugal? *

- Sim
 Não

2. Quais?

Se a resposta à questão anterior foi não, pode passar diretamente à página seguinte

- AND - Associação Nacional de Designers
 APD - Associação Portuguesa de Designers
 Ordem Visual
 Outra: _____

3. Pertence ou já pertenceu a alguma associação?

- Sim
 Não

4. Qual?

Se a resposta à questão anterior foi não, pode passar diretamente à pergunta 6

- AND - Associação Nacional de Designers
 APD - Associação Portuguesa de Designers
 Ordem Visual
 Outra: _____

5. Qual é/foi o seu papel?

- Sócio
 Elemento dos corpos sociais (direção, assembleia geral, etc.)
 Parceiro

6. Já participou em alguma iniciativa ou evento promovido por alguma das associações portuguesas?

- Sim
 Não

ANTERIOR

SEGUINTE

Página 3 de 8

A representação dos designers portugueses: consulta a profissionais

*Obrigatório

Interesse em aderir

1. Já sentiu alguma vez a necessidade de uma forma de representação colectiva na sua área profissional? *

- Sim
- Não

2. Quantas vezes sentiu essa necessidade? *

- Nunca
- Todos os dias
- Uma vez por semana
- Uma vez mês
- Uma vez ano

ANTERIOR

SEGUINTE

Página 4 de 8

Nunca envie palavras-passe através dos Formulários do Google.

A representação dos designers portugueses: consulta a profissionais

*Obrigatório

Tipo de serviços

1. Em que áreas considera ter necessidade de mais apoio por parte de um órgão coletivo? *

- Divulgação de trabalho e/ou da empresa
- Networking
- Informação sobre clientes (pagamentos e concursos)
- Informação sobre contratos de trabalho com clientes
- Informação sobre recursos humanos
- Informação sobre software
- Assessoria jurídica clientes
- Assessoria jurídica contratos
- Assessoria jurídica direitos de autor e utilização
- Deontologia e relação com trabalho de colegas/concorrentes
- Assessoria em concursos
- Estabelecimento de preços guia
- Formação de preços
- Formação profissional (técnica)
- Formação em gestão
- Formação comercial
- Outra: _____

2. Admitindo que existe um organismo de representação profissional dos designers, escolha de 1 (menor importância) a 5 (máxima importância) a classificação dos itens a baixo *

	1	2	3	4	5
Informação sobre clientes (pagamentos, concursos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informação sobre contratos de trabalho com clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informação sobre recursos humanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informação sobre software	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assessoria jurídica clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assessoria jurídica contratos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assessoria jurídica direitos de autor e utilização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deontologia e relação com trabalho de colegas/concorrentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estabelecimento de preços guia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formação de preços	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formação profissional (técnica)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formação em gestão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formação comercial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Networking	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Divulgação de trabalho e/ou empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prêmios de Mérito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Consegue dar-nos um ou dois exemplos não previstos nas questões anteriores em que um organismo que represente os profissionais de design lhe pudesse ter sido útil?

A sua resposta

ANTERIOR

SEGUINTE

Página 5 de 8

A representação dos designers portugueses: consulta a profissionais

*Obrigatório

Associações de Profissionais

Uma associação é uma iniciativa formal que congrega um grupo de pessoas com afinidades profissionais ou outras, com o intuito de superar dificuldades, resolver problemas e gerar benefícios mútuos.

As associações são órgãos ativos, direccionadas para satisfazer os interesses dos seus membros e trazer benefícios aos associados. As associações empresariais ou profissionais podem atuar em diferentes áreas como por exemplo formação, qualificação, representação e promoção, com o objetivo de apoiar os seus associados nas dimensões económicas, técnicas, culturais, sociais, comerciais e outras do seu desempenho profissional.

As associações profissionais não são organismos reguladores da profissão, podendo atuar nessa área apenas de modo indicativo.

1. Conhece o modo de funcionamento das associações de profissionais e as suas funções? *

- Sim
- Não

2. Vê utilidade numa associação de profissionais do design? *

- Sim
- Não

3. Uma associação de profissionais tem custos para poder funcionar. Está disponível para investir um valor mensal para a criação de uma associação profissional que prossiga os objectivos que considerou prementes?

Se a resposta à questão anterior foi não, pode passar diretamente à página seguinte.

- Sim
- Não
- Talvez

4. Que valor está disponível para investir mensalmente para que a Associação profissional possa cumprir as suas missões?

Se a resposta à questão anterior foi não, pode passar diretamente à página seguinte.

- 0 e 10 euros mensais
- 10 a 20 euros mensais
-

5. Está disponível para integrar os corpos sociais de uma Associação de profissionais do design?

- Sim
- Não
- Talvez

ANTERIOR

SEGUINTE

Página 6 de 8

A representação dos designers portugueses: consulta a profissionais

*Obrigatório

Ordem profissional

Uma ordem profissional é uma entidade pública de estrutura associativa representativa de uma profissão. Estes organismos recebem do estado o poder de controlar a prática dos profissionais, estabelecer as regras de acesso à profissão, elaboração de normas técnicas e deontológicas específicas e um regime disciplinar autónomo, para defesa do interesse público.

As associações profissionais são organismos reguladores da profissão que concedem a permissão ou impedem a prática profissional.

1. Conhece o modo de funcionamento das ordens profissionais e as suas funções? *

- Sim
- Não

2. Vê utilidade numa ordem profissional de designers? *

- Sim
- Não

3. Uma ordem profissional tem custos de actividade. Está disponível para investir um valor mensal para manter activa uma Ordem profissional que regule o funcionamento da profissão?

Se a resposta à questão anterior foi não, pode passar diretamente à página seguinte.

- Sim
- Não
- Talvez

4. A estrutura financeira de uma ordem advém de várias fontes, como por exemplo, de exames de admissão (valor médio 374€), de inscrições (valor médio 284€), de emissão de cédulas (valor médio 17€), de quotas mensais (valor médio mensal 16€), da formação, entre outros. Estaria disponível para fazer este investimento?

- Sim
- Não

4. A estrutura financeira de uma ordem advém de várias fontes, como por exemplo, de exames de admissão (valor médio 374€), de inscrições (valor médio 284€), de emissão de cédulas (valor médio 17€), de quotas mensais (valor médio mensal 16€), da formação, entre outros. Estaria disponível para fazer este investimento?

- Sim
 Não

5. Está disponível para integrar os corpos sociais de uma Ordem profissional de designers?

- Sim
 Não
 Talvez

[ANTERIOR](#)[SEGUINTE](#)

Página 7 de 8

A representação dos designers portugueses: consulta a profissionais

Outras formas de associativismo

1. Quer recomendar algum processo associativo que, em sua opinião, possa melhor contribuir para uma prática profissional sadia e lucrativa no design em Portugal?

A sua resposta

[ANTERIOR](#)[SUBMETER](#)

Página 8 de 8

Nunca envie palavras-passe através dos Formulários do Google.

APÊNDICE 5: INQUERITOS ENVIADOS E RESPONDIDOS

Com esta cores foram todos os que responderam ao inquérito

ANO DE FUNDAÇÃO - 2012	ÁREA DE TRABALHO
AÇORES NO CORAÇÃO - DESIGN E COMUNICAÇÃO, UNIPessoal LDA	Comunicação
BRAIN SMASH CREATIVE, LDA	Comunicação
PATRÍCIA FREITAS, UNIPessoal LDA	Design
FAUNALAB LDA	Comunicação e industrial
ESFERA DE FANTASIA - DESIGN, LDA	Comunicação
ALTA COMUNICAÇÃO, LDA	Comunicação
EQUAÇÃO POSITIVA - LDA	Comunicação
UMA- BRAND STUDIO, LDA	Comunicação
ESTÚDIO JOÃO CAMPOS UNIPessoal LDA	Comunicação
REALLIGHT - AUDIOVISUAL, LDA	Interiores
ATELIER D'AVELS	Comunicação

ANO DE FUNDAÇÃO - 2013	ÁREA DE TRABALHO
DESIGN BY BESSA, LDA	Produto
SUUSH STUDIO - DESIGN E DESENVOLVIMENTO, UNIPessoal, LDA	Comunicação
GODÉ COM COR - ARTE E DESIGN, LDA	Comunicação
MOTHER VOLCANO UNIPessoal, LDA	Ilustração
PEDRO GOMES DESIGN, UNIPessoal LDA	Produto
JAQUELINA ROXO - ATELIER, LDA	Moda
ATELIER LÍGIA CASA NOVA, UNIPessoal LDA	Interiores
FIRSTDEKOR DESIGN E ARQUITETURA DE INTERIORES, LDA	Interiores
RUI MARTINS DESIGN, LDA	Comunicação
RICARDO MEDINA - DESIGN, UNIPessoal LDA	Comunicação
INNGAGE DESIGN - UNIPessoal, LDA	Produto
WILL CREATIVE CONSULTING, UNIPessoal LDA	Design
AFONSO DESIGNERS, LDA	Comunicação
GONÇALO PRUDÊNCIO - OFFICE FOR DESIGN, LDA	Produtos
TIPOS DE LETRAS	Tipografia

ANO DE FUNDAÇÃO - 2014	ÁREA DE TRABALHO
OURS TEAM, LDA	Comunicação
KOBU - AGÊNCIA CRIATIVA DIGITAL, LDA	Comunicação
2P - PROJECTOS E PRODUÇÃO DE EXPOSITORES, LDA	Produto
ALODUCE - DESIGN E DECORAÇÃO, LDA	Produto
META. INNOVATION CONSULTING GROUP	Design
ANOTHER COLLECTIVE	Comunicação
CORKIDS	Produto
HOME STORIES	Decoração
ROYAL STUDIO	Design

ANO DE FUNDAÇÃO - 2015	ÁREA DE TRABALHO
NO PLACE LIKE HOME, UNIPessoal LDA	Interiores
THIS LITTLE ROOM, LDA	Interiores
LAGOM STUDIO, LDA	Interiores
WORKADAN - AGÊNCIA DE DESIGN E COMUNICAÇÃO, LDA	Comunicação
LUSTRU DESIGN E ILUSTRAÇÃO, LDA	Comunicação
BUSIGNERS, LDA	Gestão Design
LOVE STREET STUDIO, LDA	Comunicação
MISHMASH	Comunicação

ANO DE FUNDAÇÃO - 2016	ÁREA DE TRABALHO
NON-VERBAL	Editorial
SARAIVA + ASSOCIADOS, CONCEPT DESIGN, LDA	Design
DROPIN'IDEAS - DESIGN E PUBLICIDADE LDA	Interiores
GLUD - DESIGN, MARKETING E COMUNICAÇÃO, UNIPessoal LDA	Comunicação
DIVIDE BY TWO, LDA	Comunicação
GATA COMUNICAÇÃO, LDA	Comunicação
WEDDING AGENCY CRACHÁ, UNIPessoal LDA	Comunicação
TRINTA DESIGN	Produto

ANO DE FUNDAÇÃO - 2017	ÁREA DE TRABALHO
JOANA TRIGUEIROS STUDIO, UNIPessoal LDA	Interiores
MINIPONTO - DESIGN, UNIPessoal LDA	Produto
ATELIER N8 - DESIGN & CONSULTING, UNIPessoal LDA	Comunicação
ANTÓNIO CRUZ GRAPHIC DESIGN, UNIPessoal LDA	Comunicação
BRAIN ONE, LDA	Multimédia

ANO DE FUNDAÇÃO - 2015	ÁREA DE TRABALHO
MARIANA PULIDO	Comunicação
MARCIA GALRÃO	Produtos
GABRIELA BONITO	Design UxUi
SOFIA CRUZ	Comunicação
BEATRIZ DIONÍSIO	Comunicação
MARIA MONTEIRO	Produto
JULIANA PEREIRA	Comunicação
MARISA VINAGRE	Comunicação
CATARINA GARCIA	Digital
ORLANDO CASTRO	Comunicação
SERGIO CORREIRA	Editorial
ANA AREIAS	Comunicação
PEDRO SOARES	Produtos
MARIA BARROS	Comunicação
MARIA GUERREIRO	Produto
JOÃO FERNANDES - BIZDIRECT	Comunicação
JOÃO ANDRÉ AGOSTINHO	Comunicação
ANDRÉ OLIVEIRA - PAN	Comunicação
DAVID RIBEIRO	Comunicação
BRUNO OLIVEIRA - YONG NETWORK GROUP	Comunicação
CATIA SILVA GUERRA	Comunicação
INÊS QUITÉRIO	Comunicação
WILLIAM AFONSO	Comunicação
JOANA ROMÃO	Comunicação
MARIANA LEAL RATO	Comunicação
RUI SILVA	Comunicação
ANA MARGARIDA ALMEIDA	Produto
PEDRO GOMES	Industrial
RAQUEL ABREU	Comunicação
SARA RIBEIRO	Interiores
ANA CASACA	Comunicação
SUSANA	Produto
SUSANA MONTEIRO	Comunicação
SAMUEL CORDEIRO	Produto
JOÃO AZEVEDO	Produto
ANDRÉ MARINHO	Moda
CAROLINA OLIVEIRA	Produto
ANA SANCHES	Produto
JOANA DOMINGUES	Moda
JOÃO LESSA	Produto
LUIS DELGADO	Produto