

DESIGN: ALGUNS CONCEITOS

ENZO DA SILVA DA PATELLI¹; ROBERTA COELHO BARROS²

¹Universidade Federal de Pelotas – enzonze@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – robertabarros@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Apresenta-se aqui uma breve discussão sobre diferentes conceituações de design, apoiando-se em diferentes autores da área e buscando relacioná-los.

Na etimologia, “design”, do inglês, refere-se a planejamento, estrutura, designio e intenção (CARDOSO, 2004). Não se refere a “desenho” (ou o ato de riscar uma superfície), para isso existe o termo *drawing* (VILLAS-BOAS, 2011). Como essa definição é ampla, costuma-se buscar na história possíveis origens para o uso do termo “design” como rótulo da prática que se possui hoje em dia.

Alguns entendem que este momento se dá quando há a separação entre conceber um produto e executá-lo; por exemplo, em 1667, a coroa francesa criou a fábrica de Gobelins a fim de produzir tapeçarias e vidros. Nela, o pintor Charles Le Brun recebeu como uma de suas funções o cargo de *inventeur*, aquele que gerava as formas que deveriam ser fabricadas. A partir de um conceito, *l'idée*, Le Brun desenhava a base das peças que seriam reproduzidas pelos artesãos da fábrica (CARDOSO, 2004). Por outro lado, ao longo do livro *História do design gráfico*, vemos exemplos da prática de design em datas anteriores ao século XVII e a fábrica de Gobelins, como o uso de tipos móveis pelos chineses em 1045 e a diagramação e confecção dos manuscritos iluminados (Figura 1) através de uma equipe composta de editor-diagramador, letrista e ilustrador (MEGGS, 2009).

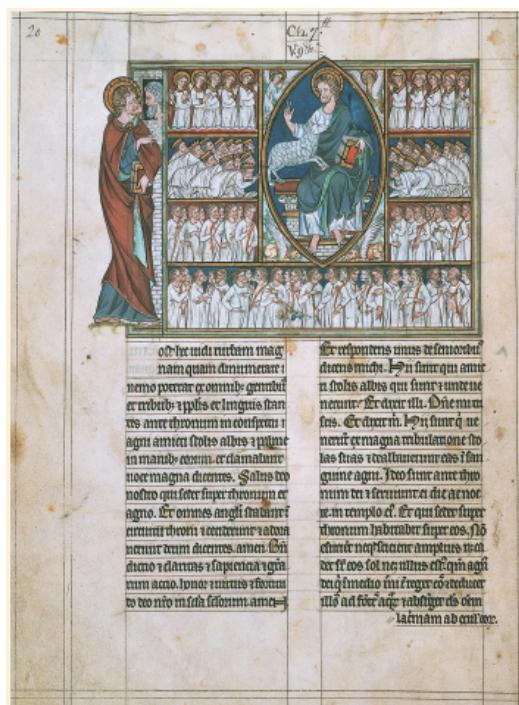


Figura 1: A diagramação de um manuscrito iluminado

Há também aqueles que compreendem que o design é uma prática existente apenas numa

sociedade industrial, pois o design dedica a estabelecer, simbolicamente, o valor de troca de diferentes objetos. Isso pois, em uma sociedade completamente industrializada, se produz objetos em uma escala massiva, o que cria a necessidade de se valorizar produtos mais do que por seus custos de produção. O design, então, é uma forma de atribuir, a um objeto qualquer, valores capazes de atrair consumidores – afinal, uma camiseta de marca não é “apenas” uma camiseta. (VILLAS-BOAS, 2011).

Nota-se aqui uma dissonância entre as análises de Villas-Boas e Philip Meggs: embora ambos utilizem de uma análise histórica a fim de entender a origem do design, este entende que design define-se por seus produtos (a atribuição simbólica de valores), enquanto aquele entende design por seus processos (a prática metodológica, ferramentas utilizadas, etc.). Qual deles deve-se levar em conta? Afinal, se considerarmos design somente como processo, então não importa o resultado – o designer se calca apenas em sua habilidade de projetar, e a aplicação de seus projetos é irrelevante (CARDOSO, 1998). Daqui, parte-se a buscar conceitos que não dependam do estudo histórico.

Para Paul Rand (2000), um designer lida com três tipos de problema:

- os fornecidos (a mídia, slogan, logo ou produto em si que lhe foi solicitado)
- os formais (as questões compostivas em si, como contraste, forma, cor, textura, escala e repetição)
- os psicológicos (problemas de percepção visual, emoções e instintos do usuário final e as preferências do próprio designer)

Logo, um praticante de design relaciona uma ideia que lhe é fornecida a uma forma, criando um objeto que solucione a síntese dos problemas, levando em conta não apenas a função que o objeto deva cumprir, mas também sua forma e como ele se relaciona com seu espectador ou usuário. Ora, “um sapateiro não faz unicamente sapatos de couro, mas também, por meio de sua atividade, faz de si mesmo um sapateiro” (FLUSSER, 2013). Ou seja, o homem é um ser que cria objetos, e ao fazê-lo, é transformado por eles.

Levando isso em conta, o design, como processo de criação de objetos e símbolos, é uma prática de transformação de si.

2. METODOLOGIA

O presente artigo é um recorte do trabalho de conclusão de curso do autor, que é uma pesquisa qualitativa, relacionando autores e teorias através do processo de revisão bibliográfica. Também inclui o uso de reflexões e conversas pessoais do autor como banco de dados para a escolha de assuntos abordados ou argumentos utilizados ao dialogar e analisar a bibliografia analisada, aproveitando do-se caráter menos formal e mais subjetivo da pesquisa qualitativa (Gil, 2002.).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Até aqui, se expôs, de forma superficial, reflexões quanto ao conceito de design e alguns dos elementos que se trabalha dentro dele, através de Paul Rand, Philip Meggs, Vilém Flusser, Rafael Cardoso e André Villas-Boas. Essa análise de dados tenta criar uma base para discussão sobre design, assim como informar a respeito de múltiplos posicionamentos acerca do tema. Pretende-se informar e refletir sobre o que a prática e o estudo do design compreende. Este artigo não abrange toda pesquisa já realizada para o o trabalho de conclusão de curso, que ainda está em desenvolvimento e objetiva se aprofundar mais nas discussões brevemente apresentadas aqui.

4. CONCLUSÕES

A pesquisa se desenvolveu naturalmente em um diálogo com diversos autores e seus respectivos pontos de vista, apresentando-se várias formas de se encarar e pensar design e não um discurso com uma definição pré concebida que é explicada ao leitor. Como ela ainda está em andamento, pretende-se continuar esse processo, colhendo ainda mais pensadores e ideias a cerca do que é design e como ele é praticado.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

CARDOSO, Rafael. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. In: **Arcos design, cultura material e visualidade**, Rio de Janeiro, v. 1, 1998. Disponível em: <<http://www.esdi.uerj.br/arcos/ant01.html>>. Acesso em: 20 de abril de 2016.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. 2ª ed. São Paulo: Blucher, 2004.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MEGGS, Philip B. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

RAND, Paul. **Paul Rand: A Designer's Art**. New Haven: Yale University Press, 2000.

VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico**. 4ª ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.