

UMA BREVE ANÁLISE DOS CONTRAPONTOS ENTRE O PAPEL SOCIAL DO DESIGN E A VALORIZAÇÃO DA PROFISSÃO

GIOVANNA DOMINGUES RODRIGUES¹; ANA DA ROSA BANDEIRA²

¹*Universidade Federal de Pelotas – giovanna.gioguesa@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – anaband@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O design desempenha um papel crucial na sociedade contemporânea, influenciando a forma como interagimos com o ambiente construído e os produtos que utilizamos diariamente, de acordo com RANGEL (2008). No entanto, apesar da sua importância, a profissão de designer muitas vezes enfrenta desafios em termos de reconhecimento e valorização social, como destaca, na obra *O valor do design*, QUEIROZ (2003, p. 107).

O papel social do design leva em consideração as premissas da profissão, as responsabilidades dos profissionais frente a sociedade e o planeta e a importância da profissão para o mundo contemporâneo. O designer, por meio do que produz, é capaz de solucionar problemas e aumentar a qualidade de vida das pessoas, não devendo, o design, ser resumido a mera estética e materialidade, como cita RANGEL (2008):

A informação, uma vez comunicada pelo designer gráfico, não deve resumir-se no fomento do fetichismo material, tampouco seu trabalho é messiânico ou limitar-se ao embelezamento e sofisticação comumente atribuídos ao produto de seu projeto. Existe um meio termo entre essas diferentes concepções, e é exatamente nesse vão que os designers se inserem, nem tanto ao céu, nem tanto a terra, tendo perfis fluidos e diferenciados, entre o dever ético e a imaginação particular, tendo sempre em mente a melhoria da qualidade de vida, desta e das próximas gerações (RANGEL, 2008, p. 7).

É imperativo reconhecer que o design transcende a mera estética e materialidade, como enfatizado por RANGEL (2008) e QUEIROZ (2003), e assume um papel fundamental na resolução de problemas e na promoção da qualidade de vida das pessoas. Os designers, conscientes de sua responsabilidade frente à sociedade e ao planeta, estão constantemente engajados em encontrar o equilíbrio entre a ética profissional e sua criatividade particular.

Esta pesquisa propõe uma análise dos contrapontos entre o papel social do design e a valorização da profissão, explorando como esses elementos se entrelaçam e como as percepções sociais afetam a prática e o reconhecimento dos designers. Ao investigar essas questões, espera-se contribuir para o fortalecimento do campo do design e para uma maior valorização dos profissionais que o integram, em prol de uma sociedade mais consciente sobre a área.

2. METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, fundamentada em revisão bibliográfica do trabalho de conclusão de curso (TCC) *Sentidos e direções do design: um roteiro necessário*, de RANGEL (2008), do livro *O papel social do*

design gráfico: História, conceitos & atuação profissional, de BRAGA (2011), e outras referências acerca do papel social do design e do valor monetário e social da profissão. Considera-se também as discussões e literaturas estudadas a respeito da profissão na disciplina de Teoria e Crítica do Design e a experiência empírica da autora para interpretar e contextualizar os conceitos e informações encontradas nas referências.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O design emergiu como uma área de conhecimento no século XIX, ganhando destaque durante a Revolução Industrial com a necessidade de criar produtos funcionais e esteticamente atraentes (BRAGA, 2011). Ao longo do tempo, o campo evoluiu para abranger uma ampla gama de especializações, desde Design Gráfico e Industrial até Design de Interiores e Design de Experiência do Usuário. No entanto, apesar da sua crescente importância na sociedade moderna, a valorização do design nem sempre acompanhou esse desenvolvimento, enfrentando desafios como a percepção de que o design é apenas estético e não essencial (RANGEL, 2008).

Um projeto de design vai muito além da estética, desempenhando um papel fundamental na resolução de problemas complexos e na melhoria da qualidade de vida das pessoas. Os designers são agentes de mudança social, capazes de criar soluções inovadoras para desafios como acessibilidade, sustentabilidade e inclusão. Além disso, o design tem o poder de comunicar mensagens, influenciar comportamentos e moldar a cultura, destacando sua relevância no contexto social, como cita ASTIZ (2003) na obra *O valor do design*.

Uma das principais questões que surgem ao examinar o papel social do design é sua capacidade de impactar positivamente a vida das pessoas (BRAGA, 2011). Os designers têm o poder de criar soluções inovadoras para problemas complexos, promovendo a inclusão, a sustentabilidade e o bem-estar. No entanto, apesar desses benefícios evidentes, a profissão de designer muitas vezes é desvalorizada, como cita NORMAN (2006) na obra *O design do dia a dia*:

Fazer um bom projeto de design não é fácil. O fabricante quer alguma coisa que possa ser produzida economicamente. A loja quer algo que seja atraente para os clientes. O comprador tem várias exigências. Na loja o comprador se concentra em preço e aparência e, talvez, no valor de prestígio. Em casa, a mesma pessoa presta mais atenção à funcionalidade e à "usabilidade". O serviço de reparos se importa mais com a qualidade de manutenção: em que medida o aparelho é difícil de ser desmontado e o problema diagnosticado e consertado? As necessidades de todas essas partes envolvidas são diferentes e quase sempre conflitantes. Não obstante, o designer pode ser capaz de satisfazer todo mundo (NORMAN, 2006, p. 51).

A falta de valorização da profissão pode ser atribuída a uma série de fatores, incluindo a falta de compreensão sobre o processo de design e a prevalência de estereótipos culturais. Muitas vezes, o design é visto como um luxo dispensável, enquanto na realidade é uma ferramenta essencial para resolver problemas complexos e promover a inovação (BRAGA, 2011). Além disso, a concorrência com soluções de baixo custo e produção em massa também contribui para a marginalização da profissão de designer.

A desvalorização monetária emerge como uma preocupação relevante no contexto contemporâneo, evidenciando-se através da discrepância entre os salários

e honorários dos profissionais de design em comparação com outras profissões. Esta questão reflete não apenas uma subestimação do valor econômico do trabalho dos designers, mas também uma falta de reconhecimento do design como um investimento estratégico por parte de empresas e organizações, como citam alguns autores na obra *O valor do design*.

Outro fator que determina o desapreço monetário da profissão é a complexidade da área. No design, por existir diversas subáreas, muitas questões são relativas, tanto em relação a qualidade de um projeto quanto ao valor social e o custo que ele apresenta. Por conta dessa complexidade, acaba sendo muito difícil definir custos específicos e tabelados para a profissão, o que acaba fazendo com que as decisões de quanto cobrar fiquem a critério do profissional, que muitas vezes não sabe como fazer isso e acaba prejudicando a si mesmo e aos seus colegas de profissão. Essa questão fica visível em dois trechos da obra *O valor do design*:

Na administração profissional, há uma diferença entre custo e valor de um projeto. O custo refere-se à quantia que o escritório precisa obter para operar sem prejuízo e poder investir em equipamentos, por exemplo. Já o valor refere-se a quanto vale o projeto em termos de patrimônio para o cliente. E isto depende da complexidade do mercado em que o cliente atua, do seu porte, das características do segmento em que o produto ou serviço se inserem, de como o cliente vai capitalizar com o projeto, entre outros.

[...]

Não é fácil orçar um projeto. São muitos os fatores envolvidos, e das mais diversas naturezas (QUEIROZ, 2003, p. 107).

Como resultado, frequentemente se observa a alocação de orçamentos limitados para projetos de design, o que pode comprometer a qualidade e eficácia dessas iniciativas. A desvalorização monetária não apenas impacta negativamente os designers individualmente, minando sua motivação e qualidade de vida profissional, mas também representa uma barreira ao potencial de inovação e crescimento econômico associado ao campo do design.

A valorização da profissão não apenas beneficia os próprios profissionais, mas também tem um impacto positivo na qualidade do design e na sociedade como um todo. Quando os designers são valorizados e respeitados, têm mais liberdade para explorar soluções inovadoras e buscar abordagens criativas para os desafios contemporâneos. Isso, por sua vez, leva a produtos e ambientes mais eficazes, acessíveis e culturalmente relevantes (RANGEL, 2008).

Nesse sentido, observa-se que a valorização da profissão de designer repercute diretamente em projetos que envolvem inclusão e acessibilidade, dimensões centrais do papel social do design (BRAGA, 2011). A sinalização do metrô de São Paulo, por exemplo, evidencia como o design universal, quando bem aplicado, contribui para a mobilidade urbana, favorecendo não apenas pessoas com deficiência, mas também turistas e demais usuários.

Outro exemplo é a presença de informações em braille em embalagens de cosméticos, como ocorre na marca Natura, que amplia a autonomia de pessoas com deficiência visual e promove o acesso igualitário a produtos de uso cotidiano. Esses casos demonstram, conforme já apontava RANGEL (2008), que quando reconhecido, o trabalho do designer é capaz de gerar soluções mais democráticas, indo além da estética e impactando a vida coletiva.

Na área da sustentabilidade, a valorização profissional também abre espaço para iniciativas mais responsáveis com o meio ambiente, reafirmando o design como ferramenta de transformação social (RANGEL, 2008; BRAGA, 2011). O investimento em design sustentável se traduz em projetos de embalagens reutilizáveis e refis,

como os desenvolvidos pela Natura, ou em propostas de economia circular, como as voltadas para moda e embalagem.

Esses exemplos mostram que, ao ser respeitado e corretamente remunerado, o designer consegue propor alternativas que equilibram inovação, estética e responsabilidade socioambiental, o que reforça a visão de QUEIROZ (2003) de que o valor do design não deve ser confundido com seu custo imediato, mas entendido em relação ao patrimônio cultural e social que ele gera.

Além disso, o design valorizado impacta diretamente a comunicação pública e o acesso à informação, aspectos fundamentais para a cidadania. As campanhas de vacinação do Sistema Único de Saúde (SUS) ilustram como o design pode contribuir de forma significativa para a conscientização coletiva, utilizando recursos visuais claros e acessíveis que mobilizam a população em prol da saúde pública, como mencionado por BRAGA (2011) ao tratar da função social do design.

Da mesma forma, serviços digitais reformulados com base na experiência do usuário, como ocorre na Nubank, por exemplo, evidenciam a observação de NORMAN (2006), de que um bom projeto de design é capaz de conciliar demandas diversas e, ainda assim, satisfazer a todos os envolvidos. Esses casos comprovam que a valorização da profissão amplia o alcance do design enquanto ferramenta de inovação e melhoria da qualidade de vida, reafirmando seu caráter estratégico e indispensável no mundo contemporâneo.

4. CONCLUSÕES

Esta pesquisa, por meio de uma breve análise, partiu da premissa de que ainda há muito a se pensar a respeito da maneira como o design é visto na sociedade. Em resumo, a valorização da profissão de designer é essencial para garantir o contínuo avanço do campo e maximizar seu potencial para impactar positivamente a sociedade. Observa-se que embora o design tenha um papel social essencial, sua valorização profissional ainda não acompanha essa relevância, o que cria um descompasso que precisa ser enfrentado. Ao reconhecer o papel social do design, é possível promover uma cultura que valorize a criatividade, a inovação e a busca por soluções que melhorem a vida das pessoas, resultando em um design que vai além do clichê projetual.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAGA, M. C. **O papel social do design gráfico:** História, conceitos e atuação profissional. São Paulo: Editora Senac, 2011.

NORMAN, Donald A. **O design do dia a dia.** Tradução de Ana Deiró - Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2006.

RANGEL, Ângela. **Sentidos e direções do design:** um roteiro necessário. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design Gráfico) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2008.

Vários autores. **O valor do design:** guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. São Paulo: Editora Senac, ADG Brasil Associação Dos Designer Gráficos, 2003.