



ISSN 0104-4245

P&D DESIGN 96



AEnD-BR



ANAIS DO P&D DESIGN 96 ESTUDOS EM DESIGN AEnD-BR

AUH 2502
SEMINÁRIO 1

10



Design Gráfico, um conceito em discussão

Edna Lucia Cunha Lima,
Professora Assistente do Departamento de Teoria da
Arte da UFPE

Design & Desenho

A questão do uso da palavra *design* no Brasil tem sido bastante polêmica. Significando o projeto para a produção industrial, o termo vem do inglês, de onde se internacionalizou:

“Design (to design) do latim “designare” - “de” e “signum” (marca, sinal) significa desenvolver, conceber. A expressão design surgiu no século XVIII, na Inglaterra, como tradução do termo italiano “disegno”, mas somente com o progresso da produção industrial e com a criação das “Schools of Design”, é que esta expressão passou a caracterizar uma atividade específica no processo de desenvolvimento de produtos. Atualmente, “industrial design” vale como conceito internacional para desenho industrial ou de produto, “Industrielle Formgebung” (alemão), “esthetique industrielle” (francês), “diseño industrial” (espanhol), “technitscheskaya Estetika” (russo), etc. (BOMFIM, 1995: 3)

As primeiras escolas brasileiras, a exemplo da Escola Superior de Desenho Industrial, ESDI, traduziram *design* por desenho industrial. Cria-se aí uma dubiedade, já que *desenho* é em inglês *drawing*, ou seja o ato de grafar

Research of the definitions about the term graphic design, in Brazil, with an analysis of its uses and consequences.

imagens, enquanto que *design* é mais propriamente projetar. Estas ambiguidades não existem nas línguas que tem os dois termos, tal como o espanhol: diseño e dibujo. Foi sugerido que passássemos a usar o termo deseñador no sentido de *designer*, reservando os correlatos *deseñante* “para aquele que pensa o design” e *deseñismo* para “a filosofia do design”, ressuscitando o arcaico *debuxar* para significar o ato de grafar (GOMES, 1993).

A profissão de *deseñista industrial* é também exercida por técnicos que deseñam as plantas dos projetos, tal como o *deseñista de arquitectura*. Nas discussões que envolvem o reconhecimento da profissão, processo este que vem se arrastando há décadas, a questão de nome dado à profissão tem sido sempre posto em contraste com este problema.

Como uma solução possível, a classe dos profissionais adotou *design* em inglês, e foi assim que a mais recente proposta para reconhecimento da profissão foi submetida ao Congresso Nacional (1993). O uso de um termo em inglês foi, na ocasião, um dos impecilhos para a aprovação da proposta. O outro inconveniente apontado é que *design*, na sua aceção original, pode ser combinado com outras expressões: *hair designer* é o cabelereiro, por exemplo. É *designer*, mas não será o projetista a que nos referimos antes. A vulgarização do termo leva lojas de presentes a se intitularem lojas de *design*, aumentando a confusão ainda mais.

Os argumentos a favor do uso do termo *design* giram em torno da nítida separação entre técnicos (*deseñistas*), e projetistas criadores (*designers*), e ainda no uso internacional do termo. Este é um argumento de peso, especialmente na América Latina, onde os profissionais adotaram diseñador e diseño e nos países europeus e nos Estados Unidos, onde *designer* e *design*, têm sido inequivocamente associados à área.

O outro ponto corresponde à imagem do profissional, que seria beneficiada com a adoção de um título mais contemporâneo. Isso é bastante discutível, e é um argumento que certamente não tentaria profissionais da mesma área no exterior (*architectural design*) que não pensam em deixar suas denominações tradicionais (*arquitecto*).

A adoção desta nomenclatura supõe que *design* signifique o planeamento de produtos para as diversas indústrias, sendo cada tipo de planeamento identificado pela indústria fim: *design industrial* para o projeto de produtos, *design gráfico* para o projeto de produtos gráficos, *design têxtil* para o projeto de tecidos e suas padronagens, *design de moda* para o projeto da indústria da do vestuário, e assim por diante.

Os países de língua espanhola adotam as siglas DI (*diseñador industrial*) e DG (*diseñador gráfico*), como um título após o nome, a exemplo de *PhD* (Doutor em Filosofia), usado na área acadêmica.

No entanto, *design industrial* tem sido visto como sinônimo de *design*. O termo genérico presta-se a um tipo de confusão mais sutil, na qual o *design de produtos* se destaca como a raiz de outros tipos de planejamento. A tendência natural tem sido usar *design* isolado para *design industrial*, tal como Gustavo Bonfim faz, declarando:

Para evitar a repetição desnecessária do adjetivo "industrial" neste trabalho, será utilizado somente a expressão "design" como referência ao processo de configuração de produtos industriais".
(BOMFIM, 1995: 9)

Esta confusão terminológica persistente parece indicar a fraca identidade do setor de *design* a nível profissional no País. Na minha opinião, a consolidação do termo *design* e seus correlatos e sua adoção definitiva são a tendência para a área, e estas questões tendem a se afirmar, se não pela experiência brasileira, pelo menos em reflexo ao estado do problema a nível internacional.

Design Gráfico e Comunicação Visual

A tradição do uso de *Design Gráfico* para designar o projeto de produtos da indústria gráfica, é recente, datando dos últimos anos da década de 1980, quando o termo *design* foi proposto como genérico. No entanto, a expressão *graphic designer* foi cunhada pelo profissional norte-americano William Addison Dwiggins (1880-1956) na década de 20,

estando em uso naquele país desde então (MEGGS, 1992: 187).

As primeiras escolas de *Design*, estabelecidas nos anos 1960, responsáveis pelo batismo da profissão emergente, optaram pelo termo *Comunicação Visual*, sendo o profissional o *comunicador visual*. Quando da projetada adoção de *Design* para denominar os cursos, algumas escolas adotaram *design industrial* para *projeto do produto* e conservaram *comunicação visual* para *design gráfico*. O currículo mínimo dos cursos, aprovado pelo Ministério da Educação, nomeia o genérico de *desenho industrial*, sendo a *programação visual* a área relativa ao projeto de artefatos gráficos. Neste caso o profissional é *desenhista industrial com habilitação em programação visual* ou *programador visual*.

Tem sido repetido que o termo *visual* é mais abrangente, pois refere-se não à tecnologia, mas à percepção. Em uma época em que o ato de projetar é virtual, através dos computadores, e o resultado não será obrigatoriamente impresso (*multimídia, vídeo*), o termo *gráfico* vem perdendo sua força. Em conferência proferida na ESDI, em abril de 1996, Alexandre Wolner escolheu *design visual* como tema, dentro desta tendência.

Países que adotam o termo *graphic design*, como os EUA e a Inglaterra, também oferecem cursos para esta área sob o nome de *Visual Communication* e *Typography*. Na Itália, os

estudos podem ser sob a égide da *Comunicazione Viziva*.

O International Council of Graphic Design, ICOGRADA, em seu comitê para a Educação em Design Gráfico para a América Latina, considerou *design gráfico* e *comunicação visual* como sinônimos (KORN, 1993: 11).

História e conceituação de Design Gráfico

Ao contrário dos textos acadêmicos brasileiros, preocupados em definir *design* antes de tudo, se bem que quase sempre sob a ótica histórica do projeto do produto, a literatura tradicional sobre *design gráfico* geralmente tem esta questão como definitiva, e não discute o termo. O que se discute é quando o *design gráfico* inicia. Outra questão é a abrangência do campo de trabalho do *designer gráfico*.

Estes dois pontos são examinados separadamente, mas discutí-los em conjunto pode ser essencial para um melhor entendimento do que vem a ser o *design gráfico*, e especialmente delimitar o campo de estudos deste tema.

A definição destes limites depende fortemente do que as escolas ensinam e também do que as associações profissionais sancionam como legítimo, pois estas instituições são o núcleo da legitimização dos procedimentos profissionais no Brasil (BOURDIEU, 1993).

Parece-me que há duas posições bastante claras: aquela que integra a história do livro e

da escrita no contínuo da história do design gráfico, e a que considera a existência da área se dá a partir da Revolução Industrial e, conseqüentemente, de seu ensino em escolas como a Bauhaus e Ulm.

Para os partidários do primeiro ponto de vista, é o objeto gráfico ou visual que é o centro do estudo, considerando-se as condições culturais e tecnológicas que levaram à sua concepção em um determinado momento histórico. Portanto, é uma história do *design* que compreende os aspectos culturais, tecnológicos e estéticos a partir dos resultados, e não dos sujeitos que elaboraram os objetos.

A adoção da expressão não representa uma uniformização do que vem a ser o campo de trabalho. No exterior, o *designer gráfico* trabalha em publicidade, e é formado para isso. Pode-se afirmar que apenas nos últimos cinco anos este assunto vem sendo tratado, timidamente, em algumas escolas brasileiras, sem que constitua o âmago do ensino. As principais restrições são de ordem ideológica: o discurso do *design* opõe *informar* a *persuadir*, cabendo ao *designer* *informar* e ao publicitário *persuadir*. A mudança, ou mesmo guinada para este campo, tem defensores atualmente que não podem ser acusados de reacionarismo. Um deles é o designer Gui Bonsiepe, que aconselha:

Se um país está submetido a um processo de debilitação das indústrias locais, os

programas de ensino poderiam concentrar-se no design gráfico, para satisfazer a demanda por profissionais nos serviços de publicidade e de marketing. (BONSIEPE, 1993: 8-23)

O *design de tipos* é outro setor que o ensino brasileiro deixou de lado, por falta de tradição industrial do setor no país. Mas para o *design do tipo*, o estudo das matrizes históricas faz parte da metodologia de criação de tipos, conhecimento insubstituível para o redesenho de formas tradicionais, mesmo quando se trata de empresas que lidam com tecnologia de ponta. A grande motivação para o estudo histórico é sua aplicação em desenhos para a produção industrial de fontes, e se renova a cada mudança tecnológica no setor. O projeto DIDOT, Digitising and Designing of Type, lançado pela Comunidade Européia em 1990, tem por finalidade estudar a tipografia digital com fins de estabelecer um centro de excelência para o design de tipos na região. É a mais ambiciosa e atual iniciativa no gênero, partindo do ponto de vista do design do tipo, visto como uma evolução da história da escrita até o tipo romano atual. (SOUTHALL, 1994). Não existe no Brasil uma experiência significativa deste tipo de design, assim como não há fundidoras ou type houses importantes no país. Somos usuários de tipos criados no exterior, pagando royalties por soluções formais de existência secular, e que nos países centrais são reeditados a cada mudança tecnológica, há mais de três séculos.

Com o estudo do tipo vem o da escrita e o do livro. Pode-se perguntar por que não se estudou melhor o livro no âmbito da universidade? Quando as instituições de ensino se estabeleceram no país, o design editorial se encontrava em crise (ESCOREL, 1974), mas o quadro modificou-se em grande parte devido à ação dos *designers gráficos*.

Acredito que, dentro do ponto de vista modernista, poderia parecer que estudar a história do *design do livro* levaria à adoção de um projeto gráfico tradicionalista, "acadêmico". Ou então que viesse a desmontar uma visão hegemônica de design, que Washington Dias Lessa expõe com clareza:

O design moderno surge como tentativa de unificação das atividades projetuais das várias áreas de produção, e tendencialmente elege a área de design de produto como modelo conceitual privilegiado de visão do mundo.
(LESSA, 1996: 44)

É esta idéia que leva à segunda atitude, que é a de só reconhecer a existência de *design gráfico* a partir deste esforço unificador, ou seja de que todos os *designs* só podem existir quando o *design* principal ganha forma. Com isso, elegia-se como legítimo o método que segue o do design do produto, mesmo que, em suas particularidades, não se aplique ao objeto gráfico projetado.

O *designer gráfico* mal percebe que há contraste entre a metodologia aplicável ao projeto de identidades visuais, por exemplo, cuja relação entre comércio/indústria é mais próxima dos projetos de produtos, e aquela usada no projeto editorial de livros, revistas e jornais, que obedece a imperativos que apenas superficialmente podem ser comparáveis.

Mudanças no campo e no conceito de design gráfico

Nos trinta anos que se seguem ao momento de implantação do design como disciplina universitária no País, podemos verificar que o *design gráfico* ganhou um certo corpo, capaz de reunir a produção brasileira em número especial da revista americana *Print*, tendo os escritórios de profissionais sido objeto de duas edições da revista *Design & Interiores*, atual *Projeto e Design*. Entre os eventos que mostram o que se faz na área, temos a destacar a Bienal promovida pela Associação de Designers Gráficos, ADG, com sede em São Paulo.

Por outro lado, é este o nicho profissional que foi mais duramente atingido pela concorrência do amador interessado em computadores, criando um novo campo de conflitos conceituais entre a informática e o design. Chegaram também à área, os cursos técnicos de design gráfico, como o oferecido pelo SESC-Rio, trazendo para dentro da área gráfica, os velhos problemas de delimitação profissional que o designer e o desenhista industrial enfrentam.

Estendeu-se, no entanto, o estudo a um nível de pós-graduação, com a criação de um Mestrado em Design na PUC-Rio. Antes de tal curso, estudantes brasileiros tornaram-se mestres e doutores no exterior e no país, quase sempre em áreas afins. Apesar de vários planos neste sentido, não há um doutorado em Design no Brasil.

Revistas de divulgação como *Projeto e Design*, e revistas acadêmicas como *Estudos em Design*, publicação oficial da AEnD-BR, Associação Brasileira de Ensino de Design, mostram a trajetória do *design* em geral para uma melhor consolidação institucional.

Os estudos históricos, suscitados pela demanda acadêmica, embora ainda em quantidade insuficiente, vêm trazendo novos parâmetros para balizar esta questão terminológica a partir de posicionamentos teóricos, ao estudar o design que não é produzido diretamente pelos detentores de diplomas universitários das numerosas escolas brasileiras. Com isso, cria-se uma rede de investigações científicas em torno do design sem os compromissos corporativos das associações de classe, e até mesmo realizadas por quem não pertence à classe profissional.

Como um exemplo desta atitude, temos o trabalho recente de Maria Cecília Loschiavo dos Santos, um dos mais importantes na área, que, para considerar o moderno design brasileiro de móveis, recorre inicialmente à herança

colonial, acompanhando seu desenvolvimento até a produção contemporânea, essa sim dominada por designers e arquitetos diplomados. A pesquisadora, vinda de uma formação em filosofia, especializou-se em design via estudos da cultura material no Brasil, trazendo sua experiência da área das ciências sociais para estudar o design no País (SANTOS, 1995).

No caso do design gráfico, a impossibilidade de se estudar o assunto brasileiro tomando unicamente a vertente da introdução da disciplina no país pelo seu ensino, ou seja Bauhaus/Ulm/ESDI, já constatada no exemplo anterior, fica clara no discurso de um Esdiano como Washington Lessa, que reconhece que para entender o projeto gráfico inovador do Jornal do Brasil, objeto de uma monografia de sua autoria, foi necessário considerar os condicionantes que a indústria jornalística e o conteúdo editorial trazem para a configuração visual do periódico. Para ele, ao estudar o design moderno no Brasil, foi preciso recuar no tempo (antes das primeiras turmas formadas em desenho industrial), e sair dos limites estreitos de design feito por designers, legitimando o projeto realizado por jornalistas e artistas plásticos como *design gráfico* (LESSA, 1995).

Para os historiadores de design, este limite histórico, com o design brasileiro iniciando nos anos 1960, é visto como um efeito local do eurocentrismo:

No caso brasileiro assim como no latino americano, a falta de reconhecimento do design no nosso passado, por parte dos designers, faz com que deixemos de ter uma história própria e fiquemos atrelados à uma história européia, expostos a todos os perigos de uma análise decorrente desse fato. É comum se ouvir dizer que o design é fruto da Bauhaus e que ele só chega ao Brasil depois da segunda guerra mundial. Com essa frase simples e curta, o design brasileiro perde cerca de quatrocentos anos de história. Uma história que, pelo menos durante o século XIX e primeira metade do século XX se mostra bastante rica, quando se começa a pesquisá-la. (LIMA, G. C., 1995)

Estas contribuições vêm enriquecer o discurso do design com outras reflexões, que vão modificando a explicação dualista que domina o campo desde 1960 até meados da década de 1980, exemplificada pelo seguinte texto, distribuído em cartaz pelo NDI, Núcleo de Desenho Industrial do Centro das Indústrias de São Paulo, em que se explica o que é um desenhista industrial ou designer:

É o responsável pelo projeto da forma do produto industrial, seja pela forma tridimensional dos objetos e equipamentos de uso (que abrange, por exemplo, desde um botão, até o equipamento urbano- campo da especialização "Desenho de Produto"), seja da forma bidimensional das imagens

e veículos de comunicação (que abrange, por exemplo, desde um selo, até a sinalização urbana - campo de especialização "Programação Visual"). (REDIG, 1979)

Este texto representa o pensamento dominante no momento da aprovação da nova carreira universitária pelas autoridades federais de educação, mas que hoje, face a uma diversidade maior de designs (fashion, têxtil, decoração, ecológico, editorial, informacional) que aos poucos vão ganhando o espaço institucional das universidades, se mostra insuficiente para atender às demandas tecnológicas e culturais do mercado de trabalho e de pesquisa.

Se as fronteiras com o passado se abrem, também as definições do design gráfico para o futuro estão sendo discutidas.

Para Gui Bonsiepe, o conceito tradicional de designer gráfico o confina a um papel de **visualizador**, o que não mais corresponde às necessidades sociais da sociedade informatizada. Cabe ao profissional então colocar-se como um *designer de informações*, ou *info-designer*, que deve se aproximar das tarefas de comunicação com a perspectiva de "organizar informações com o fim de comunicação efetiva nos mais diversos domínios, desde o ensino até a diversão." Deve ser capaz, não só de realizar os projetos gráficos tradicionais para impressão, como também de atuar em um novo grupo de "artefatos projetuais", diretamente relacionados com o computador: design

de interfaces gráficas para softwares, mídias para formação, instrução e diversão e de meios audio-visuais em geral (BONSIEPE, 1993: 6-18).

Conclusão

Estas reflexões, tanto a respeito da herança recebida pelo moderno design gráfico brasileiro, quanto às que indagam o rumo que a profissão tomará neste fim de milênio, levam claramente a um novo modelo de profissional e de ensino, e a uma concepção do campo que se distancia da visão dualista de décadas passadas. O *design gráfico* está em processo de transformação, recebendo a carga de conhecimentos gerados na área de pesquisa, e adaptando-se às demandas tecnológicas que as mídias eletrônicas trouxeram. As definições que foram operativas para o estabelecimento da área no País não mais correspondem à realidade atual e às projeções futuras, ao mesmo tempo em sofrem a crítica da história.

A tendência é compreender o *design* em si como um processo de projeção, multidisciplinar, que trabalha com sistemas. Esta multidisciplinaridade se dá, inclusive, entre os diversos tipos de design. O *design gráfico*, por sua vez, não pode mais se ater à separação informação/persuasão como definidor de seu papel no campo profissional, reconhecendo que estas funções estão presentes em toda comunicação, sendo, sobretudo, uma questão de ênfase. Isto abre as portas para uma reavaliação das relações com a publicidade e o

marketing, com conseqüências no perfil do profissional formado pelas escolas e atuante no mercado.

Do meu ponto de vista, estas visões favorecem a formação de um campo teórico próprio e procuram direcionar a prática profissional para novas áreas, nas quais as antigas distinções entre bi e tridimensional se dissolvem, como se dissolve a fisicalidade dos objetos. Para o design virtual, altura, largura e profundidade são problemas representacionais. Estamos, talvez, diante de um impacto da mesma intensidade que aquele que as artes plásticas sofreram com o advento da fotografia, e que certamente transformará o design gráfico para sempre.

Resumo

Levantamento das definições e usos da nomenclatura design gráfico, no Brasil, analisando o seu emprego na bibliografia corrente e suas conseqüências.

Palavras-chave: design, design gráfico, crítica.

Bibliografia

- BOMFIM, Gustavo Amarante *Idéias e Formas na História do Design: uma investigação estética*. Campina Grande, Universidade Federal da Paraíba, 1995, datilografado.
- BONSIEPE, Gui. *Las Siete Columnas del Diseño*. México, UAM-Azcapotzalco, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*, São Paulo, Perspectiva, 1992.
- SCOREL, Ana Luíza. *Brochura brasileira, objeto sem projeto*. Rio de Janeiro, José Olympio, 1974
- GOMES, Luis Vidal de Negreiros. *Para uma filosofia do desenho ou desenhismo*. Recife, Editora Universitária da UFPE, 1993.

KORN, José (Coord.) *La enseñanza del diseño gráfico reconsiderada: hacia un modelo básico de educación*. Santiago do Chile, ICOGRADA, Universidade do Pacífico, 1993.

LESSA, Washington Dias. *Dois Estudos de Comunicação Visual*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1995.

LIMA, Edna Lucia Cunha "Sobre Design e Designers", *Estudos em Design*, v.2, n.2, nov 1994, Anais P&D, pp V21-27

LIMA, Guilherme Cunha "Design: universal e regional." Rio de Janeiro, Anais do V Encontro Brasileiro das Escolas de Design, AEnD-BR/ Faculdade Carioca, Rio de Janeiro, 1995, pp 2-5.

MEGGS, Phillip. *A History of Graphic Design*. New York, Van Nostrand, 1992

REDIG, Joaquim. *Design. Produto. Mercado*. São Paulo, NDI/FIESP, 1979

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo. *Móvel Moderno no Brasil*. São Paulo, Nobel/ EDUSP/FAPESP, 1995

SOUTHALL, Richard. "DIDOT curriculum introduction" in Dyson, Mary (ed.) *Teaching Eletronic Publishing*, Damstadt, 1995, p. 5-16.