

Debate | Design é uma arte ou uma ciência social

Ficha técnica

Membros do Grupo:

Rita Machado Evtuchenko (201905944)
Joana Gonçalves Duarte de Sá (201906079)
Mara Rafaela Ferreira Andrade (201905123)
Maria da Silva Pereira (201904461)

Moderador:

Yéssica Gonçalves (up2019040956)

Subgrupo A:

Rita Machado Evtuchenko
Joana Gonçalves Duarte de Sá

Subgrupo B:

Mara Rafaela Ferreira Andrade
Maria da Silva Pereira

Tempo de debate:

Parte 1:

- a) 5 minutos
- b) 4 minutos
- c) 2 minutos

Parte 2:

- a) 6 minutos
 - b) 3 minutos
 - c) 4 minutos
-

Parte 1 - DESIGN GRÁFICO É UMA ARTE

A)

Acreditamos que a estética se sobrepõe a qualquer outra importância num projeto de design. O projeto deve ser apelativo visualmente, acima de qualquer outra coisa. O belo equivale a sucesso gráfico.

Nesta área do design, a estética é muito mais importante do que a mensagem que transmite, ou seja, a estética em si já é o meio transmissor. Quanto mais visualmente apelativo o projeto seja, mais público alvo atrai. O designer tem de ser um artista visual. O design está sempre de mãos dadas com a estética, enfatizando novamente a sua importância e prioridade. Quanto mais "aesthetically pleasing" for o trabalho, mais

público alcança, logo, mais rápido se torna num produto de qualidade. O objetivo do designer é de produzir arte clara e objetiva, artística, visualmente apelativa e chamativa. O designer não é apenas um produtor de comunicação visual. A modificação de atitudes/hábitos/compra de produtos (advertising design, etc) é o principal objetivo de um designer. Por exemplo, a qualidade de um anúncio para parar de fumar é dada de acordo com o número de pessoas que deixam de fumar. O sentido estético de anúncios como este faz toda a diferença uma vez que quanto mais apelativo, mais atenção capta e maior é o público que abrange.

A visão é, de facto, o sentido mais apurado do Homem, logo, é o que é mais fortemente estimulado, e sendo um projeto de design chamativo visualmente, este captará a atenção e os olhares do público muito mais facilmente.

B)

Apesar do resultado final do Design e em todo o seu processo, a estética, a imagem apelativa, a beleza e a sua componente aprazível ser essencial para um produto que atraia o público continuaria a ser impossível esta ser a preocupação primária na produção de qualquer produto. Se este não for legível e eficiente na sua comunicação, o seu público nunca a iria compreender, deixando assim de lado todo o objetivo do design: a mudança e o impacto no lifestyle. É necessário todo um estudo da informação, comunicação e semiótica para corresponder àquilo que o público precisa de saber/ver/absorver para haver impacto. Esta arte e esta estética utilizada necessitam de ser extremamente pensadas e racionalizadas de acordo com o que cada cliente deseja que a sua audiência veja.

Com isto, apesar desta ser importante, nunca poderia ser totalmente livre, dependendo de inúmeros factores que seriam estudados de acordo com as ciências humanas e tudo o que as envolve.

Por exemplo, o facto de todas as cadeias de fast food utilizarem cores como o vermelho e o amarelo não depende apenas da sua estética ou simplesmente porque é bonito. Teve de haver um estudo prévio sobre o porquê destas cores atraírem o seu público e lhes suscitar um sentimento de fome.

Assim, todo o lado emocional e comunicativo recai para uma ciência estudada e racionalizada, sendo que por esse motivo, a estética só poderá vir depois.

C)

Por último, pensamos que a estética é um elementantíssimo na realização de qualquer projeto de design. É certo que deve ter-se em atenção o seu uso, para que é destinado, no entanto, o que vai captar a sua atenção é o seu sentido estético. É portanto, o sentido tipográfico, cromático, iconográfico, entre outros que nos capta a atenção e que nos faz tomar o produto de design e, só depois entender o seu conteúdo.

Assim, em primeiro lugar num exercício de design, para a captação de informação, em primeiro lugar, está a captação estética.

Parte 2 - DESIGN É UMA CIÊNCIA SOCIAL

Parte 2 - DESIGN É UMA CIÊNCIA SOCIAL

A)

O design gira à volta do que dá origem à sua problemática: o impacto e as mudanças que tem sobre toda uma audiência. A questão que se enfrenta é: qual a principal base sobre o processo e o resultado final do produto? A nossa resposta é as Ciências humanas.

Deste modo, entendemos que qualquer projeto de um designer tem de ter a consciência da responsabilidade social que tem sobre a comunicação com todos, isto é, ter consciência do papel de influenciar e mudar hábitos, uma vez que organiza a comunicação visual eficiente de uma sociedade.

Logo, a componente racional e todo um estudo social, envolvendo psicologias e ciências humanas é a primeira etapa para qualquer setor do Design. Esta obtém resultados como a legibilidade e clareza necessárias à compreensão do seu público, sendo assim objetiva e não podendo confiar totalmente nas regras intuitivas da arte, pois é necessária uma conjugação equilibrada entre a qualidade estética e apelativa e o racional, sendo que a estética fica para segundo plano no planeamento de um produto.

Por exemplo, a sinalização, sendo uma das responsabilidades do Design, é totalmente dependente da sua legibilidade, clareza e compreensão, para que todo um grupo de pessoas consiga entender o que esta representa. Assim, a sua estética e beleza nunca representarão a principal preocupação de um designer.

Parte 2 - DESIGN É UMA CIÊNCIA SOCIAL

B)

Conseguimos compreender o ponto de vista científico social; no entanto, não concordamos na íntegra. Quanto ao argumento da estética ser uma "componente secundária" está-se a pôr de lado o impacto essencial da arte no design gráfico, pois este, sem qualquer dúvida, lidera inteiramente um projeto.

A mensagem é, de facto, um fator importante na avaliação de um produto de design; todavia, só o sentido estético consegue captar a atenção da mensagem. Daí que, primeiro que a mensagem, esteja o seu carácter apelativo ou que chame mais atenção, por exemplo, a nível de tipografia, a nível cromático, etc.

A componente artística num designer é, também, essencial na resolução dos produtos. O sentido estético de um produto ou da sua boa realização estética/artística é um dos fatores mais importantes para o seu sucesso, e por isso esta deveria ser a primeira etapa para a criação de um bom projeto.

Achamos também que a beleza é o fator mais importante num projeto gráfico: sem esta atratividade, como é que se vai chamar a atenção dos clientes? E é também através da arte que se faz a maior parte da comunicação, a mais essencial. A arte fala para o público alvo, às vezes quase grita com ele, mexe com ele e afeta quem o vê. O impacto da arte no design é imensurável. A primeira coisa que um observador vai captar é o visual, é o mais imediato, impactante, direto.

Parte 2 - DESIGN É UMA ARTE: ARGUMENTO FINAL

C)

Insistindo de novo no fator da mensagem e da sua comunicação eficiente, a arte não seria capaz de resolver esse problema sozinha uma vez que esta recai sobre atitudes mais intuitivas que entendem apenas a beleza e não a funcionalidade do que é exposto e criado. Não tendo em conta a funcionalidade e os estudos prévios do porquê de se utilizarem certas estéticas (cores, imagens, tipografia, etc), quando se chegasse à etapa das ciências sociais e de como esta funcionaria em sociedade, teria de haver um retrocesso no processo do produto para que a estética correspondesse à eficiência e clareza, que é indispensável.

Deste modo, os estudos são uma mais valia para que o lado visual seja ainda mais impactante.

Conclusão

Depois deste debate chegámos á conclusão que ambas opiniões são válidas, sendo de naturezas diferentes. Tanto o lado artístico, tanto como o meio da comunicação são fundamentais para um projeto de design gráfico de sucesso.