

17. DESIGN – CONCEITOS

A história do conceito de design

Hoje, a palavra “design” entrou em moda e seu emprego passa por uma fase francamente inflacionária. Como um curinga, ela é usada nas mais diversas situações, com uma gama de significados que pode ser ampliada de forma aparentemente ilimitada. Isso também se aplica, pelo menos em parte, ao contexto da designação profissional. A profissão de designer não é protegida. Qualquer pessoa que projeta algo pode se autodenominar designer.

O conceito, porém, possui uma longa história: etimologicamente, a palavra “design” provém do italiano *disegno*. No Renascimento, o termo *disegno interno* significava o esboço de uma obra de arte a ser realizada, o projeto, o desenho e, de uma forma bem genérica, a ideia em que se baseava um trabalho. Já *disegno esterno* significava a obra executada. O termo “design” é mencionado no *Oxford English Dictionary* pela primeira vez no ano de 1588, como um plano elaborado por uma pessoa ou um esquema de algo a ser realizado, além de um primeiro esboço para uma obra de arte (ou) um objeto de arte aplicada, necessário para a realização de uma obra.¹ Já aqui ocorre a divisão do conceito em processo e resultado.

No século XIX, quando começaram a ser projetados objetos para a fabricação industrial, iniciaram-se também nos países de língua alemã discussões, que se estenderam até recentemente, sobre a designação do novo fenômeno. Tratava-se, em sua maior parte, da sua distinção, de um lado, perante a arte, e, de outro, perante o artesanato ou as chamadas “artes e ofícios”. Foram propostos termos como *technische Künste* [artes técnicas] (Gottfried Semper) ou *industrielle Künste* [artes industriais]. Após 1865, começaram a aparecer na literatura especializada os conceitos *Kunstgewerbe* [artes aplicadas à indústria],

¹ Bernhard Bürdek, *Design*, p. 16

Kunsth Handwerk [artes e ofícios] e *Kunstindustrie* [indústria artística]. Com os conceitos *Werkkunst* [arte fabril], *angewandter Kunst* [arte aplicada] e *dekorativer Kunst* [arte decorativa], a profissão que se expandia cada vez mais tentava definir suas atividades.

No século XX, o termo “design”, a partir do inglês, somente entrou em uso na Alemanha após a Segunda Guerra Mundial, e na Suíça, somente na década de 1960. Antes disso, nos países de língua alemã e, sobretudo, nos círculos ligados à *Werkbund*, ele era usado como sinônimo de *styling*, com o sentido pejorativo de medida cosmética de marketing.

Soluções paliativas nesse período foram os termos *industrieller Formgebung* [conformação de produtos industriais] ou *Industrie-Entwurf* [projeto industrial] ou *Industrie-Formgestaltung* [configuração de produtos industriais] ou simplesmente *Gestaltung* [criação/configuração de produtos]. Na década de 1970, a palavra “design” impôs-se definitivamente também nos países de língua alemã. Os grupos de design de prestígio internacional, como Alchimia e Memphis, foram responsáveis pela difusão do termo para designar a configuração de produtos. No espaço de língua francesa, as disciplinas da configuração de objetos de uso cotidiano chamavam-se e ainda se chamam *arts décoratifs*, e o profissional, *dessinateur*. Mas também no francês a palavra inglesa “design” vem se impondo paulatinamente.

Com o crescimento acelerado da comunicação visual, o termo foi sendo tacitamente estendido nas últimas décadas do século XX também para o projeto e a execução de produtos gráficos, portanto, para as antigas artes gráficas aplicadas ou publicitárias (cf. a seção “Design gráfico”).

Hoje, nos meios especializados, há um descontentamento com o uso inflacionário do conceito. E sobretudo para escapar à restrição dominante à pura designação de objetos, Gui Bonsiepe, por exemplo, propõe para a língua alemã os termos *Entwerfen* e *EntwerferIn* [projeto e projetista]. Para o francês, Alain Findeli pôs em discussão os termos *projet* e *projecteur*.²

Definições de design

Hoje não é possível uma definição precisa e unitária do conceito, o que está relacionado às seguintes circunstâncias: 1. A palavra “design” possui, como foi demonstrado, uma longa história; seu significado se alterou do Renascimento aos nossos dias. 2. O âmbito de aplicação do design vem sendo ampliado constantemente. Se no início existia design apenas para as formas de objetos palpáveis, hoje ele se aplica a

programas de computador, processos, formas de organização e serviços, formas de apresentação de empresas (design corporativo) ou pessoas.

3. A palavra "design" nomeia diferentes situações: ela pode remeter a um procedimento (o ato ou a atividade de projetar), ao resultado desse processo (um design, um esboço, um plano ou modelo) ou a produtos que foram gerados por meio de um design (design de objetos). Além disso, processos podem ser comunicados de forma adequada através de design (sinalética etc.) e a palavra pode designar o aspecto visual ou o projeto global de um produto (o design de um vestido etc.).

Design é orientação: uma tentativa de definição

1. "Todas as pessoas são designers. Tudo o que fazemos, em sua maior parte, está relacionado ao design, pois ele constitui a base da criação humana. O planejamento e a execução de qualquer atividade em função de um objetivo desejado e previsível embasam o processo de design."³ O design é (como a linguagem) um "modo fundamental da ação humana".⁴

2. O design conforma objetos.

O design *traduz* em *signos* as *funções* de caráter pragmático, semântico e afetivo de um objeto de uso, de forma que eles sejam entendidos pelos usuários numa interpretação congenial. O objetivo do design é tornar um objeto "visível" e "legível", e assim possibilitar comunicação. Design é *transformação*. O design contribui para que objetos e imagens tenham um efeito duradouro sobre os receptores. O design tem *poder de interpretação*.

3. O design conforma mensagens.

O design cria entendimento visual no processo de interação entre atores humanos individuais e coletivos, de forma a tornar possível a comunicação. Design é *orientação*.⁵

Resumo

Design é a visualização criativa e sistemática dos processos de interação e das mensagens de diferentes atores sociais; é a visualização criativa e sistemática das diferentes funções de objetos de uso e sua adequação às necessidades dos usuários ou aos efeitos sobre os receptores.

² Gui Bonsiepe e Alain Findeli no primeiro Simpósio sobre Pesquisa em Design da Swiss Design Network (SDN), de 13/5/2004 em Basileia, Zurique, 2005 (www.swissdesign-network.org).

³ V. Papanek, citado a partir de: John Walker, *Designgeschichte*, p. 44.

⁴ Cordula Meier, *Designtheorie. Beiträge zu einer Disziplin*, Frankfurt a. M., 2003, p. 12.

⁵ *Idem*.

Funções do design

Em princípio, qualquer objeto, pelas mais diversas razões, pode ser significativo para um ser humano. Por essa razão, o design de objetos industriais de uso cotidiano sempre cumpriu diferentes funções. Ele preenche não apenas funções prático-técnicas, mas também toda uma gama de funções estéticas e simbólicas. "Produtos novos, por exemplo, devem se harmonizar com o que é familiar e se integrar ao estilo de vida dos usuários. Por meio dos objetos, cria-se ordem; eles melhoram o proveito que se pode tirar do seu uso e possibilitam a identificação com o meio social e os ideais da comunidade."⁶

Funções prático-técnicas

Essas funções referem-se à manuseabilidade, durabilidade, confiabilidade, segurança, qualidade técnica, ergonomia e valor ecológico. Na linguagem comum, costuma-se aludir às funções prático-técnicas de um objeto com o adjetivo "funcional".⁷ Essas funções podem ser indicadas e avaliadas de forma racional e relativamente precisa.

Funções estéticas

Essas funções são forma, cor, material e superfície, que constituem um objeto de uso em seu aspecto formal. Elas são os "signos", que tornam um objeto de uso "legível" e dão indicações visuais para o uso. Se um desses signos não agradar ao usuário, por mais prático que seja, o objeto dificilmente terá uma chance. As funções estéticas são emocionais e subjetivas, portanto, dependentes do gosto dos usuários. Este, por sua vez, é determinado por diversos fatores: as preferências estéticas, a classe social e a culturalização, a nacionalidade, o sexo, a idade e o hábito (cf. capítulo 20).⁸ As funções estéticas oferecem uma ampla margem de interpretação nas diferentes situações. Por isso, elas não podem ser indicadas e avaliadas de forma precisa.

Funções simbólicas

Os significados codificados de um objeto de uso que são transmitidos pelo proprietário às pessoas de seu convívio são chamados de funções simbólicas. "Através da escolha do que possui ou também de que coisas não possui, o ser humano (sobretudo nas sociedades de consumo, B.S.) fornece continuamente a outros seres humanos sinais

que estes decodificam. No plano cultural, ele segue determinadas tradições e rituais (p. ex., forma de se alimentar e costumes à mesa). No plano social, trata-se de identidade grupal e de status, e, no plano individual, de vínculo afetivo com objetos.”⁹ O design fornece, como linguagem de produto, informações sobre os mais diversos estilos e filosofias de vida. O design de produto pode, portanto, tornar-se símbolo de uma atitude perante a vida, a que seu proprietário confere expressão e que é percebida e interpretada pelos seus semelhantes de forma análoga. Na medida em que podem representar estilos de vida e suas delimitações ou contribuir para a formação de identidades, os produtos tornaram-se artigos de consumo com valor cultural agregado. Através da expressão de valores coletivos, eles não apenas possibilitam integração social, mas também diferenciações e classificações.

As funções simbólicas podem ser indicadas e analisadas, sendo necessário partir, em cada caso, da situação particular do proprietário de um objeto de uso. As funções simbólicas de um objeto podem ser totalmente diferentes para cada sujeito, de acordo com as condições individuais.

Numa avaliação detalhada de um objeto de uso, é preciso ter em mente que a grande maioria de suas funções não é constituída pelas prático-técnicas, mas pelas estéticas e simbólicas.¹⁰ Na história do design, até a década de 1980, quando se falava da “função” de um objeto de uso, pensava-se quase exclusivamente em praticidade, viabilidade econômica, segurança e funcionalidade técnica. Nas décadas de 1960 e de 1970, esse “funcionalismo” unilateral, que quase não se preocupava com a função simbólica, foi questionado de forma radical (cf. capítulo 12).

6. Marion Godau, *Produktdesign*, Basileia, 2003, p. 20.

7. *Idem*, p. 22 e 29.

8. *Idem*, p. 25.

9. *Idem*, p. 26 s.

10. *Idem*, p. 29.