

# **Uma reflexão histórico-teórica da necessidade de um pensamento metodológico e crítico no Design Gráfico**

*A historical-theoretical reflection on the need of a methodological and critical thinking in Graphic Design*

Heinrich, Fabiana O.; BA; Universidade Federal de Pelotas  
[fabianaheinrich@gmail.com](mailto:fabianaheinrich@gmail.com)

Brito, Andréia B. de; Dra; Universidade Federal de Pelotas  
[andrea\\_brito@ufpel.tche.br](mailto:andrea_brito@ufpel.tche.br)

## **Resumo**

Este artigo visa desenvolver uma reflexão acerca da atual posição do Design Gráfico como área do conhecimento e prática profissional. A partir de elucidações sociohistóricas, socioteóricas e socioprofissionais, busca-se propor um posicionamento profissional mais pontual, embasado em abordagem metodológica e crítica.

**Palavras Chave:** Design Gráfico, Teoria, Crítica.

## **Abstract**

*This paper aims to reflect on the current Graphic Design position as a study field and professional practice. From social-historical, social-theoretical and social-professional elucidations, the study proposes a more accurate professional position, based on methodological and critical aspects.*

**Keywords:** *Graphic Design, Theory, Criticism.*

**Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

## **A atual posição do Design Gráfico**

O estudo propõe uma contextualização sociohistórica, socioteórica e socioprofissional da atual situação do Design Gráfico a partir de sua posição como prática profissional e área do conhecimento a fim de elucidar a maneira como ele é hoje visto e trabalhado e propor um posicionamento profissional mais pontual a partir de uma abordagem metodológica e crítica.

Definido basicamente como uma atividade de “solucionar problemas de comunicação visual” (Rand *apud* Poynor, 1998, p. 15), o Design Gráfico, para tal função, sempre lançou mão de atributos visuais e conceituais que são (ou deveriam ser) ordenados metodologicamente quando desenvolvidos.

Contudo, face ao seu caráter social, à sua estreita ligação com as mudanças de pensamento e atitude das sociedades – o Design Gráfico tem sua gênese na necessidade de comunicar algo a alguém e, por isso, tem suas bases teóricas e desenvolvimento histórico análogos às mudanças ocorridas na sociedade e aos objetos determinantes desta, como, por exemplo, a tecnologia – observa-se que muitos métodos antes utilizados transformaram-se ou até mesmo tornaram-se obsoletos de acordo com modificações ocorridas.

Tal fato, assim como qualquer mudança, apresenta aspectos positivos e negativos: se de um lado temos, hoje, a possibilidade de experimentar e inovar esteticamente graças à supracitada tecnologia, de outro, temos uma supervalorização desta, um culto estético exacerbado em detrimento de princípios básicos comunicacionais do Design Gráfico. Por vezes uma peça atual de Design Gráfico acaba sendo ineficaz pois não foi projetada nem conceitualmente nem esteticamente de acordo com a necessidade do seu público, mas sim (e somente) de acordo com a visualidade vigente no momento.

Para que tal erro não continue sendo cometido, torna-se imprescindível discorrer sobre os aspectos históricos, teóricos e práticos do Design Gráfico atual, a fim de proporcionar um melhor entendimento do que hoje ocorre e das mudanças necessárias para que tal situação mude. Para o desenvolvimento deste estudo fez-se pesquisa e estudo bibliográfico, os quais propiciaram informações que, após terem sido analisadas e relacionadas, embasaram a construção do texto.

## **O Design Gráfico atual e sua posição histórico-teórica**

É fato que o Design Gráfico configura-se uma profissão e disciplina ligada à evolução social, afinal, ele reflete em suas formas visuais e conteúdos teóricos e comunicacionais questões referentes à condição humana. Porém, nem todo produto cultural ou atividade ligada ao pensamento criativo, à ordenação de elementos visuais e ao desenvolvimento de peças comunicacionais é Design Gráfico.

Para o surgimento do que hoje se configura a profissão e a disciplina que conhecemos, um contexto econômico e social teve de existir. Segundo Villas-Boas (1998, p. 138):

Uma revisão histórica demonstra que o Design Gráfico nasceu das experiências estéticas das vanguardas [modernas] históricas, embora possa constatar-se a

ocorrência anterior [ao Modernismo] de artefatos igualmente produzidos graficamente. Estes impressos, no entanto, não tinham ainda uma conformação que atendesse às características funcionais-subjetivas e metodológicas próprias do Design Gráfico.

Ao se observar que o Design Gráfico surge no âmbito visual e conceitual das vanguardas modernas, não é de se estranhar a posição que ele toma, hoje, em termos de visualidade e conceituação teórica, quando a estética e os princípios modernos deram lugar à estética e aos princípios pós-modernos. Assim como o Design Gráfico teve sua gênese profissional e disciplinar na modernidade e apresentou características desta, sendo até mesmo estas os cânones que regeram por muito tempo a sua prática, também hoje ele se apresenta em sintonia estética e teórica com a pós-modernidade.

Poynor (2003, p. 12) dá-nos uma definição do que pode ser o Design Gráfico pós-moderno:

Como muitos críticos culturais notaram, os produtos da cultura pós-moderna costumam ser reconhecidos por características como fragmentação, impureza de formas, falta de profundidade, indeterminismo, intertextualidade, pluralismo, ecletismo e um retorno ao vernacular. (...) O objeto pós-moderno “problematiza” o significado, oferecendo múltiplos pontos de acesso e tornando-o mais suscetível à possibilidade de variadas interpretações.

Assim, diante de um paradigma estético e conceitual que não mais requer uma ordenação norteadora para o desenvolvimento de peças de Design Gráfico, observa-se cada vez mais a proliferação de peças nas quais a forma como o conteúdo é apresentado não necessita mais ser direta e clara. Através da decodificação da mensagem em sua essência e em sua visualidade, o espectro de possibilidades de uso da cor, da tipografia, da imagem e da composição torna-se eterno, tornando o jogo compositivo mais plural porém, ao mesmo tempo, mais suscetível a combinações errôneas. Logo, a falta de uma prática ordenada e de uma visão crítica pode comprometer a mensagem veiculada.

## **O Design Gráfico atual e sua posição prática**

Atualmente, a demanda por trabalhos de Design Gráfico é crescente: numa sociedade em que a informação visual tem papel central, a procura por serviços que constroem identidades e discursos visuais torna-se cada vez mais evidente. Assim, tanto a oferta quando a procura por melhores formas de comunicação visual tem aumentado.

Porém, nem todos os que oferecem serviços de Design Gráfico têm formação adequada – seja esta técnica ou acadêmica. E nestes casos, nem sempre as melhores formas de comunicação podem ser, então, esperadas.

Afirma-se que a possibilidade de indivíduos sem formação trabalhar com Design Gráfico deu-se a partir da facilitação permitida pelo alcance tecnológico: com o surgimento

do computador Macintosh em 1984, o modo de trabalho do designer gráfico foi alterado substancialmente, este dispondo, então, de formas antes inconcebíveis de projetar e de oportunidades de criação com níveis de controle sobre a produção antes inexistentes.

Com esta facilitação tecnológica à ferramenta e ao fazer estético – antes ao alcance apenas do designer propriamente dito –, e com o esquecimento de termos específicos da profissão, não é de se estranhar que cada vez mais indivíduos apenas com conhecimento de *software* estejam no mercado agindo como *designers*. Contudo, sem as ferramentas históricas, teóricas e metodológicas das quais um designer deve dispor, esses indivíduos acabam apenas reproduzindo restrito vocabulário visual, oriundo da estética vigente, que muitas vezes não cumpre com sua finalidade central de informar. Blauvelt afirma (*in* Bestley, Noble, 2005, p. 166):

E se mais nada, o que falta hoje para o Design Gráfico em termos de trabalhos interessantes não é necessariamente uma maior variedade visual, mas sim questões mais provocativas e respostas mais polêmicas.

Ainda, é seguindo a afirmação de Blauvelt que se observam, hoje, muitos trabalhos superficiais que apenas dispõem de uma estética bem elaborada, porém sem conteúdo substancial, aspecto que compromete a visão do Design Gráfico como comunicador visual e como área do conhecimento e prática profissional preocupada com questões relativas ao seu público, à sociedade em geral.

## **O Design Gráfico atual e sua possível posição histórico-teórica e prática**

Ao analisar as características da posição histórico-teórica e da posição prática do Design Gráfico atual, tanto as *perdas* quanto os *ganhos* dessas modificações tornam-se evidentes. Contudo, conforme algumas nos são apercebidas de forma mais enfática, outras nos parecem mais nebulosas: qual seria o problema com a estética atual? E o que há de errado com trabalhos mais superficiais se o Design Gráfico pode ser efêmero? – não obstante tal afirmação seja contraditória ao se pensar uma peça de Design Gráfico como um artefato cultural que, após seu tempo de comunicação efetivo, continua a comunicar, porém como significante daquele tempo (Meggs *in* Bierut, Drenttel, Heller, Holland, 1997, p. 55).

As respostas para tais questionamentos podem variar e até parecerem obsoletas. Todavia, neste estudo espera-se clareá-las tanto para aqueles que enxergam o Design Gráfico como mais do que uma simples ferramenta visual de comunicação como para aqueles que ainda o enxergam desta forma.

O Design Gráfico, por excelência uma atividade de solucionar problemas, de projetar respostas, não deve ser entendido apenas a partir de seus produtos, mas sim a partir de seu *processo* (Bestley; Noble, 2005, p. 53). É justamente o processo, a forma de fazer o trabalho, o *projetar*, o que diferencia um designer gráfico de um indivíduo que divide o mercado com ele.

Logo, torna-se imprescindível, por parte dos designers gráfico, um melhor conhecimento de suas bases histórico-teóricas e de suas formas de ação para se alcançar melhores resultados visuais, ou seja, uma aproximação entre história, teoria e prática embasada em um ordenamento metodológico e crítico. É preciso que os designers gráfico tenham um fazer mais reflexivo, que sejam profissionais capazes de desempenhar o seu trabalho com conhecimento, inovação, sensibilidade e consciência (Whiteley, 1998, p. 69), para que a profissão se projete e disponha, assim, da posição sempre desejada.

Tendo o profissional uma visão mais ampla do espectro da profissão e da necessidade de um fazer consciente e responsável (e conseqüentemente metodológico), trabalhos mais bem elaborados serão apresentados ao mercado. E com a apresentação de trabalhos mais pontuais, também a percepção da profissão pelo grande público será mais clara e reverenciada.

Desta forma, observa-se que é com designers gráfico tendo consciência e conhecimento de suas bases teóricas e de seu processo de trabalho, e utilizando-os conjuntamente como autenticadores da sua prática, que as mudanças esperadas começarão a ocorrer. E com a ocorrência destas mudanças o universo do Design Gráfico poderá, então, se posicionar com prioridade como prática e disciplina autônomas no espectro de conhecimentos humanos.

## **Referências**

BESTLEY, Russel; NOBLE, Ian. **Visual Research: Methodologies in Graphic Design**. AVA, 2005.

BIERUT, Michael; HELFARD, Jessica; HELLER, Steven; HOLLAND, DK. **Looking Closer 2: Critical Writings on Graphic Design**. Allworth Press, 1997.

POYNOR, Rick. **Design without Boundaries: Visual Communication in Transition**. Booth-Clibborn Editions, 1998.

POYNOR, Rick. **No More Rules: Graphic Design and Postmodernism**. Yale University Press, 2003.

VILLAS-BOAS, André. **Utopia e Disciplina**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

WHITELEY, Nigel. O Designer valorizado. **Arcos**, Volume 1, número único, p. 63-75, 1998.