

O design conceitual e profissional

The conceptual and professional design

Siqueira, Jacqueline Heloise; Graduada do Curso de Tecnologia em Design de Móveis; Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR
piazinhah@hotmail.com.br

Teixeira, Joselena de Almeida; Doutora em Engenharia de Produção; Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR
begu@netpar.br

Resumo

Este artigo esclarece a atuação do designer na empresa brasileira, considerando o sistema de formação em design no Brasil, como a sua conceitualização. Com efeito, sendo feito de um levantamento bibliográfico de artigos publicados no P&D 2006 e demais referências relacionadas ao design. Desta forma, pretende-se levantar as diversas e diferentes funções, que são atribuídas ao design moderno. Este artigo contribui para o designer obter um breve conhecimento sobre o significado de trabalho, e também para facilitar o entendimento de iniciantes na área e leigos.

Palavras Chave: educação, design, designer.

Abstract

This article clarifies, the performance of designer in the Brazilian company, considering the system of formation in design in Brazil, as its conceptualization. With effect, being made of a bibliographical article survey published in P&D 2006 and too much references related to design. Of this form, it is intended to raise the diverse and different functions, that are attributed design modern. This article contributes to designer it to get a brief knowledge on the work meaning, and also to facilitate the agreement of beginning in the area and laypeople.

Keywords: education, design, designer

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.

Conceito de design

Atualmente, novos direcionamentos são atribuídos ao design, para AZEVEDO (1998, p.11) “O design surge no mundo quando o homem começa a fazer suas primeiras ferramentas, e o designer continua a lidar com ferramentas. A diferença é que sua ferramenta hoje é o próprio ato de gerar informação”.

Para WOLFF (2006, p. 3) o termo gera polêmica:

O termo ‘design’ é constantemente empregado para os mais variados fins. Muitas vezes mal interpretado, o termo é também mal empregado, desviando o sentido das colocações. Uma boa maneira de interpretar o termo vem da língua espanhola, onde a palavra ‘dibujo’, desenho, se contrapõe à palavra ‘diseño’, que implica projeto e pode ser traduzida como design.

Assim sendo, o termo design deve ser questionado e estudado antes de ser aplicado em qualquer fim, pois não possui escrita e pronúncia claras. E seu significado, ainda é pouco conhecido pela massa que o utiliza, muitas vezes, por questão de hábito, ou seja, para dizer que algo é moderno. Hoje, uma enorme variedade de profissões passou a ser chamada de design, várias vezes, de forma errônea, já que a abrangência do termo torna difícil precisar as atividades que são ou não design.

Segundo ROMER; NASCIMENTO; SILVA (2006, p.5) “na sociedade industrial foi adotado o design como forma de se aproximar do indivíduo. A tendência era atender primeiro os anseios individuais para logo pensar na coletividade.” É notável a importância que um artefato pode significar para um indivíduo que agrega um caráter emocional, simbólico e íntimo, por motivo do produto possuir algo que atenda os anseios do cliente como, por exemplo, uma estética agradável.

Sistema de formação em design no Brasil

SANTOS (2000) afirma que, em 1962, a idéia da implantação de um curso de design concretizou-se, com a criação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), no Rio de Janeiro, que atualmente faz parte da Universidade Estadual de Rio de Janeiro (UERJ). Deste modo, o currículo adotado na ESDI, semelhante ao de Ulm, desconsiderou a realidade do setor produtivo brasileiro, ocorreu então, um distanciamento crescente entre a formação profissional e as necessidades do mercado potencial, devido ao seu caráter pioneiro, passou a ser encarada como modelo para a criação de outros cursos de design no país. Desta forma, a divisão entre o mundo acadêmico e a realidade técnico-industrial distanciou o aluno da prática que exige o mercado de trabalho, comprometendo a inserção do designer na empresa.

Segundo SANTOS; LACOMBE (2006, p. 10):

A educação em design em todos os níveis, passa por um momento de re-definições profundas; assim como o próprio sistema educacional brasileiro, sob o impacto da globalização e das políticas voltadas às ações alternativas, que visam ampliar o alcance da educação em nosso País.

Hoje, no Brasil, existem diversas faculdades que oferecem o curso de Desenho Industrial, mas aqui o curso geralmente está dividido em duas modalidades; um exemplo é na Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR que oferece os cursos de Design de Móveis e de Artes Gráficas, ambos pertencentes ao Departamento de Desenho Industrial – DADIN. Atualmente, os cursos superiores de design podem ser oferecidos em nível de graduação e de tecnologia, sendo para atender ao primeiro o curso de Bacharelado em Design e, quanto aos cursos tecnológicos são disponíveis em quatro nomenclaturas: Design de Moda, Design Gráfico, Design de Interiores e Design de Produto. Um conselho de design seria ideal para organizar e regulamentar a profissão no país. Desta forma, designers brasileiros teriam a quem recorrer em relação aos seus direitos e deveres.

O design profissional

Atualmente, a habilidade estética do design está em alta, e isso faz dele uma ferramenta competitiva para a empresa, mas de acordo com KELLEY (2004, p. 117):

O bom design, além de incidir nos traços estéticos ou físicos dos produtos, cria inovações nas experiências que são oferecidas ao cliente. E a inovação é fator-chave para o sucesso em um ambiente competitivo.

Segundo GIMENO (2000) design é uma atividade multidisciplinar que afeta quase todos os departamentos da empresa e tem estruturas variáveis, ágeis e adaptáveis. Cabe à empresa incorporar a inovação do design através de algumas condições, como a infiltração em novos mercados, e conhecer as necessidades do consumidor. Quanto ao designer, tem como função criar e conceber novos produtos, além de conhecer técnicas e metodologias para desenvolver algo inovador, considerando a cultura humanística e científica técnica, os aspectos sociais e as normas de conduta, bem como ter habilidades visuais e perceptivas. TEIXEIRA; CÂNDIDO; ABREU (2001) afirmam que o conhecimento do design engloba a história da arte, a semiótica, a estética, a ergonomia, os conhecimentos técnicos e tecnológicos, o processo de fabricação e a representação bidimensional.

O profissional de design, não apenas desenha, ou seja, gosta de desenhar e se satisfaz com o ato. Tal profissão exige muito mais que um desenho, requer um conjunto de desenhos que formam um projeto, e o designer ao projetar deve desenvolver algo que responda aos anseios de outras pessoas e isso pode não agradá-lo muitas vezes, pois projeta para outros gostarem. Além disso, é necessário ao projetar, respeitar também aspectos tecnológicos, econômicos, funcionais e culturais. Geralmente, a população não conhece as possibilidades de atuação do designer, e muitas vezes, nem o próprio conhece seu papel dentro da empresa.

SANTOS; LACOMBE (2006) ao comentarem sobre o design contemporâneo, afirmam que o designer, deve preocupar-se, principalmente, com o usuário, ou seja, tê-lo como foco. Deste modo, é submetido a desenvolver produtos adequados ergonomicamente, com usabilidade facilitada e segura, traduzindo os anseios e desejos do público destinado. A partir de enfoques diversificados, o design ganha uma dimensão maior e especial. Ainda mais, se desenvolver projetos com profissionais de outras áreas. Sua capacidade, de desenvolver projetos de bom uso, destaca o grau de criatividade e conhecimento técnico, que o

profissional possui e, também agrega valor ao produto em termos de estética, ergonomia, conforto e funcionalidade, no contexto do mercado globalizado, deve estar apto a atuar com visão estratégica, contribuindo para aumentar a competitividade do produto brasileiro.

Segundo STRUNK (2001) a classificação funcional dos designers pode ser dividida em seis. O grau mais elevado que um designer pode chegar não o considerando como o dono da empresa, somente quando nos referimos às pequenas empresas, é o Designer Coordenador com sete anos de experiência – planeja e conceitua a criação, supervisiona atividades das áreas de criação e produção; faz a ligação da área comercial e administrativa da empresa, além de ser o representante técnico da mesma. Enquanto, outros cargos como Designer Sênior, Pleno e Júnior se diferenciam por grau de experiência na área que é de dois anos e a quantidade de responsabilidades que decai de um para o outro. E quanto aos iniciantes, são: o Trainee que é um recém formado e tem pouca experiência, e geralmente, dá suporte na finalização de projetos; e o Estagiário, que acompanha as fases do projeto para complementar o seu aprendizado, sob supervisão de um design superior, desenvolvendo tarefas simples.

Considerações finais

É perceptível a direção que o design está tomando como atividade desenvolvida de inovação e criatividade, é promissora para um futuro próximo, com a divulgação e comprometimento de pesquisadores, profissionais, estudantes, interessados na área e, principalmente, com o bom acolhimento das empresas. O design brasileiro será reconhecido e recomendado internacionalmente e, no interior do país, as empresas crescerão com mais rapidez e terão o reconhecimento do mercado, juntamente com profissionais de outras áreas afins com o objetivo de desenvolver o resultado esperado. E além do trabalho cooperativo, o designer por ser um profissional multidisciplinar poderá auxiliar no ato de desenvolver táticas, e traçar estratégias, para garantir um projeto de qualidade ergonômica, técnica e estética, respeitando padrões ambientais, sociais, políticos e, principalmente, os anseios e desejos desta sociedade altamente consumidora e geradora de necessidades diversas, bastando somente ao designer reconhecê-las e projetá-las.

Referências

AZEVEDO, Wilton. **O que é design**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1998.

GIMENO, J. M. I. **La gestión del diseño en la empresa**. Madri: McGraw: Hill, 2000.

KELLEY, Tom. As lições de um designer. **Revista HSMManagement**, São Paulo, n.47, ano 08, v.06, novembro-dezembro. 2004. p. 116-122. Entrevista concedida a Viviana Alonso.

ROMER, L.; NASCIMENTO, R. A.; SILVA, J. C. P. O ensino do design e a prática do design. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 7, 2006, Curitiba. **Anais do 7º P&D Design**. Curitiba: UFPR, 2006.

SANTOS, F. A. **O design com diferencial competitivo**. Itajaí: Univalli, 2000.

SANTOS, M. C. L.; LACOMBE, G. R. A formação de doutores em design no exterior: notas sobre programa de ação induzida do CNPq. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 7, 2006, Curitiba. **Anais do 7º P&D Design**. Curitiba: UFPR, 2006.

STRUNK, G. **Viver de Design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

TEIXEIRA, J. A.; CÂNDIDO, G. A.; ABREU, A. F. A utilização dos materiais no Design competitividade da indústria moveleira da região metropolitana de Curitiba: um estudo de caso. **Revista Produção**. Porto Alegre: ABEPRO, v 11, 2001.

WOLFF, F. O valor do design da geração de performance das empresas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 7, 2006, Curitiba. **Anais do 7º P&D Design**. Curitiba: UFPR, 2006.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.