

Carolina de Moura Almeida

**BABEL: EXPRESSÕES DO PENSAMENTO CRÍTICO NO  
DESIGN.**

Projeto de conclusão de curso  
submetido ao curso de Design da  
Universidade Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do Grau de  
Bacharel em Design.

Orientador: Prof.Cristina Nunes.

Florianópolis  
2017



Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária  
da UFSC.

A ficha de identificação é elaborada pelo próprio autor  
Maiores informações em:  
<http://portalbu.ufsc.br/ficha>

Carolina de Moura Almeida

**Babel: Expressões Do Pensamento Crítico No Design.**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 23 de junho de 2017.

---

Prof. Henrique J. S. Coutinho  
Coordenador do Curso

**Banca Examinadora:**

---

Prof.<sup>a</sup> Cristina Nunes, MSc.  
Orientadora  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof.<sup>a</sup> Mary Vonni Mëurer, MSc.  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Richard Perassi, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado aos meus  
amigos, pais e avó.



## AGRADECIMENTOS

Primeiramente fora Temer, em segundo agradeço à minha mãe, avó, irmã e pai os maiores responsáveis pelos ensinamentos de perseverança, esforço, e compromisso durante minha formação. Sou grata pelos familiares e amigos que sentiram a distância da graduação, e também aos amigos que fiz aqui em Florianópolis.

Amigos de todas as andanças desta vida, os que estão perto ou longe e contribuíram de alguma forma não só para a realização do projeto, mas pelos sorrisos, almoços, cervejas, ensinamentos, brigas e sanidade mental em dias difíceis: João Gabriel Oliveira, obrigada por me ensinar a respirar, a viver um dia por vez, os tratamentos alternativos, as cartas de tarô e o melhor tiramisu com *Dreher*; Carolina Santa Helena, obrigada pelos açaís, as paçocas, os choros, os abraços e o colo, obrigada por ser tanto pra mim em tão pouco tempo; Luiza Gomes, obrigada pela paciência no verão, pelos choques de realidade, companheirismo, *brusinhas*, carinho, e por deixar as conchinhas nos caminhos, por ser minha família do momento; Barbara Mörtl, obrigada por cada golinho de cerveja sua maravilhosa; Nathaine, Marcella, Gabriela e Bluezinho, a presença de vocês na minha vida, da forma como foi, fez toda a diferença entre quem eu fui e quem eu sou; Marina Moreira Moraes, Vinicius Ares, Mayara Teoro, Laís Meirelles, Luka Ferreira, Cláudio Crippa, Pedro Gauch, Mauricio Rodrigues, Gabriel Cipriano, Renan Santos, Roberto Colombo, Cristiane Wartha, Georgia Andres, Julia Lie, Vitória Varela, Maria Clara Reschke, Mariana Michels, Lara e Laís Lodi, e todas as amizades que eu não falei aqui mas que de alguma forma são o suficiente para eu carregar com muito carinho comigo, amo vocês amigos.

E por fim muito obrigada à minha orientadora Cristina Nunes pelo suporte; *Laboratório Novartis* pela *Ritalina*, e Psicólogos do Projeto Amanhecer, foi tiro, porrada e bomba!

Gratidão.





“As minorias e as maiorias não se distinguem pelo número. Uma minoria pode ser mais numerosa que uma maioria. O que define a maioria é um modelo ao qual é preciso estar conforme (...) Ao passo que uma minoria não tem modelo, é um devir, um processo. Pode-se dizer que a maioria não é ninguém.”  
Gilles Deleuze, 1984



## RESUMO

Existem questões que são recorrentes nos estudos sobre Design. Em diferentes períodos históricos perguntas tais como: o que é Design, qual a sua atuação política e como este se relaciona com a arte, costumam ser objetos de reflexão e, muitas vezes, definem a atuação dos designers. Este projeto expressa, a partir de cartazes, a diversidade das opiniões sobre o Design. A elaboração dos cartazes deu-se a partir da coleta das opiniões de estudantes, professores e profissionais, sobre as questões clássicas do Design. A partir da coleta do conteúdo foi estudada a linguagem mais adequada para a intervenção e a viabilidade de produção. Em seguida, os cartazes foram impressos e fixados nos corredores ocupados pelo curso de Design/UFSC, e o público foi convidado a intervir. Por fim, fez-se uma reflexão acerca da necessidade de um pensamento crítico sobre a atual prática do Design.

### **Palavras-chave:**

teoria 1. crítica 2. design 3.



## ABSTRACT

There are issues that are recurrent in Design studies. In different historical periods questions such as: what is Design, what is its political action and how does it relate to art, are usually objects of reflection and often define the performance of designers. This project expresses, from posters, the diversity of opinions about Design. The preparation of the posters took place from the collection of the opinions of students, teachers and professionals, on the classical issues of Design. From the collection of the content was studied the language most appropriate for the intervention and the viability of production. Then the posters were printed and fixed in the corridors occupied by the Design / UFSC course, and the public was invited to intervene. Finally, a reflection was made on the need for critical thinking about the current practice of Design.

**Keywords:** Theory 1. criticism 2. design 3..



## **LISTA DE FIGURAS**

- Figura 1 - Atelie Populaire **35**
- Figura 2 - Cartazes produzidos dentro do ateliê **36**
- Figura 3 - Eu quero você para o exército dos EUA **38**
- Figura 4 - Cartaz Nazista exaltando as tropas alemãs **39**
- Figura 5 - Uncle Scam, 2006 - Shepard Fairey **40**
- Figura 6 - Pequeno tributo a uma alma iluminada neste mundo tão obscuro - Projeto Chã **41**
- Figura 7 - Intervenção do projeto Frágil **43**
- Figura 8 - Cartaz Contrataque convidando a população a participar do ato em Florianópolis **45**
- Figura 9 - Lambes Contrataque colados em Ponto de ônibus **46**
- Figura 10 -Lambe Projeto Amanhecer contra a Redução **47**
- Figura 11 -Lambe projeto Amanhecer aplicado sobre muro no centro de Florianópolis **48**
- Figura 12 - Primeira alternativa desenvolvida para o projeto **54**
- Figura 13 - Segunda proposta **55**
- Figura 14 - Capa do disco Nevermind The Bollocks - Here's the Sex Pistol **61**
- Figura 15 - Intervenção instalada no corredor do prédio A do centro de Comunicação e Expressão **65**
- Figura 16 - Intervenção sendo instalada com auxílio dos alunos **66**
- Figura 17 - Anotação do público **67**
- Figura 18 - Anotação do público **68**
- Figura 19 - Anotação do público **69**
- Figura 20 - Anotação do público **70**
- Figura 21 - Anotação do público **71**
- Figura 22 - Anotação do público **72**
- Figura 23 - Anotação do público **73**
- Figura 24 - Anotação do público **74**
- Figura 25 - Anotação do público **75**





## SUMÁRIO

<b>BABEL: EXPRESSÕES DO PENSAMENTO CRÍTICO NO DESIGN.</b>	1
<b>Babel: Expressões Do Pensamento Crítico No Design.</b>	4
<b>RESUMO</b>	11
<b>ABSTRACT</b>	13
<b>LISTA DE FIGURAS</b>	15
<b>SUMÁRIO</b>	17
<b>1 INTRODUÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO</b>	21
1.1 OBJETIVOS	24
1.1.1 Objetivo Geral	24
1.1.2 Objetivos Específicos	24
1.2 JUSTIFICATIVA	24
1.3 DELIMITAÇÃO DO PROJETO	26
<b>2 METODOLOGIA</b>	27
2.1 ANALÍTICA	27
2.2 CRIATIVA	28
2.3 EXECUTIVA	28
<b>3 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO</b>	29
3.1 PÚBLICO ALVO	29
3.2 LOCAL	30
3.3 PESQUISA	30
3.3.1 Ideologias e Design	30
3.3.2 Movimentos do Design	31
3.3.3 Os muros de protesto e a prática do lambe.	35
3.4 ENTREVISTAS	39

3.5 ANÁLISE DE SIMILARES	40
3.6 CONCEITOS	47
3.7 PROCESSO CRIATIVO	50
3.7.1 Geração de alternativas	50
3.7.2 Fundamentação Criativa	57
3.8 PRODUÇÃO GRÁFICA	60
3.8.1 Impressão e formato	60
3.8.2 Cor	61
3.8.3 Escolhas Tipográficas	61
<b>4 CONCLUSÃO</b>	62
<b>REFERÊNCIAS</b>	77
<b>ANEXO A – Perguntas e Respostas.</b>	80





# 1 INTRODUÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO

Toda prática profissional trabalha em um estado de incoerência, geralmente operando em uma situação repleta de contradições inevitáveis e assim se dá também com o design. Conforme Rafael Cardoso (1998) ao longo dos anos o senso de destino coletivo da profissão foi se perdendo e os profissionais se isolando cada vez mais na segurança do individualismo.

“se distanciando da ideia de solução inteligente de problemas e se aproximando do efêmero e do absolutismo rápido, obtendo uma progressiva marginalização da profissão juntamente de um mercado que tem pressa para se livrar de ideologias ultrapassadas, tal como a ideologia da função social do design” (CARDOSO,1998).

A prática do design em todas as suas manifestações tem uma indiscutível função social: tudo o que o ele produz é dirigido à sociedade e incide sobre ela, mas se por função social nos restringirmos a um caráter humanista, temos que reconhecer que esta função só se cumpre marginalmente, levando-se em conta o fato do design depender principalmente de clientes, podendo estes ter ou não um compromisso social, sendo assim a função social do design e de qualquer profissão está bloqueada pelos interesses prioritários do mercado.

Consolidada com a primeira revolução industrial a profissão de designer é uma dentre as várias atividades projetuais que existem, assim como artes, arquitetura e engenharia. Segundo o filósofo Vilém Flusser (2007) no ensaio “Sobre a palavra design”, design vem do latim, do verbo designare, “etimologicamente a palavra design significa algo como designar” (Flusser, p. 181, 2007), dessa forma justificando e reforçando o aspecto de projetista da profissão e contradizendo o senso comum que é daquele que desenha. Portanto design pode ser a intenção de criar ou modificar algo, dar formas concretas e autônomas as ideias abstratas e subjetivas, criar artefatos.

Os profissionais envolvidos na produção dos artefatos são os primeiros a gerar significados para esses objetos, seja através de suas vivências práticas ou teóricas, são atores envolvidos em uma dinâmica social que transcendem os conhecimentos adquiridos durante sua formação profissional. Assim, a criação de um artefato trás uma série de implicações que vão além de sua forma ou função

prática, são símbolos que remetem a diferentes contextos culturais e possuem múltiplos significados. (MACHADO; MERKLE, 2010)

A ideia de produção de artefatos em quantidade e consumo de uma classe resgata o conceito de cultura material, importância que certos objetos possuem para determinado povo e sua cultura, e é através dela que se cria uma identidade comum, sendo que esses objetos fazem parte de um legado social.

Mais além nos deparamos com a cultura material da sociedade atual e a maneira como é produzida, consumida e a relação da sociedade com esses artefatos. Ao longo do tempo tais artefatos foram associados a um jogo estético-formal de glamourização, e a profissão associada muitas vezes ao luxo, a criações poucos usuais ou a estéticas rebuscadas, o que é plausível visto que no contexto atual as práticas de design são desenvolvidas em prol da classe consumidora vigente, e atendendo a demanda da cultura material o design se encontra dentro do conjunto de técnicas que grandes corporações usam para sua expansão e poder como comenta Galbraith (2004).

Negativo ou positivo, tal avaliação deve ser feita principalmente por aqueles que consolidam o funcionamento da engrenagem, ou seja os próprios designers. Conforme Maciel (2009) foi no fim da década de 1950 e na primeira metade de 1960, que apareceram as primeiras iniciativas governamentais a fim de tornar oficial a formação de desenhista industrial e de promover o design como elemento estratégico para o crescimento econômico.

Em meados de 1970 catalisadores industriais, como os meio de comunicação em massa, televisão, publicidade, e o surgimento do elevado número de escolas de formação de desenho industrial mudaram significativamente a cultura de consumo global, tais aspectos condicionaram o design hoje em dia, onde a indústria anula o objeto e seu valor de uso em nome de uma mercadoria vendável.

Para Bonsiepe (2009) o designer se encontra emaranhado na rede como um agente do sistema produtor dessas mercadorias, e quase sempre em posição subalterna. O trabalho de design é, em boa parte visível, seguindo ainda o raciocínio de Bonsiepe, e o designer é o estrategista da aparência, da estética, por meio da semiótica ele faz com que o espectador projete uma predisposição positiva ou negativa frente ao seu produto, mensagem ou conteúdo. Entender melhor o seu papel em um mundo em que o consumo e o consumismo constituem-se em fenômenos da maior importância social e cultural é extremamente relevante a profissão.

Em 1972, na Holanda, dois designers Jan van Toorn e Win Crouwel debatiam suas visões em relação à profissão. Enquanto Win Crouwel afirmava que quando encontrava algum aluno que se preocupava mais com causas sociais associadas aos seus trabalhos do que a missão de tornar uma mensagem clara e compreensível aconselhava o aluno a abandonar a sua carreira como designer e a dedicar-se a política, podendo assim chegar a posições de maior efetividade e influência em relação aos tais problemas, que segundo ele não cabia a um designer resolver. Van Toorn defendia o designer não apenas como um projetista que dá forma às ideias abstratas mas como um elemento participante da própria mensagem e da cadeia de comunicação.

Conforme dito anteriormente, entre as visões dos dois designers, não é possível dizer qual delas é a correta, porém segundo Bonsiepe (2009) mesmo que a imensa maioria dos designers não tenham crises de consciência e se aproveite do acelerado ciclo de consumo que o capitalismo promove, é necessário o debate e o questionamento sobre.

O design é político por se relacionar quase sempre a um ato de comunicação público, o profissional de design, como mediador de mensagens, encontra-se no ponto sensível da rede de comunicação onde a forma e o meio são definidos e trabalhados para que determinada ideia seja comunicável, nas mãos dele a ideia abstrata e pessoal se torna pública, sendo assim é do designer a responsabilidade de desempenhar tal papel de forma consciente, se deve ou não fazer, e não somente se é capaz de fazer, o ato de transpassar uma mensagem, mostrar uma ideia, representa a liberdade de criar e brincar, porém esse ato abre caminhos também para a manipulação.

No mais é inegável que a industrialização é um dos meios que permite a democratização do consumo, permitindo a uma maior fatia da população tenha acesso a produtos que visam um aumento da qualidade da vida cotidiana, através de produtos de valor agregado, pensados por designers.

Considerando o panorama apresentado, onde encontramos problemas mal formulados, informações confusas, clientes e formadores de opinião com valores conflitantes e as ramificações desse sistema perdidas, como o design pode ajudar a destacar questionamentos e reflexões em alunos e interessados a respeito da sua própria profissão?.

Concluindo, conforme Steven Heller (2007) a noção de crítica é fundamental para o profissional, ela funciona como uma lente, e por meio dela podemos discutir e ver a prática com mais clareza, podemos também identificar o designer por trás do design, e a ideologia por trás da estética, usando o design como ferramenta para “desvelar” as implicações sociais e culturais dos meios de comunicação de massa, quando a comunicação visual nunca é neutra, e o designer não é simplesmente um transmissor

objetivo de informação.

## 1.1 OBJETIVOS

Os objetivos que dão base à pesquisa e desenvolvimento do projeto são mencionados a seguir.

### 1.1.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma série de cartazes para serem usados como intervenção em espaços relacionados ao design.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar as perguntas mais recorrentes sobre a prática do Design
- Identificar os percalços encontrados na profissão, com enfoque principal nas divergências de opiniões sobre um mesmo assunto de design;
- Identificar as diferentes visões existentes sobre design;
- Avaliar as estratégias de comunicação promovidas por cartazes;
- Promover uma intervenção participativa;

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O presente estudo pretende enriquecer os debates e reflexões sobre o tema da prática do design na atualidade, e contribui com o repertório teórico dos alunos e interessados na área, visto que há grande carência de debates e estudos deste caráter na formação do curso de design da Universidade Federal de Santa Catarina. É essencial que as possibilidades de debates e reflexões sejam apresentadas ou ensinadas de maneira não unilateralmente, onde a formação não é pautada somente pelo ponto de vista do mercado que o impõe, podendo ser cobrado do profissional o bom uso do sistema dito democrático vigente para a profissão, e o conhecimento das implicações do seu trabalho e qual escolha será melhor para o todo.

Em entrevista para a revista *graphics.com* o influente ex diretor de arte do New York Times Steven Heller (2007) fez a seguinte reflexão, “como é possível fazer design quando se desconhece o passado? Como instrumento político ele ajuda a entender a linguagem da persuasão, mesmo se entre os objetivos da encomenda não está mudar a política”.

Na maioria das vezes esse profissional não foi ensinado a fazer tais reflexões. Para Cardoso (1998), a grosso modo o design é a fonte mais



importante de cultura material da sociedade atual, sendo que esta pauta a sua identidade cultural na quantidade e abundância em que ela gera seus artefatos, e se o design desempenha um papel tão importante porque o resultado do seu trabalho tem sido tão pouco questionado e estudado? Principalmente por aqueles que os produzem.

Durante a graduação muito se fala sobre a importância da criatividade para o processo de design e pouco sobre a importância da crítica. Quando o designer Vitor Papanek publicou, em 1971, *Design for the Real World*, ele tinha como intenção chamar os designers para sair de seus escritórios fechados e olhar em volta para o mundo, que se multiplicava em problemas como fome e violência, o capítulo inicial do livro “o que é design?”, atacava de frente o lema “a forma segue a função”. Ainda hoje o livro de Papanek é citado de maneira positiva e negativa, e questionado como é controverso esse tema, essa reflexividade filosófica e científica, ajuda a construir uma responsabilidade social e ética individual.

O design pode ser usado para moldar percepções de como os objetos devem ser compreendidos, uma ferramenta de criação de identidade e empoderamento, usada de forma manipuladora ou criativa, onde seus projetos refletem os objetivos e valores da sociedade. Para Sudjic (2008) o design é o código para entendermos a natureza do mundo moderno, e tamanha responsabilidade demanda o exercício de se afastar do trabalho e olhá-lo de fora, observar a si mesmo atuando para decifrar como funciona, dessa maneira este projeto tem por intenção levantar tal percepção nos alunos e interessados, fazendo de maneira preventiva e não diagnóstica.

O pensamento crítico envolve um juízo intencional, no sentido de refletir sobre em que se deve crer ou reagir diante de um exame detalhado a uma vivência, manifestação oral ou textual, e até mesmo a proposições alheias. O exercício crítico é uma competência advinda de observações, exposições, conhecimentos e discussões, esse pensamento demanda nitidez, exatidão, igualdade e indícios, uma vez que tem como meta impedir que se recorra às visões pessoais e dessa forma, está ligado à dúvida permanente e à percepção das simulações, o propósito da crítica está em impedir que as tensões da sociedade provoquem a padronização e a passividade.

O design crítico estimula o questionamento do status quo, ao invés de afirmar valores e compactuar com padrões. Deyan Sudjic (2010) diz que provavelmente estamos a beira de uma onda de rejeição ao atual ritmo de consumo, tememos o terrível destino das nossas escolhas passadas, no entanto estamos realmente na beirada, ou seja, sem grandes mudanças, considerando que nem a prática de pagamento de carbono nos impede trocar de celular a cada seis meses.

A reivindicação de um papel renovado do design é desafiante. Para Bonsiepe (2010) demanda empenho político, e se distancia do isolamento

individual, afastar-se da crença de que se pode obter tudo individualmente é necessário e urgente, e assim quem sabe um dia alcançar formas mais igualitárias de convivência.

Este projeto torna-se uma prática de design emancipatório, ao resgatar a crítica e o posicionamento mediante as ações do design. Como exemplo disto a data de maio de 68, usou da mesma ferramenta, o cartaz, como meio de potencializar a mensagem urbana e a comunicação do pensamento.

### 1.3 DELIMITAÇÃO DO PROJETO

Esse relatório se restringe a uma intervenção composta por cartazes em formato de lambes incitando questões recorrentes nos estudos sobre Design, de diferentes períodos históricos. A elaboração dos cartazes deu-se a partir da coleta das opiniões de estudantes, professores e profissionais, sobre as questões clássicas do Design, e dessa coleta do conteúdo foi estudada a linguagem mais adequada para a intervenção e a viabilidade de produção, como custo do projeto, que tinha por prioridade ser baixo e acessível, ferramentas de produção como método de impressão, que se limitava a impressão em gráficas rápidas e birous, consequentemente limitando também o formato e tamanho do papel, e por fim o local, em relação a autorizações, medidas do espaço e visibilidade. Com os lambes impressos e fixados nos corredores ocupados pelo curso de Design/UFSC, o público foi convidado a intervir, incitando uma reflexão acerca da necessidade de um pensamento crítico sobre a prática.

Os cartazes foram idealizados para intervir em espaços e pontos relacionados ao universo do design não somente ao Design/UFSC, servindo como local de simulação do projeto.

## 2 METODOLOGIA

A importância do processo metodológico é que ele permita chegar a uma solução, levando em consideração todas as características e processos pelos quais o objeto final deverá passar para atender, satisfatoriamente, as suas funções pré determinadas, contudo não existe uma melhor de percorrer esse processo que independente do método geralmente contemplam os mesmos aspectos, desse modo, a metodologia de projeto não tem o objetivo de estabelecer um único método e tampouco deve ser confundida com uma receita de bolo a ser seguida rigorosamente. Conforme Tim Brown “o continuum da inovação pode ser visto mais como um sistema de espaços que se sobrepõem do que como uma sequência de passos ordenados” (BROWN, 2011, p.19) Baxter (2000) afirma que as ideias surgem aleatoriamente, de várias maneiras. Não é possível delimitá-las em etapas pré-definidas. Até chegar ao projeto final, as ideias vão e voltam diversas vezes, num processo iterativo (BAXTER, 2000). Para Lupton (2011) o processo de design consiste de uma mistura de ações intuitivas e intencionais. Para este projeto serão adotadas as técnicas de enquadramento de problemas e geração de ideias de Bruce Archer que consiste das seguintes etapas:

### 1. *Fase analítica*

- 1.1 Definição do problema e preparação do programa detalhado
- 1.2 Obtenção de dados relevantes – pesquisa conceitual.
- 1.3 Análise de similares.
- 1.4 Definição dos objetivos e conceito, reavaliação da fase analítica

### 2. *Fase criativa*

- 2.1 Definição das delimitações do projeto e quesitos estéticos
- 2.2 Geração de alternativas
- 2.3 Estudo e validação das alternativas, produção do protótipo

### 3. *Fase executiva*

- 3.1 Execução da intervenção aplicando os cartazes no local definido na fase analítica.

## 2.1 ANALÍTICA

Definição do problema e preparação do programa detalhado: a fim de definir melhor a problemática do projeto e organizá-lo, o primeiro passo é a definição do público, o local e a elaboração de um briefing, tais pontos servem para nortear toda a parte de planejamento e desenvolvimento do

projeto.

Obtenção de dados relevantes – pesquisa conceitual: para dimensionar a importância do projeto a pesquisa conceitual é feita através da imersão no conteúdo que pretende ser abordado pela intervenção, após essa pesquisa são elaboradas as perguntas e posteriormente a isso são aplicadas às entrevistas que irão compor o conteúdo dos cartazes.

Pesquisa Visual/Análise de Similares: pesquisa pictográfica e análise de projetos na mesma linha deste como fonte de dados. Segundo Lupton (2011) essas investigações produzem soluções inovadoras e mais informadas. Nesta etapa também há a elaboração do painel semântico, que consiste da seleção de imagens que carregam o conceito do projeto. Baxter (1998, p.190) afirma que é por meio dos painéis semânticos que o designer consegue extrair conceitos e a subjetividade necessária ao desenvolvimento de um projeto. Três principais tipos de painéis podem ser destacados: painel de tema visual, painel de estilo de vida e painel de expressão.

Definição dos objetivos e conceito, reavaliação da fase analítica: após a construção dos painéis de Baxter obtém-se o conceito que o projeto pretende passar.

## 2.2 CRIATIVA

Definição das delimitações do projeto e quesitos estéticos: análise das delimitações para o desenvolvimento do projeto como custo, impressão, quantidade de informações que serão contidas em cada cartaz, etc, e a definição dos pontos estéticos que foram extraídos através da análise de similares, painéis de Baxter e conceito do projeto.

Geração de alternativas: a partir dessa etapa desenvolve-se as alternativas, buscando sempre gerar ideias inovadoras para o tema de projeto usando as ferramentas das fases anteriores, estimulando a criatividade e procurando soluções de acordo com o contexto do projeto.

Estudo e validação das alternativas, produção do protótipo: por fim analisa-se as alternativas geradas e válida aquela que melhor atende as suas funções pré estabelecidas, para a produção do protótipo final.

## 2.3 EXECUTIVA

Detalhamento da alternativa escolhida, definição da forma de impressão. Acompanhamento da produção. Definição do espaço de intervenção, montagem e escolha das estratégias de interação do público.

Execução da intervenção aplicando os cartazes no local definido na fase Analítica.

Observação da interação e processo de desmontagem.

### **3 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO**

#### **3.1 PÚBLICO ALVO**

Este projeto tem como alvo principal, acadêmicos que estejam cursando qualquer fase do curso de design e em segunda instância professores e interessados. Conforme Berreta (2015) a partir de uma percepção cronológica de pesquisa pode-se considerar tal público inserido no contexto da chamada geração z. Para Lisboa e Santos (2013) tal geração passou pelo subsequente advento e popularização de variadas tecnologias da comunicação, onde a velocidade de propagação das informações aumentou drasticamente, bem como as possibilidades de discussão e interação com os conteúdos propagados. Nesse cenário o âmbito social então passa a ser questionado por uma geração que, a partir do advento tecnológico, ganha autonomia de comunicar-se e, mais que isso, posicionar-se diante de situações antes impostas.

Além de ser traçado o perfil do usuário final a partir da premissa cronológica, foi analisado o comportamento desses indivíduos e grupos sociais na Internet e as dinâmicas desses grupos no ambiente on-line e off-line, observando os movimentos dos alunos e envolvidos com o curso nas redes sociais. Com o avanço dos meios de comunicação e a revolução propiciada pela internet, todos podem expor uma opinião e escrever sobre vários assuntos, dessa forma é possível identificar as ondas de pensamentos e posições.

## 3.2 LOCAL

A intervenção possui caráter itinerante e de curta duração, permite a sua instalação em diferentes espaços, porém a priori para sua prototipagem o local escolhido foi o prédio de Comunicação e Expressão, especificamente o andar que contém o curso de design, localizado na Universidade Federal de Santa Catarina, espaço de concentração do público alvo.

## 3.3 PESQUISA

Imersão de conteúdo: a correlação do design com questionamentos sociais e mercadológicos ao longo da história e o desdobramentos de tais questionamentos na atualidade.

### 3.3.1 Ideologias e Design

O design se move continuamente em extremos, anonimato e autoria, universal e pessoal, isolamento e comprometimento social, por meio dessas oposições, os designers se colocam e recolocam em relação ao discurso do design e a sociedade, tais posicionamentos reforçam o paradigma em profunda mudança no qual a profissão se encontra atualmente.

Uma área tão complexa tem por papel beneficiar a sociedade, e as discussões se dão em torno da maneira de se realizar tal ação e seus limites, as diversas definições dadas ao design surgem em função das ambiguidades de contextos em que a área se encontra, e o principal fator favorável para que não se tenha uma única definição é a multidisciplinaridade, que por vezes compete com o enriquecimento e solidez da área e favorece o surgimento de diversos pontos de vista.

É possível encontrar diferentes abordagens em relação à prática, visões pessoais porém que não deixam de ser fundamentadas e se manifestam em corpos de trabalho distintos que ilustram o cenário da profissão. A evolução da indústria e do design foi sempre marcada por diversos vínculos, parâmetros ou limitações que serviram como barreira, referência ou ainda como inspiração projetual no andamento do processo de desenvolvimento da indústria, do design e da própria cultura material.

Apesar de se fundamentar na industrialização o design tem origem na arte, relação crucial que influencia nas divergentes definições atuais da prática. Desde o seu surgimento o design faz uso de tal área, como por exemplo na aplicação de alguns princípios de artes em aprimoramentos estéticos de projetos. No entanto o principal favorecido pelo design na

história foi a indústria, mesmo que ela se posiciona de maneira oposta a arte não foram poupados esforços e dedicação para se tornar os objetos do design mais industrializável possível.

Uma das fortes características do design ao longo do tempo é a atribuição de um valor moral às suas estéticas, carregadas de dualidades e questionamentos, tais moralidades se diferem ao que rege a existência de limites éticos na produção de mercadorias e, segundo Cardoso (2008), é importante destacar o fascínio exercido pela ideologia do design como remédio aos males morais e sociais, que dessa forma marca a intensidade dos debates históricos de design em torno de opções de estilo e de estética.

Com o avanço das indústrias entre as localidades do globo, o aumento da demanda por serviços forçou o desenvolvimento de profissionais especializados em design e várias outras áreas, ocorrendo então nos países culturalmente industriais oferecerem o design como um serviço tecnológico aos países em desenvolvimento, portanto, conforme Moraes (2008), o design industrial praticado nos países não desenvolvidos não poderia ter o modelo que os industrializados seguiam.

Gui Bonsiepe diz que democracia é, para o neoliberalismo, a predominância do mercado como uma exclusiva e quase santificada instituição que governa todas as relações entre sociedades. E se indaga em como podemos recuperar a noção de democracia no sentido de participação dos cidadãos abrindo espaço para a auto-determinação. Isso diz a respeito a prática do design, talvez ao invés de tentar conter o alargamento e censurar a utilização do termo “design” para qualquer coisa que não seja um projeto profissional, seja mais interessante tentar entender porque outras pessoas estão se apropriando do termo e o que elas querem dizer com ele.

Dessa forma o design revê a todo instante conceitos por vezes engessados do seu ensino que faziam sentido décadas atrás porém hoje já não são suficientes para solucionar os novos e crescentes problemas do mundo pós-moderno. A presença do design na sociedade está sendo cada vez mais percebida e repensada por outras áreas, a prática está sendo vista através da sua capacidade de pensamento sistemático como uma das poucas capazes de lidar com a complexidade da vida moderna, onde todo mundo entende profundamente de nada, e ninguém entende o todo.

### **3.3.2 Movimentos do Design**

O Arts and Crafts, considerado primeiro movimento do Design, se caracteriza por defender o artesanato criativo como alternativa à mecanização e à produção em massa, na década seguinte temos a Bauhaus, a fundação da escola pode ser entendida como um resumo das ideias do arquiteto Walter Gropius juntamente com os ideais de precursores do

movimento modernista como William Morris, que segundo Moraes (2008) apesar de carregar aspectos sociais e humanitários positivo eram nitidamente utópicos diante do poder dos empreendedores.

Devido ao governo conservador de Weimar, de partidos direitistas e extremamente hostil aos propósitos estéticos da escola, a Bauhaus mudou-se para Dessau em 1925, local onde Gropius projetou sua sede funcionalista, e em detrimento do lema inicial "catedral do futuro", a escola passou a defender a integração da arte com a técnica. Porém em sua segunda fase a Bauhaus logo cedeu aos interesses da indústria, foi nela que Gropius encontrou refúgio e financiamento, após ser abandonado pelo sindicato e trabalhadores, fazendo então com que a forma seguisse a função, isso no entanto não impediu que em 1933 o nazismo fechasse a escola com o argumento de ser uma "escola comunista".

Dando continuidade aos princípios da Bauhaus a escola de Ulm trouxe no início o incentivo à produção simples de objetos funcionais, universalmente compreensíveis e acessíveis às diversas classes sociais, permitindo assim que todos pudessem adquirir bens de consumo de qualidade.

A partir dos anos 50 temos com o "american way of life" a euforia do crescimento econômico associado ao consumo desordenado e a uma felicidade e realização. Junto dessa euforia surge as estratégias empresariais de incentivo ao consumo, como a obsolescência programada. Assim o design se colocava cada vez mais a serviço do lucro e da lógica de consumo desenfreada.

Na década de 60 houve uma forte ampliação do crescimento econômico, por outro lado era crescente também, e cada vez mais recorrente a crítica severa a esse tipo de sociedade. Inicialmente nos EUA e mais tarde na Europa os movimentos estudantis criticavam a associação dos interesses empresariais com os produtos de design e propaganda, termos como "fetichismo do consumo" e "mainstream design" surgem envoltos de problematizações e pensamentos a respeito da economia capitalista como agentes de profundas desigualdades sociais cada vez mais recorrentes à época, começava assim a chamada contracultura.

O papel do design era cada vez mais questionado, e muitos profissionais conforme Schneider (2010) não queriam se ver no papel de cúmplice do capital, preferindo assim trabalhar de maneira experimental e de certa forma livre, atribuindo conceitos políticos ao design, no entanto os funcionalistas encontravam-se envolvidos nas ações tecnológicas e racionalista, atendendo as dimensões práticas e técnicas a favor da produção.

Cada vez mais, exigia-se um design que reagisse de forma inovadora às necessidades do mercado



- que se transformava permanentemente e cada vez mais depressa -, e que criasse e modificasse os objetos no sentido do styling. De modo geral o design não se orientou pelas regras sublimes da “boa Forma”, mas copiou, a partir de considerações econômicas relativas á racionalização da produção e dos custos, tanto o funcionalismo quanto a ideia de sistema de Ulm. Scheider (2010)

O anti design italiano ou design radical questionava a produção em série através de desenhos e foto montagens, e ramificações dele foram surgindo como Archizoom e Strum. O design era uma ferramenta política, de protesto e reflexão, não tratava apenas de mudança na sociedade mas também de uma mudança individual de comportamento, para que fosse possível trabalhos novos e socialmente significativos.

Muitos dos movimentos atuais, como o punk, beberam da fonte do anti design, o famoso Do-it-yourself , ou “faça você mesmo” é uma das expressões máxima retirada de tal movimento, juntamente com a linguagem subversiva tal prática pode ser identificada nos mais icônicos, criativos e eficazes cartazes de rua da historia, criados em assembleias gerais e produzidos artesanalmente, os cartazes do “Atelier Populaire” eram criações coletivas que envolviam cerca de 300 artistas, e ainda hoje sua eficácia é um exemplo para todos os que se preocupam com a arte de passar uma mensagem.



Figura 1 - Atelie Populaire



Figura 2 - Cartazes produzidos dentro do ateliê

Fonte - formes-vives.org

Apesar da grande repercussão nos meios de comunicação no final da década de 60 os movimentos aos poucos foram se dissolvendo ou absorvidos pelo capitalismo, o mercado se apropriou dos pensamentos da contracultura, os móveis pop inicialmente críticos à sociedade, tornaram-se meros acessórios de moda (Schneider, 2010).

Atualmente o universo do design se encontra em um ambiente totalmente plural, com múltiplos caminhos e visões, é perceptível o aumento de pensamentos e práticas que refletem sobre questões sociais, e do poder do design sobre a sociedade, nessa linha podemos identificar Victor Papanek com a importância da sustentabilidade e do design que atende necessidades básicas do ser humano, Gui Bonsiepe, Nigel Whiteley, Jorge Frascara entre outros, todos eles mostram que o design não apenas reflete a sociedade de uma época, ele causa impacto sobre esta, operando na maior parte das vezes em estado de contradição e paradigmas.

Muitos observadores afirmam com boas razões que o capitalismo especialmente na fase de consumo,

abriu para as pessoas a possibilidade de exercerem seu talento, vontade e julgamento numa medida até então desconhecida(...) Outros realçam com razões igualmente boas, o aumento do controle social sobre a vida individual. (Bauman 2008, p.89)

Atualmente a sociedade se encontra em estado catatônico diante da quantidade de informações que circulam por ela com tamanha rapidez e liberdade, as concepções de mundo e sociedade nunca foram tão dicotômicas e paradoxais, desde de como cada um se vê dentro da sociedade até a tolerância em relação a posição e postura do outro, o capitalismo em sua fase de consumo, oferece espaço para a liberdade humana maior do que o de qualquer sociedade conhecida, passada ou presente, e ao mesmo tempo apresenta grandes contradições sobretudo a exclusão e a diferença de oportunidades.

Muitas pessoas se angustiam diante de tantas possibilidades e da ausência das certezas, da mesma forma se desdobra o cenário atual da profissão de designer, tal angústia é uma característica pertinente a atualidade e aplicável a quase tudo o que nela se encontram. É bastante comum que nesta situação, o indivíduo se submeta a um líder e as suas ordens, desde que este, em troca, lhe dê um conjunto significativo suficiente para que o funcionamento do mundo seja explicado, ou seja, uma ideologia de mundo.

Bauman (2008) diz que a liberdade é uma benção confusa. No Design encontramos indivíduos sedentos por construir sua própria identidade e para isso gozam de total liberdade, uma liberdade da qual não se pode fugir, significando dúvidas e receios de errar, o que pode levar a passividade e obediência diante de ideologias e ensinamentos, aceitando o que lhe é oferecido como suficiente para entender o funcionamento do mundo do design, e dentro dessa falsa zona de conforto o indivíduo não vê necessidade de ter um pensamento crítico acerca de suas decisões.

### **3.3.3 Os muros de protesto e a prática do lambe.**

A prática de colar cartazes é antiga. De diversos estilos e formatos e com diferentes objetivos, propagam intenções e ideias no espaço geográfico que constituem parte da história da sociedade. O lambe lambe é basicamente uma resignificação do cartaz, visto que ao cartaz é atribuído um valor funcional e comercial e está relacionado à propagação de uma ideia, um produto ou serviço, já o lambe lambe que tem o cartaz como seu precursor, é atribuído um viés crítico e propõe uma ideia ou reflexão contrária a alguma conduta social ou desigualdade, pode também ser o resultado de trabalho de artistas que ocupam o espaço público com o

objetivo de espalhar suas criações.

Amplamente usado como técnica persuasiva e de divulgação, os cartazes foram adotados na Primeira e Segunda Guerras Mundiais como a principal ferramenta de propaganda política e manipulação das massas. No pós-guerra o cartaz assumiu o papel de poster, e decoração visto que o propósito já não era mais a informação (HOLLIS, Richar. DESIGN GRAFICO: UMA HISTORIA CONCISA. 2001. 264 p)



Figura 3 - Eu quero você para o exército dos EUA  
Fonte - site da Biblioteca do Congresso Estadunidense



Figura 4 - Cartaz Nazista exaltando as tropas alemãs  
Fonte - site da Biblioteca do Congresso Estadunidense

Segundo o site Olga Chiapim do site o Cluster (2015) a arte urbana teve início na década de 70 no Estados Unidos e se aproveitando da técnica do cartaz alguns artistas começaram a usar o lambe-lambe para intervir na cidade o surgimento do lambe-lambe como interferência crítica é atribuído ao artista americano Shepard Fairey, a propagação, não o pioneirismo, visto que alguns artistas já utilizavam de tal ferramenta antes dele (CARUSO, Hwa Young. *The Art of Shepard Fairey*. International Journal Of Multicultural Education. Nova Iorque, nov. 2008. p. 1-5.). Fairey, através de seus stickers, posters e lambe-lambes, encheu várias cidades norte americanas e européias com suas clássicas imagens em alto contraste.



Figura 5 - Uncle Scam, 2006 - Shepard Fairey  
Fonte - artnet

No Brasil a técnica teve como precursores alguns coletivos como o SHN, Faca e projeto Chã, início dos anos 2000. Conforme Oliveira (2015) foi em 2013 que a técnica adquiriu maior visibilidade, após os protestos ocorridos em junho em várias capitais do Brasil, que reivindicavam a suspensão do aumento da tarifa de ônibus e a implantação do transporte público gratuito, organizados pelo Movimento Passe Livre (MPL), o lambe-lambe se tornou um importante aliado para divulgar a agenda de mobilidade urbana do grupo e as ações programadas. Tal acontecimento, teve grande repercussão em todo o país, essa mídia alternativa se popularizou, principalmente nas cidades onde o movimento teve maior repercussão, onde é possível identificar lambe-lambes com diferentes discursos e narrativas.



Figura 6 - Intervenção na rua 23 de maio em São Paulo - pequeno tributo a uma alma iluminada neste mundo tão obscuro - Projeto Chã  
Fonte - Página do projeto no Facebook

O ato de se expressar pelos lambes pode ser feito por todos e para todos, mesmo que de início às disposições e colagens serão feitas pela autora do projeto tais cartazes estarão disponíveis para o público em geral poder intervir sobre eles, dando a oportunidade a todos de maneira democrática.

### 3.4 ENTREVISTAS

A fim de mapear a realidade atual do estudante de design, e abordar da melhor forma possível as diferentes visões acerca da prática do design foram elaboradas 3 perguntas, aplicadas por meio de questionário online no período de um mês, com diferentes perfis de profissionais, alunos e interessados na área.

1. Qual a função do design para você, e o que pode ou não ser considerado design?
2. Na sua percepção Design é arte? Ele é político\*?

(\*político no que diz a respeito a interferir no espaço público, onde são deliberadas e decididas as ações concernentes à coletividade)

### 3. Apenas designers podem fazer design?

No total foram coletadas 30 respostas anônimas, que compreendem, após processo de curadoria, o conteúdo dos cartazes finais da intervenção. (Ver anexo A)

## 3.5 ANÁLISE DE SIMILARES

A intervenção se mostra sem apresentações, de repente como uma perturbação no espaço, como uma anomalia, rompendo com a coerência do espaço onde os olhares se voltam sem saber antes mesmo de terem interesse, mas a observação vá além do que é apresentado, todo o ambiente em que a intervenção está inserida compõe a sua narrativa.

No âmbito de quem está intervindo não se trata apenas de um manipulador ou expositor, ele se apropria do espaço, do movimento das pessoas naquele lugar a fim de se comunicar e sensibilizar, neste ponto questões políticas, econômicas e sociais viram aspectos de leitura e compreensão da intervenção.

Como os cartazes são os objetos desta intervenção buscou-se materiais da mesma espécie que abordassem temáticas de reflexão ou crítica. Na análise foram observadas questões como de que maneira os elementos gráficos conversavam com o conteúdo abordado, e como ele se relaciona ou intervém no o ambiente em que é aplicado, se há um caráter cambiante que permite a sua adaptação em outros lugares, tais pontos foram analisados a partir dos seguintes critérios gráficos:

- Cor
- Tipografia
- Identidade Visual
- Suportes e Mídias
- Elementos que ajudam na persuasão do observador



## Projeto Frágil:



Figura 7 - intervenção do projeto Frágil

Fonte - foto cedida pela autora do projeto Natália Beatriz Barreira

O Projeto Frágil consiste de lambes colados em Florianópolis incentivando a reflexão acerca do potencial da pausa, são nesses pequenos momentos de trégua que há o entendimento da responsabilidade que temos em relação ao outro.

“Somos todos humanos. Frágil é esse respiro no dia, que irá unir pessoas a fim de mostrar que os seres humanos não se conectam na força, mas sim na vulnerabilidade. Através de uma plataforma digital interativa e ações paralelas, seja para rir ou chorar, frágil vai fazer os sensíveis respirarem outros.” (Projeto Frágil, 2016).

Os lambes do Projeto foram fixados em diversos locais como a Universidade Federal de Santa Catarina, e convidam o espectador através de imagens e manifestos a repensar no modo de vida em que está inserido, o projeto se compõe por cerca de 20 lambes, que se revezavam entre imagens e texto, de diferentes autores e por conta disso não seguem uma linearidade estética, porém são predominantes as cores contrastantes e tipografia não serifada, a disposição varia de local para local, porém sempre de maneira a estarem um ao lado do outro não havendo espaçamento entre as peças.

Requisitos gráficos:

Cor	Não há padrão de cor, porém há predominância de imagens em alto contraste.
Tipografia	Não serifada em sua maioria e predominantemente preta.
Identidade Visual	O projeto conta com logotipo em formato de borboleta formada por arestas aludindo a palavra frágil.
Suportes e Mídias	Lambes em diferentes formatos (vertical e horizontal) e tamanhos e meio digital.
Elementos que ajudam na persuasão do observador	Ilustrações, uso de contrastes e variedade de formatos e tamanhos.

Tabela 1 - requisitos visuais projeto Frágil

Projeto Contrataque:



Fig. 8 – Cartaz Contrataque convidando a população a participar do ato em Florianópolis.

Fonte: pagina do facebook do projeto

Trata-se de um projeto independente de viés político e ação direta pela ampliação dos direitos sociais e contra as políticas de retrocesso. Seus lambes são dispostos em diferentes pontos de Florianópolis, convidando a população a repensar seus direitos e se expressarem em relação ao cenário político atual, além de divulgar atos e manifestações. Os lambes seguem uma unidade estética, e fazem uso das cores magenta e preto para compor os lambes.



Fig. 9 - Lambes Contrataque colados em Ponto de ônibus.  
 Fonte: pagina do facebook do projeto

Requisitos gráficos:

Cor	Uso do preto e magenta, trabalho em alto contraste..
Tipografia	Predominantemente não serifada.
Identidade Visual	Identidade agressiva e com logotipo composto somente pelo nome do projeto.
Suportes e Mídias	Lambes em formato B (35x49,5 cm) e apoio digital.
Elementos que ajudam na persuasão do observador	Uso de contrastes entre cores, técnicas de colagem e identidade agressiva.

Tabela 2 - requisitos visuais projeto Contrataque

Projeto Amanhecer contra a Redução:

Inspirados no “No a La Baja” do Uruguai, o projeto Amanhecer contra a Redução, mobilizou artistas de Florianópolis para um festival de arte e cultura Contra a Redução da Maioridade Penal, com o intuito de debater sobre o tema, e alcançar e mobilizar pessoas.

Os lambes foram dispostos em bairros carentes e no centro de Florianópolis, tendo como objetivo mobilizar a população que seria mais atingida com a redução da maioridade penal, faziam uso das cores amarela e roxo e traziam ilustrações com estética mais infantilizada, fazendo alusão ao tema e propósito do projeto.



Fig. 10 - Lambe Projeto Amanhecer contra a Redução  
Fonte: Pagina do facebook do projeto



Fig.11 - Lambe projeto Amanhecer aplicado sobre muro no centro de Florianópolis.

Fonte: pagina do facebook do projeto

### Requisitos gráficos

Cor	Cores amarela e roxa.
Tipografia	Não serifada.
Identidade Visual	Identidade amigável e convidativa, conversando com o público menor de idade.
Suportes e Mídias	Lambes em formato B (35x49,5 cm) e apoio digital.
Elementos que ajudam na persuasão do observador	Uso de ilustrações e cores que conversam com o público alvo.

Tabela 3 -requisitos gráficos Projeto Amanhecer Contra a Redução

### 3.6 CONCEITOS

As definições do conceito deste projeto serão representadas a partir do três painéis, definidos através do método de Baxter (1998)

#### a. Paineis Tema Visual



Palavras-chave: Resistência; Questionamento; Crítica; Posição.

O primeiro painel visual trata da representação do tema abordado por esse projeto: a necessidade do pensamento crítico dentro do design.

b. Painel Estilo de Vida



Palavras-chave: Fluidez; Informação; Valores; Consumo; Rebeldia.

O segundo painel, por sua vez, liga as principais características dos usuários para o qual esse projeto se destina. Seus interesses e valores sociais aliados às dificuldades encontradas no dia-a-dia.



c. Painel Expressão



Palavras-chave: Tipografia; Punk; Impacto; Colagem.

O terceiro e último painel foca no produto da relação entre os dois painéis anteriores, tratando dos questionamentos e inquietações demonstradas pelo público-alvo desse projeto e busca elementos gráficos que venham a identificar e representar suas necessidades.

## Análise dos painéis

A função dos painéis semânticos é de traduzir através de imagens os significados e conceitos, fornecer diretrizes ao processo projetual. Baxter (1998), afirma que é por meio dos painéis que o designer consegue extrair conceitos de produto e a subjetividade fundamental ao desenvolvimento de um projeto. Por esse motivo, torna-se necessário ao designer desenvolver “[...] a capacidade de sintetizar a essência do produto por meio de uma imagem e, ainda, de extrair dessa imagem os elementos que caracterizam seu estilo” (SENNA, Carlos E. ; BIAVA, L. C, 2011). Senna ainda descreve que a sensibilidade do designer faz com que seu projeto deixe de ter imagens por si só, que podem ser ambíguas e muitas vezes não revelar conteúdos indispensáveis para a concepção de produtos.

A estética final do projeto será composta pelas cores amarela e preto, usando da estratégia de alto contraste entre as duas cores, linguagem punk, explorando repetições e colagem, porém atentando-se para não deixar a estética agressiva, de maneira a contemplar a maior parcela possível do público alvo.

O título Babel, está vinculado ao significado da palavra que é confusão, mistura de vozes, ou seja um reflexo do atual cenário do design, onde se tem vários caminhos e visões, e o profissional muitas vezes se vê extremamente perdido e confuso, com receios e dúvidas.

### 3.7 PROCESSO CRIATIVO

#### 3.7.1 Geração de alternativas

Para o desenvolvimento gráfico dos cartazes o primeiro passo foi a definição da estética que seria seguida nos cartazes, a partir dos painéis de baxter surgiu determinou-se o uso da estética punk e de impacto.

Está intrínseca nessa estética a questão da desordem e confusão, sendo assim certos elementos estéticos específicos foram definidos, primeiro a colagem, justapondo as imagens em relações dinâmicas em uma abordagem não racional, segundo a desconstrução do grid buscando uma expressão baseada na narrativa e contexto do conteúdo de cada cartaz, e por último o uso das cores.

Em relação ao formato, Villas-Boas (2008) cita três fatores que devem atuar nessa definição: custo, estética e usabilidade, por se tratar de lambes impressos em gráfica rápida e de poucas peças, e com finalidade de serem expostos sempre em meio público sem que passem despercebidos pela paisagem julgou-se necessária a impressão em um formato que fugisse dos convencionais da linha A suportados pelos equipamentos dessas

gráficas e birôs, porém a impressão em formatos até A3 atendia a questão do custo de maneira satisfatória, portanto definiu-se a composição e associação de duas ou mais folhas A3 para cada cartaz.

Por fim após a curadoria das respostas obtidas nas entrevistas houve uma análise da quantidade de informação textual a ser colocada nos cartazes, e desta análise definiu-se o uso de “camadas de informação” trabalhando com a diferença de tamanhos dos tipos, disposição dos elementos, destaque de grupos de palavras próximas, preenchimento de espaços negativos, etc, sempre a fim de uma exploração sistemática da forma tipográfica e pictórica, convidando e coagindo o espectador a se aproximar do cartaz para poder assimilar todas a informação disposta.

Para Timothy Samara (Grid construção e Desconstrução, 2007) a estrutura racional, ou grid, é apenas um dentre muitos sistemas possíveis para ordenar um material gráfico visual, sendo o contextos um dos fatores de maior relevância para se determinar o melhor sistema para um projeto, levando tal afirmação em consideração e a adoção da estética punk como a mais adequada ao projeto, um grid desconstruído foi adotado, quebrando estruturas pré concebidas, ou usando-as de uma nova maneira como ponto de partida a fim de estabelecer ligações verbais e visuais entre a imagem e a linguagem escrita, baseado no senso intuitivo de distribuição e composição, e priorizando a interpretação experiencial do conteúdo.

Segundo Samara em seu livro ensopado de Design Gráfico (2010) às vezes o conteúdo apresenta uma estrutura interna própria, que nem sempre o grid consegue esclarecer, quando esse conteúdo ignora totalmente a estrutura ele cria tipos específicos de reações emotivas no público alvo, e o designer obtém um envolvimento intelectual mais complexo do público como parte de seu contato com o objeto.

## Proposta 1

De início priorizou-se a informação imagética, porém isso conferiu um aspecto poluído e de baixa legibilidade das respostas, conforme mostra a alternativa de número 1 desenvolvida a seguir:

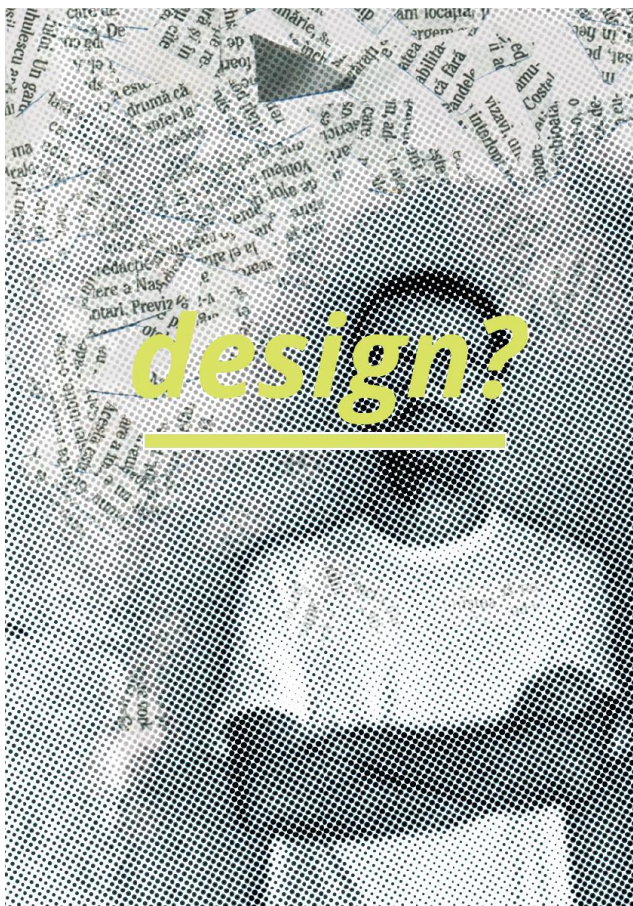


Figura 12 - primeira alternativa desenvolvida para o projeto

Fonte: autora

A primeira proposta buscou impactar através da imagem, com as respostas dispostas em pedaços de papel picado ao fundo e último plano, a pergunta em primeiro plano, e a imagem de um design contemporâneo famoso em um plano intermediário.

## Proposta 2

Para essa proposta foi explorada a técnica de desconstrução linguística, fazendo uso da variação dos pesos tipográficos, cores e alinhamentos, conforme Samara (2007) “palavras ‘fortes’ podem ficar em tipos maiores, ou em bold ou itálicos, de acordo com as tônicas da fala”, além disso a disposição do texto no cartaz traz a surpresa para o olhar do receptor.



Figura 13 - segunda proposta  
Fonte - Autora

## Proposta 3

Por fim concluiu-se que devida a grande quantidade de informação a ser transmitida elementos como o halftone somente dificultam a assimilação da informação pelo receptor, portanto ficou definido que seria usado somente um tipo de elemento gráfico imagético juntamente com o textual.











Considerando o público-alvo e a sua necessidade de persuasão, distração, questionamento e interesse, ficou definida a proposta 3 como a mais adequada para o projeto e ao conteúdo proposto, com estrutura solta composta por camadas de informações, de diferentes tamanhos e pesos, criou-se uma experiência cinética que remete aos cartazes de rua e ao conteúdo histórico da pergunta que cada um deles possuem.

A quantidade de cartazes foi pensada conforme o número de perguntas feitas nas entrevistas, sendo que uma das perguntas foi dividida em duas resultando em 4 cartazes, cada cartaz segue a ideia de camadas de informações juntamente com a informação semiótica da disposição das imagens e texto.

### 3.7.2 Fundamentação Criativa

O design moderno, estilo do séc. XX, surgiu de uma junção de movimentos artísticos e influências. Conforme cita Hurburt (2009) seu desenvolvimento não seguiu uma “simples progressão passo a passo de ideias e direções” (HULBURT, 2009).

Vários e significativos movimentos artísticos vieram a alterar em profundidade o curso de design. O ponto de partida para a revolução foi a exibição do quadro “*Les Demoiselles d’Avignon*”, de Pablo Picasso, no

Museu de Arte Moderna de Nova York. Mesmo ainda não sendo uma pintura definitivamente cubista, que, segundo Hurlburt (2009) é a fonte mais comumente apontada como origem da arte gráfica, o quadro já trazia muitos novos elementos até então mostrados apenas em pinturas egípcias e africanas, minimizando a ilusão de terceira dimensão.

Após o cubismo ser um movimento que causou profundas mudanças nas convenções de arte e design, o Dadaísmo foi mais longe, e derrubou toda a estrutura da representação racional. Hurlburt (2009) cita que “o dadaísmo influenciou nos designers gráficos de duas maneiras igualmente importantes: ajudou-os a se libertarem das restrições retilíneas e reforçou a ideia cubista do uso da letra em si mesma como uma experiência visual”. Extravagante, o Dadaísmo deve ser encarado seriamente, em virtude de suas contribuições para o design como um todo. Os Dadaístas utilizavam-se de ferramentas de colagem para impactar e criticar a sociedade no pós guerra. Giulio Carlo Argan (2002) afirma que a tese Dadaísta era a de “considerar falsa a direção tomada pela civilização, e encarar a guerra como consequência lógica do processo científico e tecnológico; era preciso, portanto, negar toda a história passada e qualquer projeto de uma história futura, e voltar ao ponto zero.” (ARGAN, 2002). Por esse motivo Hurlburt (2009) afirma que “a influência do movimento dadaísta perdurará enquanto artistas e designers sentirem a necessidade de protestar”.

Para esse projeto os movimentos artísticos e artistas que utilizam ou utilizavam ferramentas expressivas durante a composição de suas obras foram objeto de inspiração e referência, principalmente aqueles de cunho político-social, assim como o produto dessa pesquisa.

A influência do dadaísmo no design gráfico punk, são claramente perceptíveis na diagramação e na apropriação de imagens de ícones da sociedade para compor suas mensagens contestadoras. O dadaísmo recriou a arte e propôs uma nova visão para a estética artística e também para divulgação de seus trabalhos, o *punk* apresentou novas possibilidades na produção do design gráfico, quebrou o paradigma que estabelecia um padrão estético de boa forma para o setor. O uso da colagem, tendo fotografias como recurso, tem a capacidade de ilustrar e contar histórias ao mesmo tempo, sem contar sua capacidade de criação de novos significados a partir de conceitos pré-definidos.

O punk contrariou todas as formas de manifestações artísticas nos anos 70 e propôs uma nova linguagem. No design gráfico os meios utilizados para expressão eram as capas de discos, camisetas e os fanzines onde o improvisado imperava. Ao invés de fotos bem tiradas, usavam fotocópias de baixa qualidade, os tipos predominantes eram manuais ou montadas com recortes de revistas, no qual não havia o respeito a família tipográfica ou ao corpo de letra, o resultado chocava com a agressividade e

energia. Para Hollis (2010), o descontentamento do movimento punk era refletido nas obras de design gráfico, a falta de perspectiva de emprego para os jovens designers, os levou a afrontar a sua profissão com produções toscas e agressivas que destruíram o conceito estético dos anos setenta que estava influenciado por composições tecnológicas e complexas.

A capa do disco Nevermind The Bollocks - Here's the Sex Pistol representa uma síntese da estética punk. Ele foi elaborado pelo excêntrico designer britânico Jamie Reid, com o objetivo de quebrar as regras acerca das formas de composição vigentes e de ignorar, propositalmente, os preceitos de visibilidade, simplicidade e padronização.



Figura 14 - Capa do disco Nevermind The Bollocks - Here's the Sex Pistol Fonte - Blog Canções e Revoluções (cancoeserevolucoes.blogspot.com)

Analisando a imagem podemos perceber o uso das seguintes técnicas visuais: a irregularidade, que não segue uma uniformidade rígida,

assim valorizando o inesperado; a fragmentação, que representa a decomposição das unidades de um design, que, embora juntos, conservam sua individualidade; e a espontaneidade, que simboliza a impulsividade, não seguindo nenhum plano convencional. O título do álbum foi fragmentado, em duas famílias diferentes de tipos, assim causando estranheza e as tipografias apresentam variações tanto na forma quanto no peso da fonte.

### 3.8 PRODUÇÃO GRÁFICA

#### 3.8.1 Impressão e formato

O método de impressão de uma publicação depende tanto de fatores práticos, custo, quantidade e tempo, quanto de fatores estéticos como a qualidade da impressão, um conteúdo pode ser impresso nos mais diversos tipos de suporte, desde que este adequa-se e atenda aos objetivos gerais do projeto. A escolha do suporte é “uma decisão crucial no começo do processo de design (...) cor, gramatura e textura tem um importante papel na eficiência de uma peça” (Gavin Ambrose e Paul Harris, 2010).

Como já mencionado o projeto consiste de lambe impressos em gráfica rápida e de poucas peças, com finalidade de serem expostos sempre em meio público e de maneira que não passem despercebidos, desta forma era necessária a impressão em um formato que fugisse dos convencionais da linha A suportados pelos equipamentos de gráficas rápidas e birôs, porém a impressão em formatos A3 atendia satisfatoriamente a questão do custo, ponto chave para se promover esse tipo de intervenção onde o material deve ser todo reimpresso a cada local novo que for exposto, assim ficou definida a composição de duas ou mais folhas A3 para cada cartaz, a gramatura e tipo de papel foram pensados em relação a porosidade que permitiria uma melhor interação com a cola do lambe, sendo assim o papel escolhido para a impressão foi sulfite 75g, um papel fino, leve e de melhor adequação e compatibilidade com a técnica do lambe.

Um desafio era trabalhar com a composição iterativa das fotos, de modo que a disposição ficasse de maneira interessante no layout, após identificar as formas essenciais, ou seja tentar entender cada elemento visual da maneira mais simples possível, silhueta, de cada fotografia, o próximo passo foi ver como elas se comportavam de forma iterativa e próximas, buscando o arranjo que mais fosse atrativa onde o observador não percebesse apenas as formas mas também a existência de ritmo entre elas, ou tensão. Samara (2010) diz que uma composição visual forte consiste em relações visuais que se apoiam e reafirmam uma as outras, principalmente aquelas que chocam com as expectativas criadas por essas relações que se apoiam mutuamente.

Através de um jogo de proporções, repetição, e estratégias hierárquicas, por diferenciação, cartaz da Bauhaus que faz uso de escala, ou por continuidade, cartaz das cadeiras que explora a progressão espacial e intervalo, a composição é positiva pois contribui para que o observador navegue no conteúdo, além de muitas vezes guiar os olhos do leitor para a direção certa de leitura do texto.

A estilização das imagens também seduz o observador, o tratamento em preto e branco cria contraste, que ligada às diferenças de tamanho, espaçamento e posicionamento dão vivacidade ao cartaz. A estilização em preto e branco também confere abstração a imagem, a forma abstrata tem o potencial de transmitir mensagens mais fortes, por serem uma derivação do que é real, fazem conexões mais ricas com o público.

No cartaz das cadeiras temos a concepção orgânica e amorfa das imagens, já no cartaz sobre política e bauhaus nota-se o ritmo, em um com a estratégia de perspectiva vindo em direção ao observador e no outro o ritmo de propagação da voz, fazendo uma ligação com a ilustração presente na foto do cartaz.

### **3.8.2 Cor**

Ellen Lupton (2014) afirma que “o design gráfico já foi visto como uma atividade fundamentalmente em preto e branco” (ELLEN LUPTON, *Novos Fundamentos do Design*, 3ª ed., p.71) porém atualmente uso da cor passou de um luxo para parte integrante do processo de design, graças a revolução da editoração eletrônica, à democratização dos tipos de impressão, e ao interesse crescente do público por materiais impressos, o mundo está cada vez mais lotado de publicações coloridas, e uma maneira de se destacar é fugir do lugar comum e usar a cor de maneira inusitada.

O uso das cores complementares amarela e preta nos cartazes foram utilizadas para dar contraste e agressividade, porém sem a perda do equilíbrio, são cores que embora juntas, conservam sua individualidade. As imagens em preto e branco sobre o fundo amarelo, apresenta uma espécie de relação figura-fundo, Tom Fraser e Adam Banks (2007) afirmam que figuras escuras sobre um fundo vivo são muito mais confortáveis aos olhos, porém a composição busca a fugir do comum usando o uso predominante e uniforme do amarelo, uma cor de valor alto mas que junto do preto tem uma relação natural de figura fundo, obtendo-se uma composição harmoniosa.

### **3.8.3 Escolhas Tipográficas**

Emil Ruder em seu livro *tipografia* (1960) dedica um bom numero de pagina a apresentação do tipo como imagem, ressaltando as qualidades

visuais e semânticas de tipos variado. "Não confunda legibilidade com comunicação." a frase famosa do designer David Carson deixa claro que nem tudo o que é legível comunica, e se comunica não significa que comunica a coisa certa. Portanto qual a mensagem anterior à compreensão da mensagem por si? É a pergunta chave para o bom desempenho e uso da tipografia neste projeto.

Explorando ao máximo a quebra de regra e contrariando a premissa que a seleção da família tipográfica não deve ser feita de forma deliberada, a característica marcante da ilegibilidade tipográfica em certos momentos nos cartazes vem como forma de liberdade, reforçando o tom eclético e democrático do projeto, que tem a diferença de ideias e a divergência como ponto chave, privilegiando a atitude em detrimento da informação, o caótico no lugar da ordem e promovendo uma interação do designer-observador-cartaz.

Buscou-se privilegiar o potencial pictórico das fontes usadas ao invés da sua legibilidade, integrando-as com as imagens, e misturando livremente as mudanças de corpos, tamanho e inclinação, obtendo por fim uma representação semiótica da linguagem.

As configurações dos textos quase em todos os cartazes ignoram a estrutura convencional em colunas, explorando possibilidades alternativas de forma, e por vezes quando arranjada de forma colunar a composição toma um aspecto visual de textura.

## **4 CONCLUSÃO**

O design espelha o contexto social no qual está inserido. Resultado da combinação entre técnicas artísticas, tecnologias de produção/reprodução e objetivos mercadológicos, o design gráfico é tão inovador ou retrógrado quanto a sociedade que representa.

Com o desenvolvimento desse projeto pode-se concluir a necessidade massiva de se discutir a teoria do design, no desenvolver dele ficou evidente carência de profissionais e estudantes com pensamento crítico acerca da prática, no design é comum que não sejamos fomentados a nos atentar as relações sociais, aos fatores humanos que configuram o espaço em que vivemos, tal parte social é esquecida em exaltação de um design glamouroso, de figuras famosos e grandes marcas.

A intervenção convidou os observadores a participarem respondendo as perguntas dos cartazes, canetas foram dispostas e dois cartazes a mais foram destinados para a colaboração do espectadores.



Figura 15 - intervenção instalada no corredor do prédio A do centro de Comunicação e Expressão  
Fonte - foto tirada pela autora do projeto



Figura 16 - intervenção sendo instalada com auxílio dos alunos  
Fonte - foto tirada pela autora do projeto

Foram observados vários perfis de participação, alguns usaram a intervenção como local de crítica ao curso e professores, mostrando descontentamento, e questionando a falta de expressão e comunicação dentro do centro, outros usaram do espaço como local de divertimento, desenhando desde bonecos palitos, personagens e até mesmo órgãos genitais, não foi possível no entanto identificar se tal ato foi uma forma de protesto ou crítica por parte do autor do desenho, outro fato a se destacar foi o ato de em que um expectador escreveu a sigla CTC em todos os cartazes, se referindo ao centro tecnológico da universidade, talvez como forma de crítica pois as cores do centro são próxima as cores usadas pelos cartazes, ou explicitando a rivalidade que existe entre os dois centros, CCE e CTC. Além de tais pontos observados houveram aqueles que responderam às perguntas dos cartazes e trouxeram novos questionamentos.



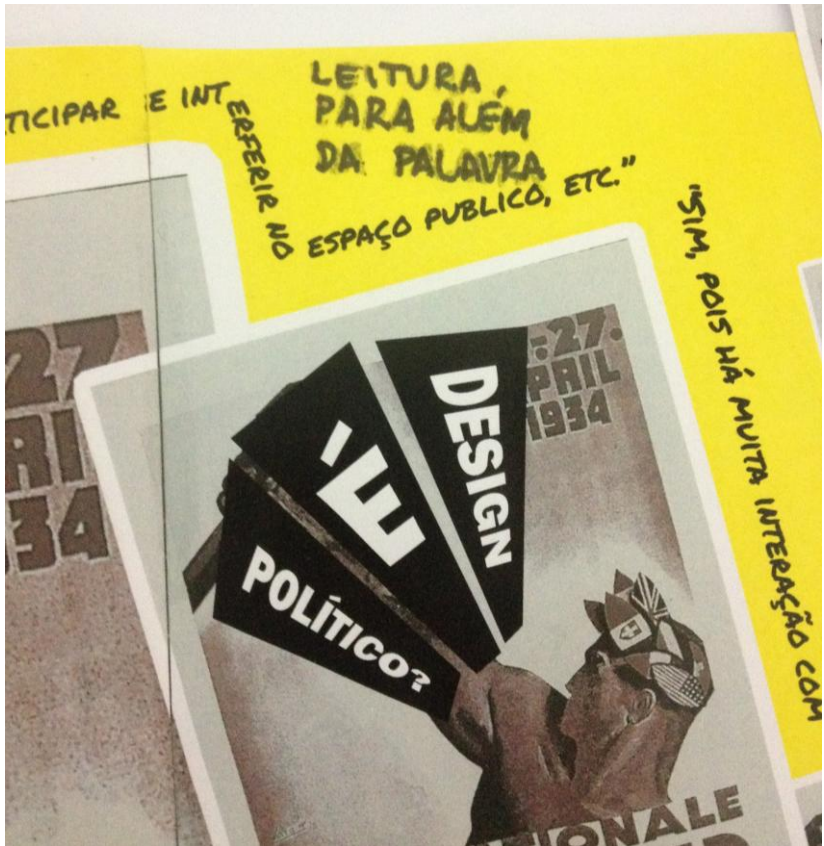


Foto 17 - Anotação do público  
Fonte - Foto tirada pela autora

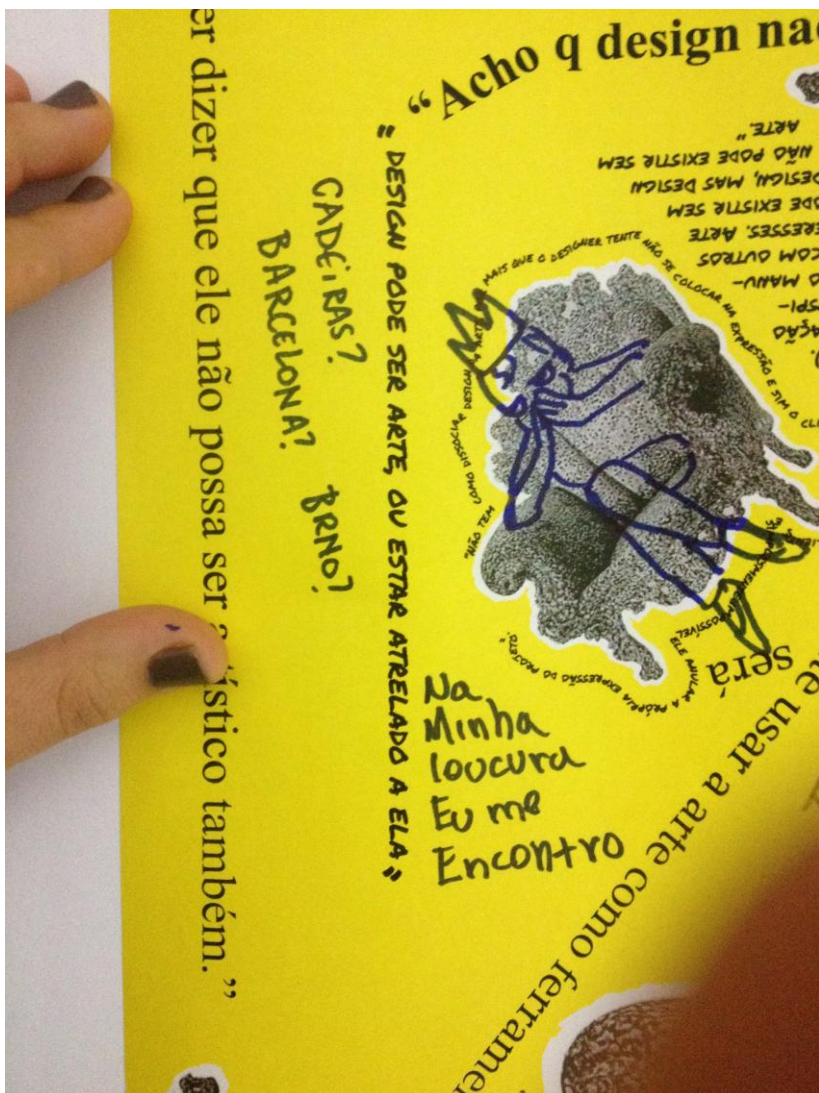


Foto 18 - Anotação do público  
Fonte - Foto tirada pela autora

DESIGNER "PROFISSÃO" QUE PEGAM TODAS AS BRISAS DO MUNDO IDEAL E PASSAM PARA O MUNDO  
principalmente do visual, não sei se deu de entender muito menos

mas finalmente, o que não pode ser considerado design, qualquer coisa que não seja colada para impregnar pessoas, seja no mercado ou em qualquer outra. Design tem que ser feito para o usuário final, e não para o designer, o grande beneficiário é o usuário final, e todo tem que ser pensado para que ele não precise pensar, quando entrar em contato com a criação."

"Pra mim design é pensar em como algo pode ser melhorado ou feito da melhor forma possível para quem vai usar o produto. Além da parte estética, o design também é funcional, para tornar o produto mais acessível e confortável para quem usa."

"Então eu acho mt louco como a gente não tem tem internalizado o que é o design e qual a função do design. Eu não me sentia apta a responder de uma forma precisa porque acho que só tenho alguns fragmentos. Para mim, design é um facilitador, uma solução para alguma problemática encontrada. Mas isso é tão abrangente que não define nada kk. Enfim, penso que o profissional 'Designer' é um ser que atua buscando a solução através de um projeto guiado por um método criativo."

*Se não designar*

"Design é solucionar. O que pra mim design tem a função de  
"pra mim design é  
'Designer' é um ser que  
"O design pra mim é algo que  
"O design esta

Foto 19 - Anotação do público  
Fonte - Foto tirada pela autora



Foto 20 - Anotação do público  
Fonte - Foto tirada pela autora

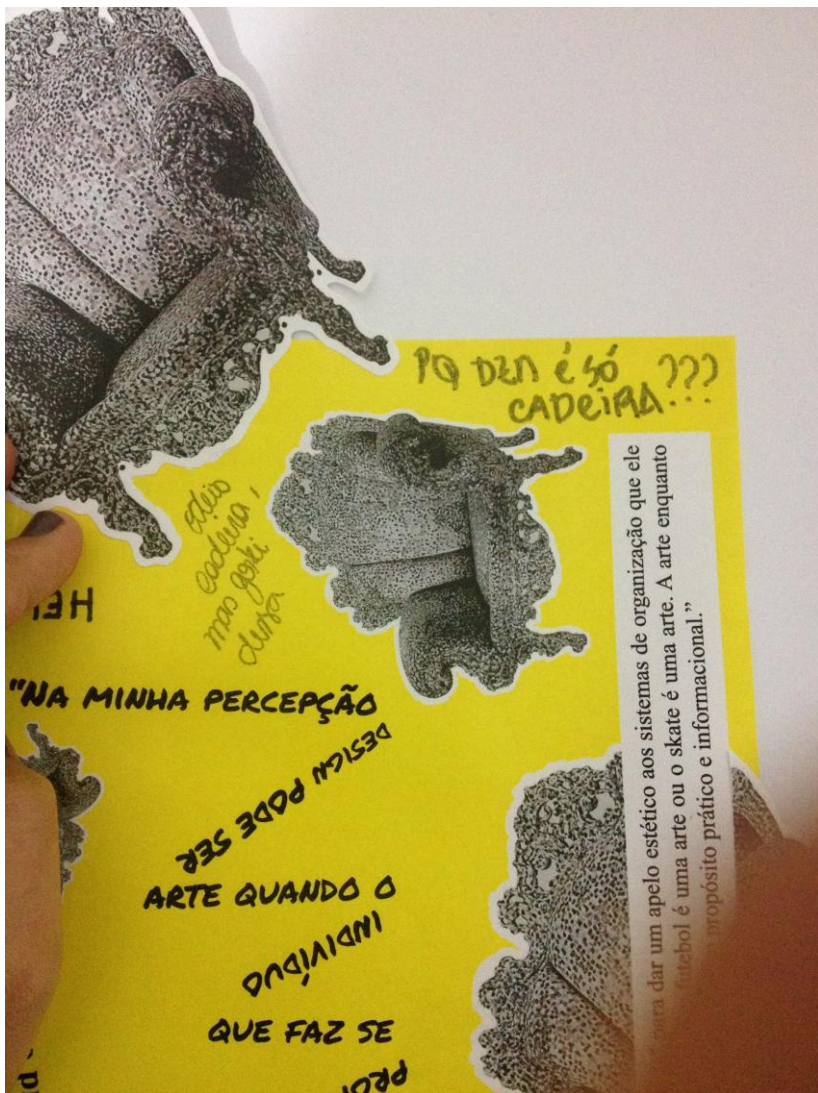
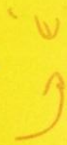


Foto 21 - Anotação do público  
Fonte - Foto tirada pela autora

Professores,  
Precisamos de  
cartazes amarelos  
gigantes para discutir:  
Função do DEU; Política, Arte.  
Sério isso? Vocês estão  
passando vergonha com essa  
história de #O DEZATINE para!

#Esperava Mais



É UM PCC

PÃO COM  
CANELA

Foto 22 - Anotação do público  
Fonte - Foto tirada pela autora





Foto 23 - Anotação do público  
Fonte - Foto tirada pela autora



Foto 24 - Anotação do público  
Fonte - Foto tirada pela autora

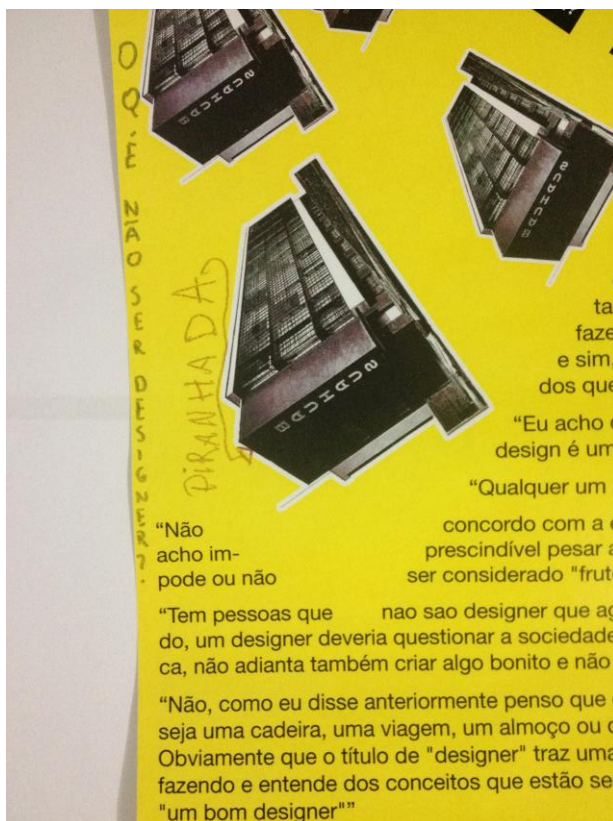


Foto 25 - Anotação do público  
Fonte - Foto tirada pela autora

Neste projeto ficou claro que nunca conseguiremos dar definições precisas ao design, o diálogo é mais que necessário, e muitos não entendem ou não querem entender a importância do estudo teórico, da discussão, da multidisciplinaridade, fato tão evidente que quantos são os designers que discutem em sala de aula filosofia, psicologia, artes, cultura?

Nos esquecemos que o design não opera somente em função de um

mercado, não é só a parte prática que define essa carreira, porém como saber o que nos define se nem o próprio designer sabe quem ele é? Fica evidente neste projeto que é necessário o oposto se apresentar para que algo possa se definir, é necessária a discussão, fomentar debates para buscar o esclarecimento.

O projeto traz de volta o espaço de conferência no ambiente de design, lembrando que o designer é sim um formador de opinião, e sendo assim espera-se muito mais do que simplesmente aceitar modelos impostos.

De maneira democrática e dinâmica a intervenção convida tanto alunos quanto professores a pensar sobre a sociedade fora da bolha acadêmica e mercadológica, retornando o investimento da sociedade, na formação da autora, com profissionais mais críticos e preparados para transformar uma realidade existente em uma realidade desejada Frascara (2004).



## REFERÊNCIAS

ARGAN, Giulio Carlo. Arte moderna: do iluminismo aos movimentos contemporâneos. Roma: Companhia das Letras, 2002. 709 p.

ARMSTRONG, Helen. Teoria do design gráfico. Greenwich, Connecticut, Eua: Cosac Naify, 2015. 208 p.

BAXTER, Mike. Projeto de Produto: Guia prático para o design de novos produtos. Tradução Itiro Iida. São Paulo: Blücher. 2000, 2. ed

BAUDRILLARD, Jean. O Sistema dos Objetos. São Paulo: Perspectiva, 2002.

BAUMAN, Z. A sociedade individualizada: Vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BECCARI, Marcos N. O Design a partir do Sistema dos Objetos de Baudrillard. In: Anais eletrônicos do 4º SOPCOM, 2005. Disponível em: <<http://www.esocite.org.br/eventos/tecsoc2011/cd-anais/arquivos/pdfs/artigos/gt009-odesign.pdf>>. Acessado em: 21 de novembro de 2016.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCI, Nicolla; PASQUINO, Gianfranco. Dicionário de política. Tradução: João Ferreira - Brasília : Editora da

BOMFIM, G. A. Metodologia para desenvolvimento de projetos. Campina Grande: UFPE, 1997, Universidade de Brasília.

BONSIEPE, Gui. Design, Cultura e Sociedade. Florianópolis: Blucher, 2011. 270 p.

BÜRDEK, Bernhard E. Design: História, Teoria e Prática do Design de Produtos. São Paulo: Edgar Blücher, 2006.

CARDOSO, Rafael. Design para um mundo complexo. Brasil: Cosac Naify, 2011. 262 p.

CARDOSO, Rafael. Uma introdução à História do Design. 3 ed. São

Paulo: Blucher, 2008.

CARDOSO, Rafael . Design, Cultura Material e o Fetichismo dos Objetos. Revista Arcos (ESDI/UERJ) , Rio de Janeiro, v. 1, n.1, p. 14-39, 1998.

CARUSO, Hwa Young. The Art of Shepard Fairey. International Journal Of Multicultural Education. Nova Iorque, nov. 2008. p. 1-5.

CHIAPIM, Olga. LAMBE-LAMBES: Uma arte democrática para colorir muros cinzas. 2015. Disponível em: <<http://www.ocluster.com.br/lambe-lambes/>>. Acesso em: 08 jun. 2017.

FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. Organizado por Rafael Cardoso. Tradução: Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HARRIS, Gavin Ambrose e Paul. Basics Design 08: Design Thinking. Londres: Reprint Illustrated, 2010. 200 p.

HOLLIS, Richar. DESIGN GRAFICO: UMA HISTORIA CONCISA. 2. ed. Londres: Wmf Martins Fontes, 2001. 264 p.

HURLBURT, Allen. Layout: O Design da Pagina Impressa. Serasota: Nbl Editora, 2009. 157 p.

LACAN, Jacques. O seminário 20 : Mais, ainda. Rio de Janeiro: Zahar 2008

LUPTON, Ellen. INTUIÇÃO, AÇÃO, CRIAÇÃO: Graphic Design Thinking. São Paulo: Gg, 2008. 184 p.

LUPTON, Ellen. Pensar com Tipos. Sao Paulo: Cosac Naify, 2013. 224 p.

LUPTON, Ellen. Novos Fundamentos Do Design. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MACIEL, Marcos A. E. ; Desenho Industrial e desenvolvimentismo: as

relações de produção do ensino de design no Brasil. 1. ed. Rio de Janeiro: Synergia Editora, 2011.

MATIAS, Iraldo. Projeto e revolução: Do fetichismo à gestão, uma crítica à teoria do design. Florianópolis: Em debate, 2014. 405 p. Disponível em: <<https://issuu.com/editoriaemdebate/docs/projeto-e-revolucao>>. Acesso em: 08 jun. 2017.

MELLO, Chico Homem de. O Design Gráfico Brasileiro. Anos 60. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008. 304 p.

MILLER, Daniel. CONSUMO COMO CULTURA MATERIAL. In: Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

SAMARA, Timothy. Grid: Construção E Desconstrução. Nova Iorque: Edgard Blucher, 2007. 207 p.

SAMARA, Timothy. Ensopas de Design Gráfico: Ingredientes Visuais, Técnicas e Receitas de Layout para Designers Gráficos. Nova Iorque: Edgard Blucher, 2010. 248 p.

SCHNEIDER, Beat. Design - uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico. Tradução: Sonali Bertuol, George Bernard Sperber. São Paulo: Blucher, 2010

SENNA, Carlos E. ; BIAVA, L. C. . O vídeo semântico como ferramenta projetual para o desenvolvimento de produtos industriais. Tríades em Revista, v. 1.2, p. 1-10, 2011.

UBALDINI, Marina Berretta Mori. Projeto gráfico para material didático sobre feminismo. 2015. 121 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Cen de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

VAN AMSTEL, Frederick. Dialética em processos de design. Disponível em: <[http://www.usabilidoido.com.br/dialetica\\_em\\_processos\\_de\\_design.html](http://www.usabilidoido.com.br/dialetica_em_processos_de_design.html)>. Acesso em: 21 nov. 2016.

## **ANEXO A – Perguntas e Respostas.**

### **1) Qual a função do design para você, e o que pode ou não ser considerado design?**

“Design é solucionar. O que não pode ser considerado design: algo estritamente intuitivo, 100% sentimento do autor. Sem Briefing e limitações.”

“Todo o projeto que visa solucionar um problema considerando aspectos estéticos, simbólicos e funcionais e que necessitam estar especificados para a reprodução em série, é Design. O que não é Design, é o que não considera isto, por exemplo a produção de um artesanato.”

“Pra mim, pode ser design todo o projeto que foi elaborado segundo uma metodologia, sendo esta baseada em etapas lógicas (que podem ser lineares ou não). São permeadas por um processo de gestão que deve considerar variáveis como (tempo, matéria prima, usuários, ciclo de vida do produto, etc). Claro que obedecendo a especificidade do tipo de projeto (gráfico, produto, moda...)”

“Transformar algo funcional em algo estético. Tipo, fazer algo construído apenas para ser funcional em algo bonito, pensando em ergonomia, usabilidade etc. Não acho que é "essencial" igual uns professores falam, que sem design nada existiria. Design faz as coisas que funcionam ficarem mais atrativas e ergonômicas.”

“Na minha opinião a/o/x designer é uma espécie de inventor. Uma pessoa cujo o maior objetivo do trampo dela é inventar coisas, soluções, comunicações e piras. É a "profissão" que pegam todas as brisas do mundo ideal e passam para o mundo material.”

“Pra mim design tem a função de melhorar as coisas, a vida das pessoas, de certa forma fazer do mundo um lugar melhor.. tudo que é criado com este intuito, pra mim, pode ser considerado design”

“É muito difícil definir design. Pra mim é associar praticidade a estética em "tudo" que venha a ser material ou não, desde uma embalagem ao visual de um personagem em um jogo, com a finalidade de facilitar a vida das pessoas ou simplesmente ser agradável aos olhos. E o que não é design, pode ser relativo demais, até o famoso "design de sobancelha", pode ter alguma técnica e estudo ali pra deixar o troço bonito ao contratante. Porque ao meu ver até mesmo o mau design, ainda é design mesmo sendo ruim ao meu julgamento.”



“Design é algo social, é algo que usa a arte para melhorar o dia dia das pessoas. Pode ser algo político sim!”

“Vejo o design como uma forma de projetar as coisas de forma lógica e eficaz. O design para mim funciona como uma ferramenta que processa as ideias e conceitos quando quero criar algo, seja um produto, uma peça gráfica ou até mesmo algo do dia a dia. Gosto também de pensar que o design é a "liga" que conecta diversos elementos distintos para construir algo único e inovador. Penso que não pode ser considerado design aquilo que não têm utilidade, que não foi intencional ou planejado, na minha concepção design está muito atrelado a "projetar", portanto não sendo projetado penso que não pode ser considerado design.”

“pra mim design é identificar problemas e solucioná-los. Facilitar, melhorar a qualidade de vida”

“Pra mim design é pensar em como algo pode ser melhorado ou feito da melhor forma possível para quem vai usar o produto. Além da parte estética, o design também é funcional, para tornar o produto mais acessível e confortável para quem usa.”

“Então eu acho mt louco como a gente não tem tem internalizado o que é o design e qual a função do design. Eu não me sentiria apta a responder de uma forma precisa porque acho que só tenho alguns fragmentos. Para mim, design é um facilitador, uma solução para alguma problemática encontrada. Mas isso é tão abrangente que não define nada kkk. Enfim, penso que o profissional 'Designer' é um ser que atua buscando a solução através de um projeto guiado por um método criativo.”

“Mesmo depois de formada é difícil dizer o que é design. pra mim, o design está em tudo, é forma, é tudo que pode ser tocado, o que nós podemos ver e sentir.”

“Eu acredito que o designer atua como quase um tradutor, um intermediário entre o interlocutor e o receptor, de maneira que a mensagem seja entendida de forma clara e sucinta, independente do formato disso - imagem, foto, impresso, etc - facilitando o acesso a informação.”

“Acho q pra mim no caso de design de animação tem uma função, q eu considero de extrema importância, de entretenimento, que pode ser político, em forma de manifestação crítica, ou ser simplesmente diversão”

“cara, acho q melhorar a vida da galera né, acho q unindo a praticidade e usabilidade das coisas à uma melhor confortabilidade dos sentidos, principalmente do visual, não sei se deu de entender muito menos se tô certo mas é minha primeira percepção”

“O design pra mim é algo que recorremos para adaptar um objeto em questão (seja virtual ou físico) para seu público”

“A função do design, pra mim, é a relação entre conceito e o material (resultado final); é comunicação; é estética; é projetar algo pro ser humano sem que ele usufrua "sem perceber". eu não sou ninguém né, mas pra mim design tem que ter no mínimo pesquisa+conceito+estética+função”

“Considero que design é um método de trabalho, que busca entregar valor para o usuário final, seja um produto, uma peça de divulgação ou um site. design é uma área extremamente holística, que envolve todo tipo de conhecimento, para que se possa entregar este valor com eficiência: negócios, artes, técnicas de expressão, antropologia, ergonomia, conhecimento do público, da cultura, do contexto em que a peça produzida será utilizada... e com as novas tecnologias, vai se tornar cada vez mais holístico. o que não pode ser considerado design: qualquer criação que não seja voltada para impactar pessoas, seja no mercado ou como impacto social. Design tem que ser feito para o usuário final, e não para o designer. o grande beneficiado é o usuário final, e tudo tem que ser pensado para que ele não precise pensar, quando entrar em contato com a criação.”

“pra mim a maior função do design (gráfico) é comunicar. acho difícil dizer o que é ou não considerado design, mas ainda acredito na ideia de que design significa projeto, portanto julgo que ele está presente em ações que foram pensadas e trabalhadas através de metodologias e medidas que buscam um propósito.”

“o design esta em tudo mas nem tudo pode ser considerado design”

**2) Na sua percepção Design é arte? Ele é político\*? (\*político no que diz a respeito a interferir no espaço público, onde são deliberadas e decididas as ações concernentes à coletividade)**

“Não considero arte, considerando a resposta anterior. o Design não é apenas o feeling do autor. Acredito que o design pode ser sim politico, pois pode participar e interferir no espaço publico, etc.”

“design não é arte, eles seguem direções opostas, a arte é subjetiva não está voltada a uma demanda, o design atende a uma demanda funcional e visa um resultado.”

“Sim, pois há muita interação com outras áreas, com suas posições e pontos de vista próprios do designer.”

“Excluo aqui todo e qualquer vínculo do termo político com aspectos relacionados a política partidária.”

“Mas no sentido amplo da palavra penso que sim. Pois, se o designer lida com a sociedade (seus problemas, suas demandas...) contribui para o desenvolvimento não só da economia, mas também da cultura e da sociedade como um todo, é impossível desassociá-lo da política.”

“Acho q design nao é tããão arte. Digo, ele usa a arte, mas é mais técnico, tem todo o processo projetual, metodologia teórica, etc. Arte é expressão, design é sempre pensando no mercado.”

“Na minha percepção design PODE SER arte quando o indivíduo que faz se propõe a realizar algo puxando o espírito essencial da arte p fazer o algo. E político, sem dúvida alguma, tudo o que fazemos tem uma carga política, mesmo quando não queremos que seja político estamos sendo políticos. Até a alienação é política. Não tem como fugir hehe.”

“É arte porque por mais que tenha todo um estudo, pesquisa e tal, a ideia vem de alguma percepção além, algo que ainda não está no mundo... é político, pois tem um peso e influência na sociedade”

“Design pode ser arte, depende da intenção de quem o faz, bem como pode (e deve!) também ser político, de modo a se tornar menos subjetivo e mais tangível ao público em geral.”

“Sim design pode ser arte, ou estar atrelado a ela, e ser político também.”

“Não e sim. Não, pois nem sempre uma obra de arte é planejada ou projetada, ela simplesmente é e se expressa, nesse caso não considero o design e sim, pois penso que tudo que se expressa pode ser considerado arte, como música, gastronomia, grafite e o próprio design. De um modo geral (teoricamente) não considero design como arte, apesar de achar que toda peça de design é uma obra de arte. Em relação à política, sim, penso que o design é bastante político e subliminar. Por se tratar de formas, cores e elementos que mexem com as nossas emoções e pensamentos, penso que o design é bastante relevante nos contextos sociais ou políticos. Somos a primeira impressão e garantia de qualidade de comunicação e até de expressão, portanto vejo o design como um fator decisivo nas escolhas que as pessoas fazem, na forma como elas se comunicam e no modo como fazemos política.”

“Design não é arte, mas isso não quer dizer que ele não possa ser artístico também. O design é político do início ao fim, do tema ao material escolhido, do conteúdo ao público alvo.”

“Não, design é do mesmo campo que a engenharia e a arquitetura, ele é feito algo pra alguém, pensando no consumidor e não apenas obra do designer, tanto que tem metodologia né? a arte não tem metodologia.”

“Essa pergunta é muito abrangente, pq o design ele não é político mas pode ser, qualquer profissão pode ser politica se olhar no campo da mudança e governança social, mas não é sua função, ele interfere no modo da função de mandar a informação mas não necessariamente é política essa informação, entende?”

“Acho que pode ser arte e pode ser político. O design focado na parte estética pode ser uma peça de arte e o design feito para as pessoas é político, pois pode atuar no espaço público diminuindo as diferenças, como também pode ser usado de maneira maliciosa para manipulação de opiniões.”

“Não tem como dissociar design da arte, por mais que o designer tente não se colocar na expressão e sim o cliente e os conceitos do cliente, é simplesmente impossível ele anular a própria expressão do projeto. Claro que é político, toda a comunicação e expressão é política. Ainda mais se levar em conta o potencial que o design tem para atuar nas mais diversas áreas, podendo ter uma grande influência dentro da cultura em que estiver inserido.”

“Acho que o design não necessariamente é arte, mas pode ser. acredito que muitas vezes perca o cunho político quando é apenas voltado pro mercado e para gerar lucro, mas existe sim design político e esse é o melhor "tipo" de design.”

“Esse é polêmico hahahahaha. Acredito sim que o design seja político, mas não que seja arte. Talvez por ele ser metodológico, acho que na nossa profissão forma segue função (ou assim deveria ser) e no meio artístico função segue forma. O designer geralmente constrói algo tendo em mente toda a parte estratégica, enquanto a arte apenas existe (isso é uma opinião minha, não uma verdade hahahahaha).”

“É artístico e/ou político quando é, não consigo explicar de forma melhor aiuehaiuhaeiuae mas às vezes é, às vezes não, ou então o que é ou não, poderia ser excluído do que se é design, saca, tipo, se é político é design se não, não é, ou o design às vezes é político e às vezes não? meu deus sou horrível”

“Design não é arte e nunca será (ou não deveria ser). pode até usar a arte como ferramenta, mas em essência não é. E creio ser político, como tudo que fazemos (conversas, alimentação, costumes, etc etc etc)”

“O design utiliza diversos componentes do que chamamos "arte" para dar um apelo estético aos sistemas de organização que ele cria. Também pode "ser" arte

assim como a culinária é uma arte ou o futebol é uma arte ou o skate é uma arte. A arte enquanto profissão ou ofício, tem propósito estético e experimental. O design tem um propósito prático e informacional.”

“design pode ser arte, mas não é, necessariamente, arte. [não sei se entendi mt bem essa segunda parte mas] pra mim design é político sim; design é feito pro ser humano, logo, ele é político”

“Na minha percepção, Design se utiliza das artes para entregar valor. porém, não é arte puramente, e sim a arte aplicada ao mercado (ou para impacto social). não é apenas inspiração artística, é a inspiração sendo manuseada com outros interesses. Arte pode existir sem Design, mas Design não pode existir sem arte.”

“Design pode ser e pode não ser político. mas tem sim um grande potencial em ser político, e em influenciar no pensamento humano, pois é uma forma de propagar cultura. por isso é tão importante a questã ética, pois se você está sendo pago para fazer "design do mal", você está contribuindo com a propagação deste mal, e perpetuação de conceitos negativos.”

“Eu não acho que design é arte per se. entretanto acho que ele pode caminhar lado a lado com o meio artístico. “acho que o design ainda não é político como deveria, ele deveria exercer um papel maior em várias discussões, mas ainda não é encarado dessa forma.”

### **3) Apenas designers podem fazer design?**

“Não tenho opinião 100% formada sobre isso, pois conheço pessoas que trabalham com design, entendem de design, e não possuem a formação/graduação. Porém, acredito que no mercado de trabalho, há relevância ter prestado pelo menos parcialmente a graduação, pois querendo ou não ela é fundamental para o desenvolvimento e crescimento de um profissional da área”

“Não, pois estudos similares podem ser adquiridos em outros cursos e também através da própria experiência e prática em projetos.”

“Se legalmente a profissão de design não é regulamentada (no caso do Brasil), não há como limitar a execução de projetos de Design somente por profissionais formados em Design. Porém penso que uma boa formação (mesmo que autodidata) seja o mínimo necessário para que se faça um bom projeto.”

“Não, qualquer um pode e deve fazer design, n precisa de um diploma, n precisa de regulamentação de governo. Se a pessoa sabe fazer e faz bem, não vejo pq nao deve trabalhar, e sim, ser mais reconhecida que designers formados que não são tão bons”

“Eu acho que achar que só designers podem fazer design é um egocentrismo do

caraió. Apenas...”

“Qualquer um pode fazer design na minha opinião”

“Não concordo com a elitização da profissão ou do profissional, mas acho imprescindível pesar alguns critérios para se determinar se algo pode ou não ser considerado "fruto" de design.”

“Quando eu estava no começo do curso achava que sim, era a favor de regulamentação e tudo mais. Porém conforme fui estudando e debatendo sobre o assunto com colegas cheguei a uma conclusão de que design pode ser feito por qualquer um, já que existem muito autodidatas que tem muito mais habilidade e talento em certas áreas da profissão do que algumas pessoas com diploma”

“Tem pessoas que não são designer que agem e criam tanto quanto um designer formado, um designer deveria questionar a sociedade e ter uma sensibilidade inclusive antropológica, não adianta também criar algo bonito e não ter função, as duas coisas tem que ir junto”

“Não, como eu disse anteriormente penso que o design é projetar e todos nós projetamos, seja uma cadeira, uma viagem, um almoço ou qualquer outra coisa que pode ser projetada. Obviamente que o título de "designer" traz uma garantia de que o projetista sabe o que está fazendo e entende dos conceitos que estão sendo aplicados, porém não é isso que define "um bom designer"”

“A partir do momento em que se está fazendo design a pessoa passa a ser designer, não é um diploma que determina o que vc sabe ou não.”

“Não, mas para ser design tem que seguir a receita (metodologia, noções composição, resolver problemas, ter função final)”

“Acho que um design bem feito é feito por quem tem conhecimento, a pessoa pode não ser formada em design, mas ter estudado sobre e conseguir fazer um bom design”

“Primeiro tem que definir bem o que é Design, mas acho que não. Talvez na área do produto fosse interessante um maior controle já que tem a questão de segurança do consumidor na manipulação do produto. Mas não vejo grande necessidade de limitar quem pode ou não atuar no design, ainda mais se for com base num título acadêmico. Design já é elitista e higienista demais pro meu gosto.”

“Não. qualquer pessoa pode fazer design.”

“Se a pessoa (que não cursa design) faz design, isso torna ela uma designer, não? Se ela é uma boa designer ou uma má designer, é outra história. Mas cabe a qualquer designer mostrar o valor do seu trabalho. Se a pessoa está competindo projetos com o "sobrinho", é porque tem algo de errado, e não é com o cliente”

“Acho q design é um projeto de fases, e o q pode ser considerado design pra mim é quando essas fases são seguidas, ou se for pra quebrar elas, tem q ser desconstruído por alguém que saiba q elas existem primeiro”

“Então não acho q qq pessoa pode fazer design, mas acho q qq pessoa pode aprender design sem faculdade ou curso e os caraio”

“Com certeza q não, academicismo de cu é rola, embora seja difícil ter acesso à bons conhecimentos de qualquer área fora da academia”

“Obvio que não kkkk um bom designs é outros 500”

“Não. O ato de parar pra pensar e planejar uma atividade antes de executá-la já pode ser entendido como design”

“Não, mas as pessoas não-designers não irão saber que estão fazendo design. design é mais do que projetar, é saber o que tá sendo projetado, porque, pra quem, o que tem que expressar, como vai ser utilizado etc etc etc”

“Discordo. o conhecimento do que é design está disponível para todos, independente de ser formado em uma universidade. conheço bons designers que não tem formação, ou que tem formações bem básicas, pois são autodidatas. existe conhecimento e mercado de trabalho para todo mundo, e isso só vai crescer nas próximas décadas.”

“Eu acho que sim. porém, pensando mais pelo lado de que eu acho que as pessoas tem que ter responsabilidade com aquilo que elas colocam pelo “mundo a fora”. acho que a formação existe por um motivo e ela auxilia a gente a alcançar um patamar onde aquilo que está sendo trabalhado no mundo do design pode trazer segurança de que está sendo feito da maneira certa. mas né, infelizmente as coisas não funcionam bem assim ainda.”