

# SEMIÓTICA E GESTÃO DO DESIGN

3

# III- Questões do Design

A palavra  
**DESIGN**  
é capaz de conter  
diferentes idéias

Semiotizando:

O *Significante* **DESIGN**,  
pode conter diferentes  
*Significados*

Cada um deles atendendo  
a uma função ou  
destinação

Tomando sua *etimologia*  
latina podemos nos referir a  
designação, desígnio,  
apontamento, marca,  
indicação

Pela *etimologia* francesa,  
se refere ao próprio ato de  
desenhar, designar

Se tomarmos o caminho do  
inglês, vamos encontrar  
intenção, propósito, projeto  
ou arranjo estético de um  
dado conjunto de formas  
gráficas, impressas ou de  
um produto

Esta última versão é a que  
nos parece mais próxima  
do que podemos entender  
por DESIGN  
sem nos darmos a um  
trabalho teórico muito  
profundo

De modo geral o *Design* se  
refere à  
***concepção de algo,***  
qualquer coisa que seja

Desde os primeiros produtos:  
das armas e ferramentas pré-  
históricas até as criações mais  
arrojadas de bens e utensílios,  
publicações, embalagens,  
acessórios, indumentária,  
veículos, mobiliário até o web  
design, tudo é projeto

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be 'Junc'.

Conceber algo a partir de  
uma idéia, de uma  
proposição ou de uma  
necessidade é a meta e a  
finalidade do Design

Não quer dizer que se  
conceba a partir do nada,  
mas há sempre um ponto de  
partida, algo que já exista ou  
não, mas destinado a  
cumprir um fim num  
determinado contexto social

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be the name 'Jana'.

No contexto do *Design de Produto*, há dois aspectos relevantes que mobilizam a reflexão, desde a concepção da Bauhaus, que é a busca pela integração entre Forma e Função

Primeiramente, podemos dizer que a *forma* de um produto é, antes de tudo, um *conceito*, independente da aparência que possa assumir

Entretanto, para que a *forma* possa revelar um conceito, ela também deve se submeter à *função* que irá cumprir e, ao mesmo tempo, não se distancie do caráter *estético*

Portanto, estes três fatores  
devem estar em  
consonância para que um  
objeto de Design seja  
eficiente, ao falarmos em  
eficiência, entendemos o  
conceito de *Gestão*

Portanto, é a Gestão que organiza todo o processo produtivo, levando o Design a buscar o atendimento eficiente de uma dada função, juntamente com a adequação do produto esteticamente à forma

Como dissemos  
anteriormente, o que  
mobiliza a realização de  
produtos, quaisquer que  
sejam eles, no contexto  
contemporâneo, são  
***Valores***

Portanto, podemos dizer  
que na atualidade o Design  
lida também com *valores*,  
antes de lidar com forma ou  
função

Embora a idéia de valor seja ordenada em diferentes frentes conceituais, na moral, na ética, na filosofia ou na economia, podemos dizer que é alguma coisa que qualifica, identifica ou positiviza algo

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be the initials 'JMC'.

No contexto do design o valor é algo que suplanta a mera realização do objeto enquanto circunstância pragmática ou fatural, é um *Plus, algo mais*, que não implica necessariamente na matéria da qual o objeto foi feito

O valor, neste caso, é intangível, mas também é passível de transformar-se em bem na medida em que é incorporado a um produto

Um bem autoral de propriedade intelectual é capaz de se configurar como patente ou marca é um valor autoral e, ao mesmo tempo, patrimonial

Na cultura e na sociedade  
capitalista, os objetos de  
criação intelectual tendem  
a se configurar também  
como valores econômicos

Podemos dizer que o Design surgiu originariamente da Arte mas, desde o começo passou a dedicar-se ao cumprimento de funções mais pragmáticas, diferentes da função essencialmente expressiva da Arte entendida como “Pura”

A small, stylized handwritten signature in the bottom right corner of the slide.

Num certo momento da história  
se acreditou que o Design  
fosse exclusivamente Arte  
Aplicada, ou seja, entendia-se  
que um objeto, ao ser criado,  
poderia assumir  
simultaneamente um valor  
poético e pragmático

Acreditava-se também que impor a um objeto um estilo seria o suficiente para dar-lhe validade histórica, torná-lo “artístico”, no entanto, a Modernidade reordenou estes valores e colocou as coisas num outro patamar

Separar a arte em *Pura* ou  
*Aplicada*, nada mais é do  
que falar de coisas  
completamente diferentes  
uma da outra, já resolvidas  
e esquecidas pelo passado

Falar em Arte Pura, seria o mesmo que dizer que a única função da Arte é expressiva, ou seja, não atende a nenhum apelo social, não se propõe a nenhuma discussão teórica ou conceitual

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be the name 'Jana'.

Por outro lado, falar em Arte Aplicada, seria o mesmo que admitir ser possível incorporar a certos objetos, aspectos artísticos, mesmo que eles não cumpram funções artísticas, ou seja, nem são Arte, nem são úteis

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the page, appearing to be the name 'Jana'.

Mas se levarmos em conta  
a **concepção** de um  
produto, qualquer que seja  
ele, vamos perceber que o  
**Design** existe desde os  
primórdios da humanidade

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be the name 'Jana'.

A apropriação de alguma coisa para realizar uma tarefa ou função, já pressupõe o desenvolvimento de conceitos, o exercício da capacidade criativa, cognitiva para encontrar soluções ou aplicações para aquilo que se propõe realizar

Desde a simples  
apropriação dos materiais e  
produtos que o ser humano  
tinha à sua volta, na  
natureza, usando-os para  
realizar as suas tarefas no  
dia a dia já continham em si  
um princípio de Design

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be 'Junc'.

Talvez tenha sido a  
*alavanca* o primeiro  
instrumento ou ferramenta  
que o ser humano  
desenvolveu

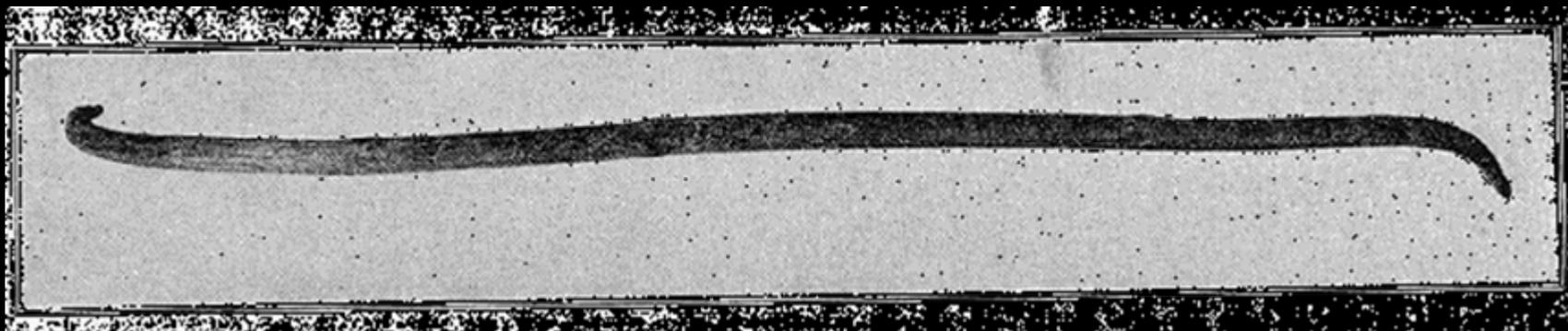
A partir de um simples pedaço de madeira ele era capaz de realizar proezas potencializando sua força, mover ou remover pedras e troncos, daí para descobrir a força bélica de uma pedra fixada na extremidade de um galho foi um passo mais curto

A small, stylized handwritten signature in the bottom right corner of the page.

Uma pedra fixa na  
extremidade de uma haste  
de madeira era um martelo,  
um machado ou uma clava.  
Ferramenta ou arma, tanto  
abatia árvores, animais ou  
mesmo os inimigos

Por outro lado, tornar uma  
alavanca mais eficiente,  
ergonômica ou  
personalizada, já admitia  
um projeto de Design mais  
sofisticado

Uma vara com duas  
extremidades curvilíneas se  
transformava num  
arremessador de dardos.



Antes dos arcos, atirar flechas  
era mais difícil

*Jan*

Simple ossos podiam  
cumprir esta função



Podia incorporar outras formas, mantendo a função



*Jan*



*Jan*



*Jan*



*Jan*



*Jan*

Lascar pedras com o intuito  
de obter instrumentos  
cortantes, como setas e  
silex



*Jan*

Ou facas

*facas*

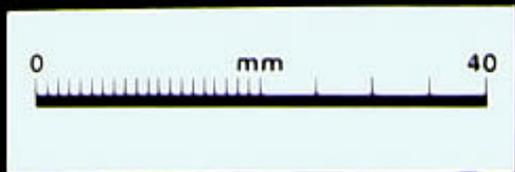


*Jan*



Machados

*Jane*

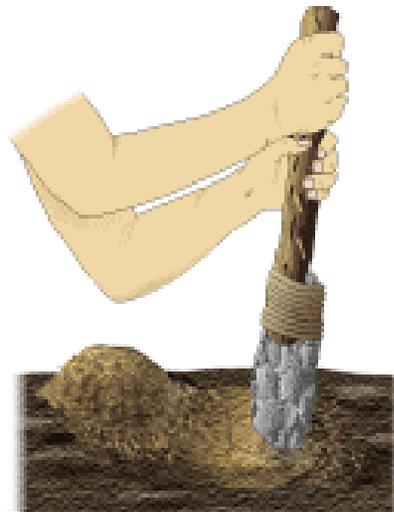


SPAC

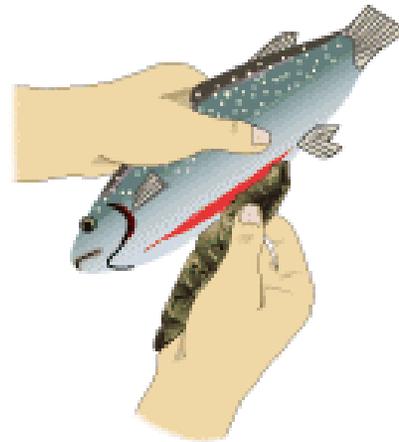
**Ground-Edge axe**  
(used for chopping)



**Flaked-Edge adze**  
(used for woodworking)



**Blade knife**  
(used for slicing)



**Arrowhead**  
(used for hunting)





*Jan*

Além de lascas pedras, aos poucos, foram sendo desenvolvidas outras técnicas de transformação de materiais, uma das primeiras delas foi a modelagem

Modelar a argila e fabricar  
um recipiente, um  
*container*, para guardar  
sementes, água ou  
depositar seus mortos,  
também implica em projeto  
e Design



*Jan*

Um container,  
independente de ser  
ornamentado, cumpre sua  
função original que é a de  
proteger e de conter

Mas porque projetá-los com  
ornamentos?



*Janet*



*Jan*

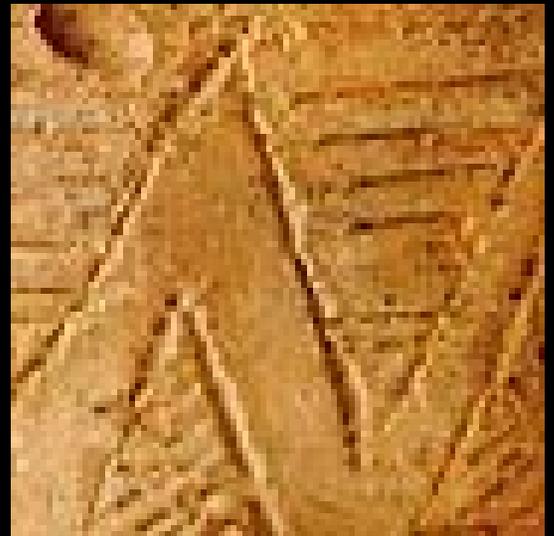


*Jan*



Podemos pensar que assim  
ele revela uma identidade,  
uma pertinência, uma autoria  
ou simplesmente é mais  
agradável ao olhar, ao  
apreciar, neste caso estamos  
envolvendo a função estética,  
ou seja, a arte

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be the name 'Jana'.



*Jan*



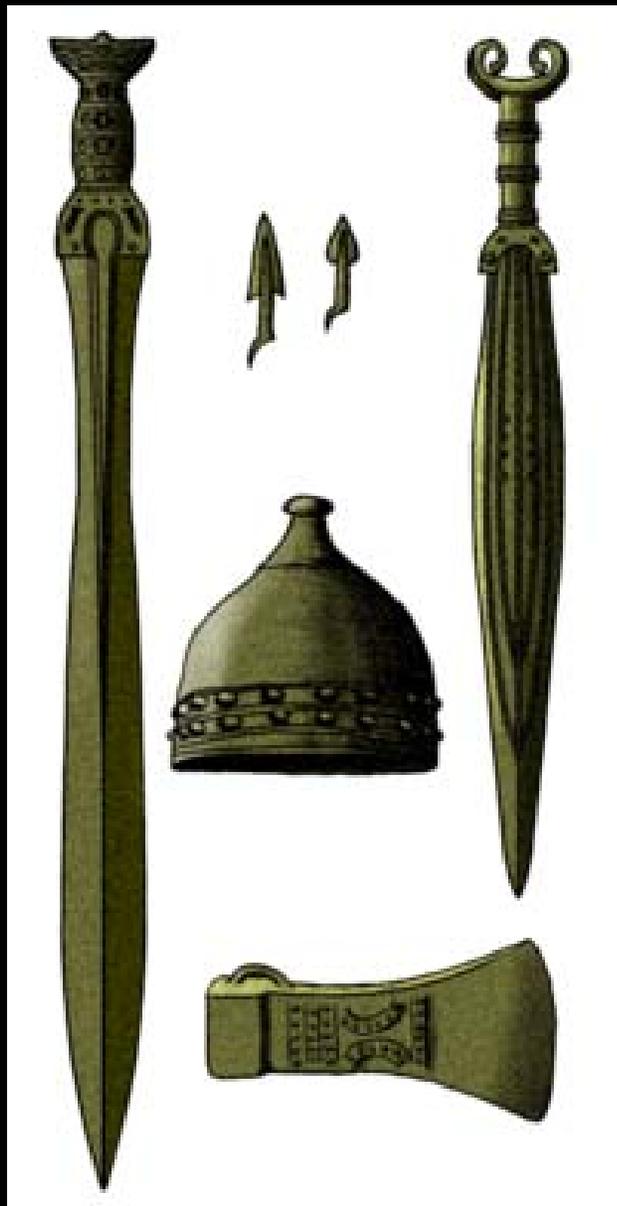
Copyright © 2005  
Clinton County Historical Association

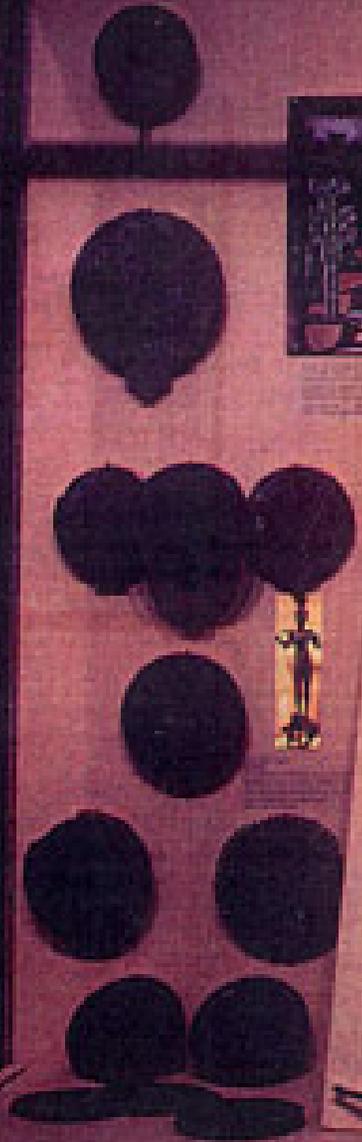
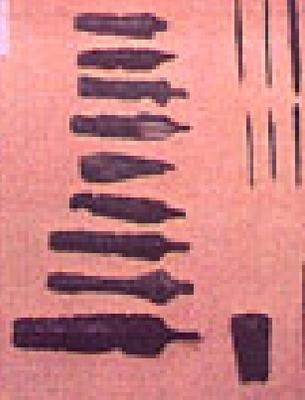
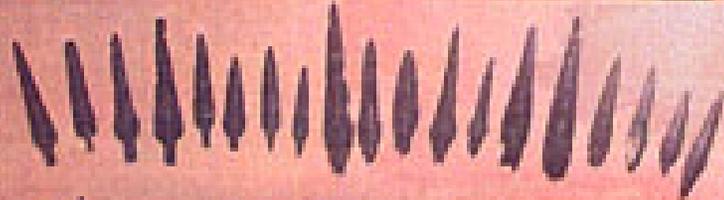
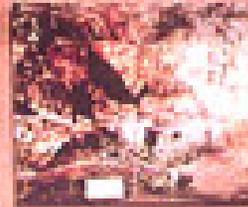
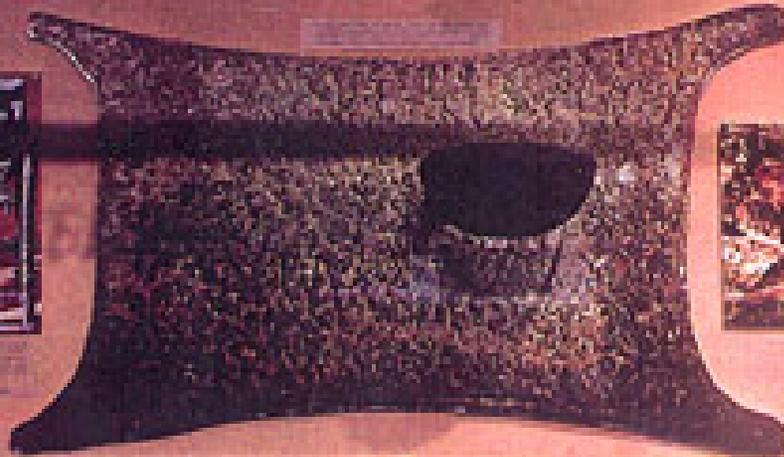
*Jane*



*Janet*

Na medida em que a vida selvagem era abandonada e as civilizações surgiam, mais objetos também apareciam, apropriando e transformando outros materiais como a terracota, depois a cerâmica, os metais etc





Small text label above the large rectangular object.

Small text label below the small framed photograph.

Small text label to the left of the large pointed objects.

Small text label between the two rows of pointed objects.

Small text label below the two photographs on the right.

# The Bronze Age





*Janet*

Os objetos marcam dois  
aspectos distintos das  
civilizações:  
Sua tecnologia e  
Seu estágio social

Quanto à tecnologia  
depende de técnicas e  
materiais para poder  
produzir instrumentos  
capazes de tornar sua  
vida mais fácil

Abreviando seu trabalho,  
auxiliando no abate de  
árvores, na caça dos  
animais para sua  
subsistência e também na  
guerra

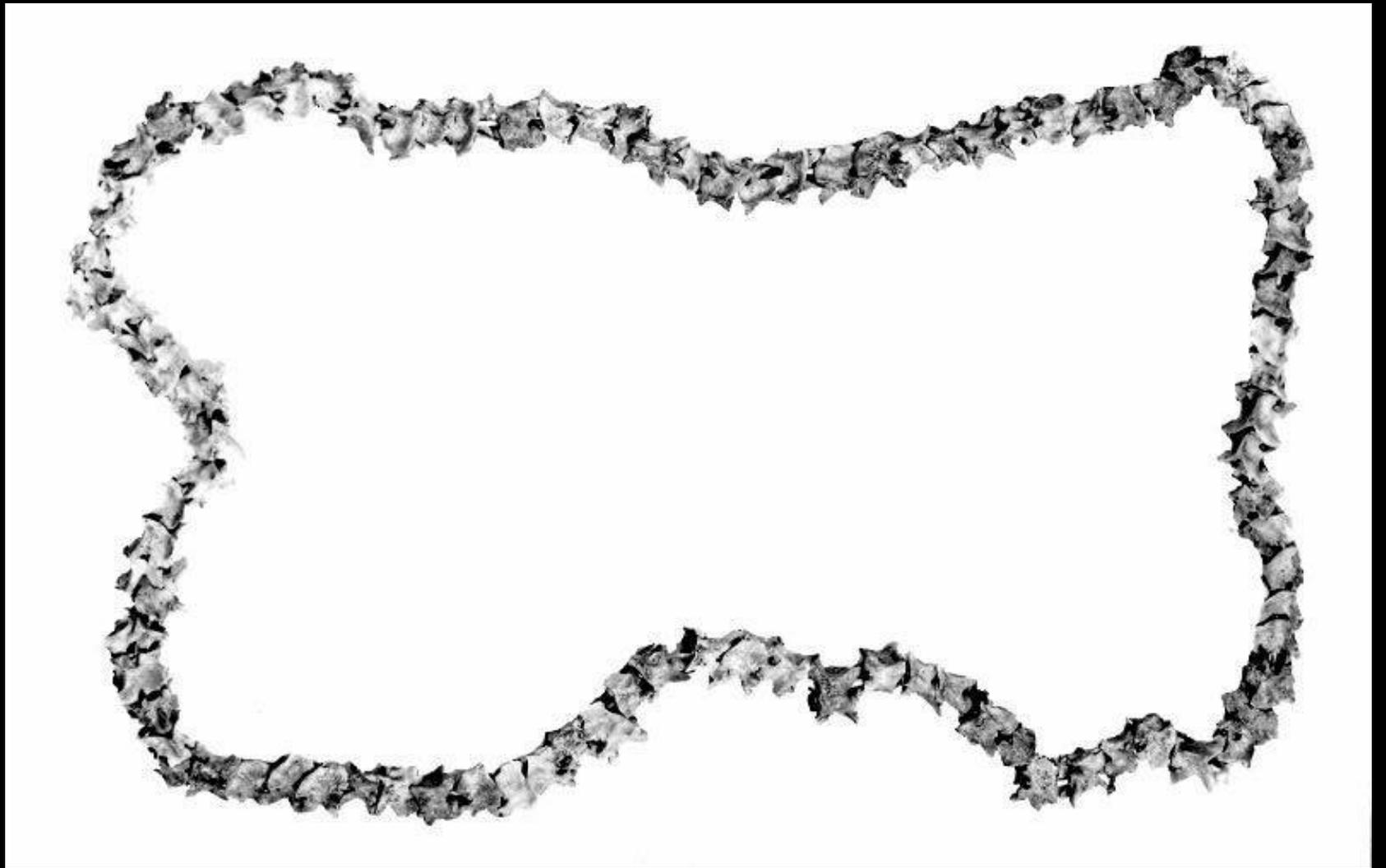
Quanto ao seu estágio social,  
depende de conceitos e  
propósitos mais complexos em  
que entram fatores menos  
pragmáticos como o componente  
simbólico de seus objetos, a  
técnica com que os fabrica ou o  
uso que lhes destina

É o caso, por exemplo, da criação de ornamentos corporais, de uma indumentária sofisticada ou luxuosa e demais produtos cujo fim nem sempre é exclusivamente o uso pragmático, mas também a aparência que ele proporciona

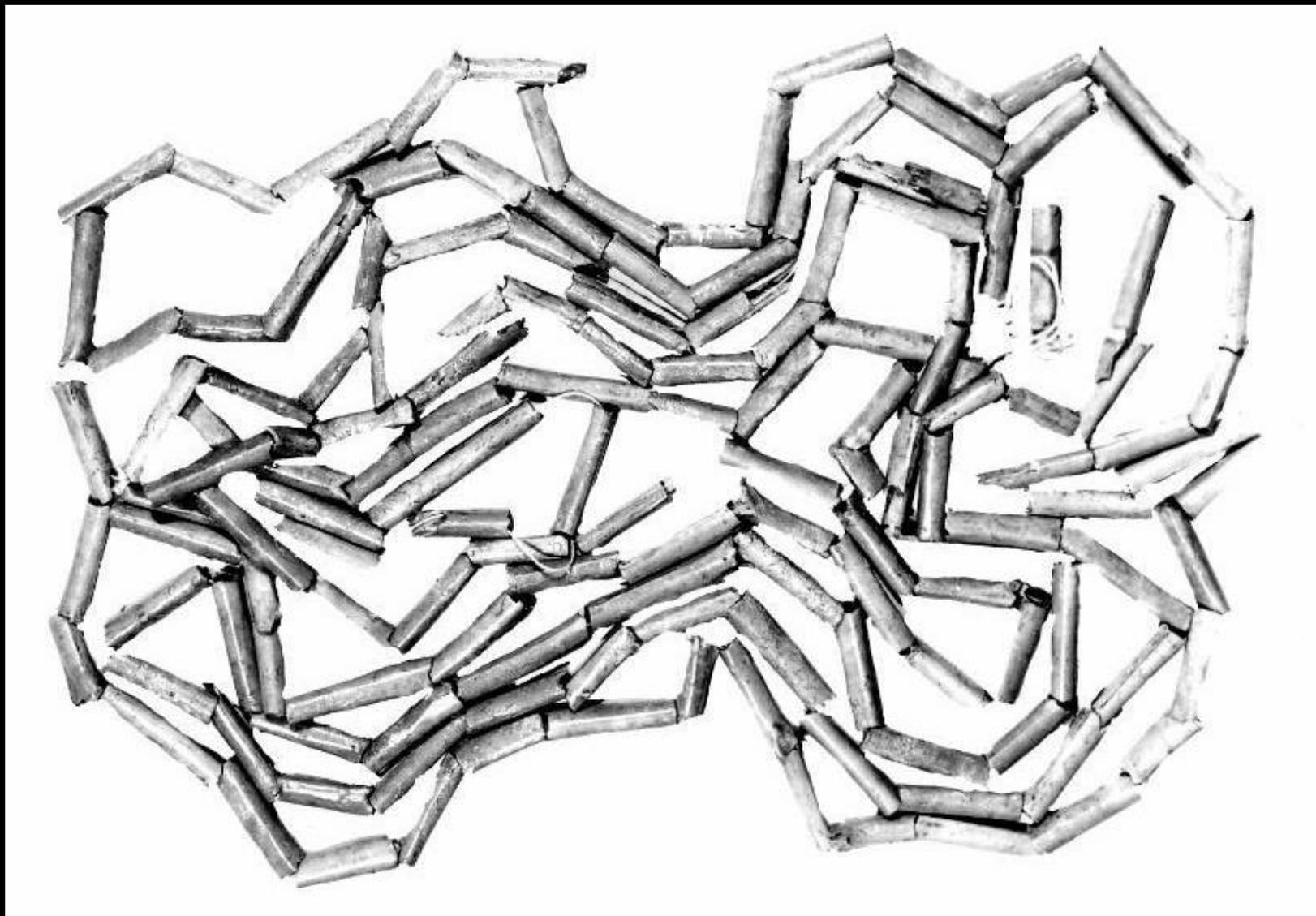
Neste caso podemos dizer  
que estes produtos  
atendem mais à um fim  
estético do que  
pragmático



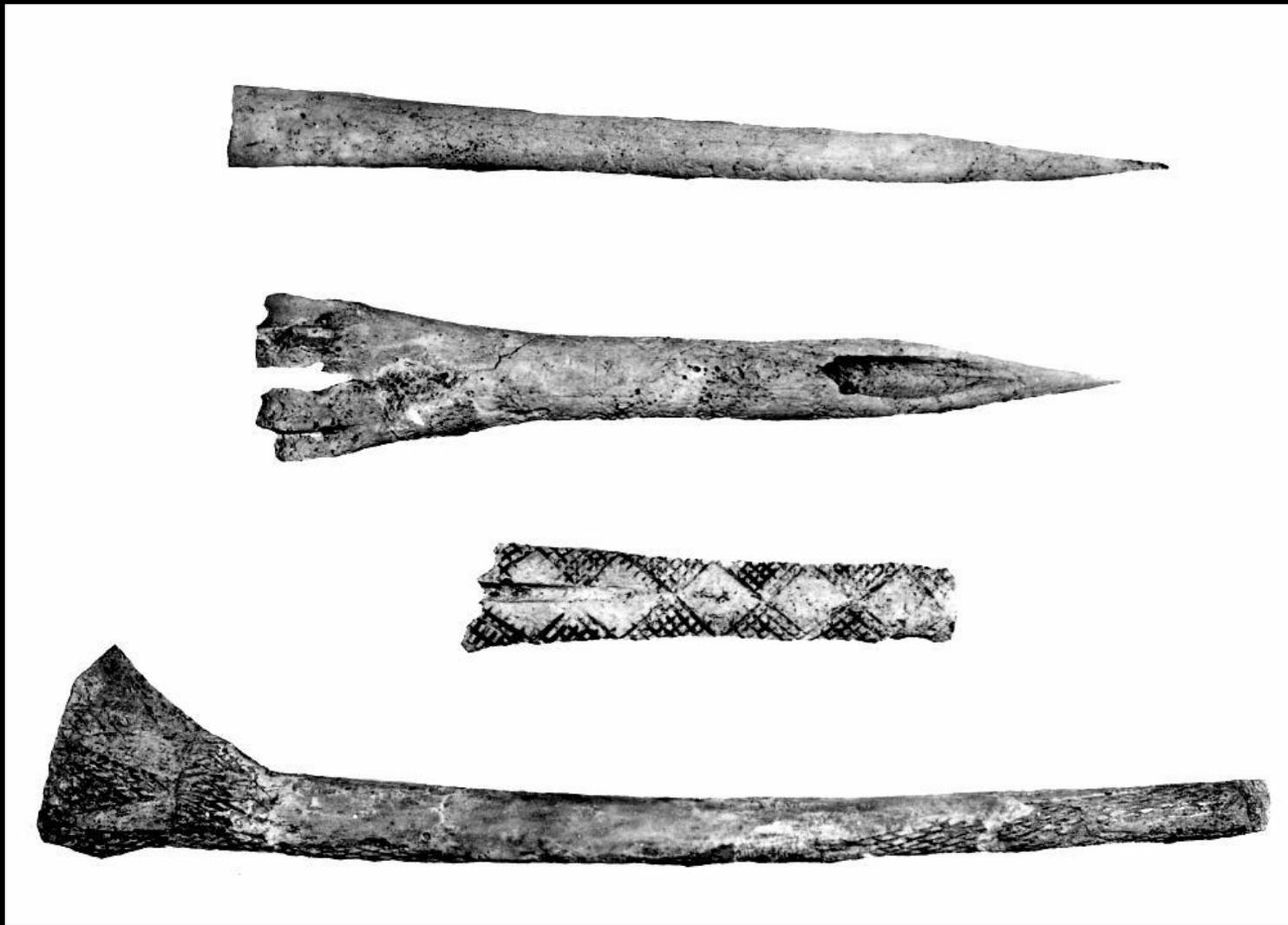
*Jan*



*Janet*



*Jan*



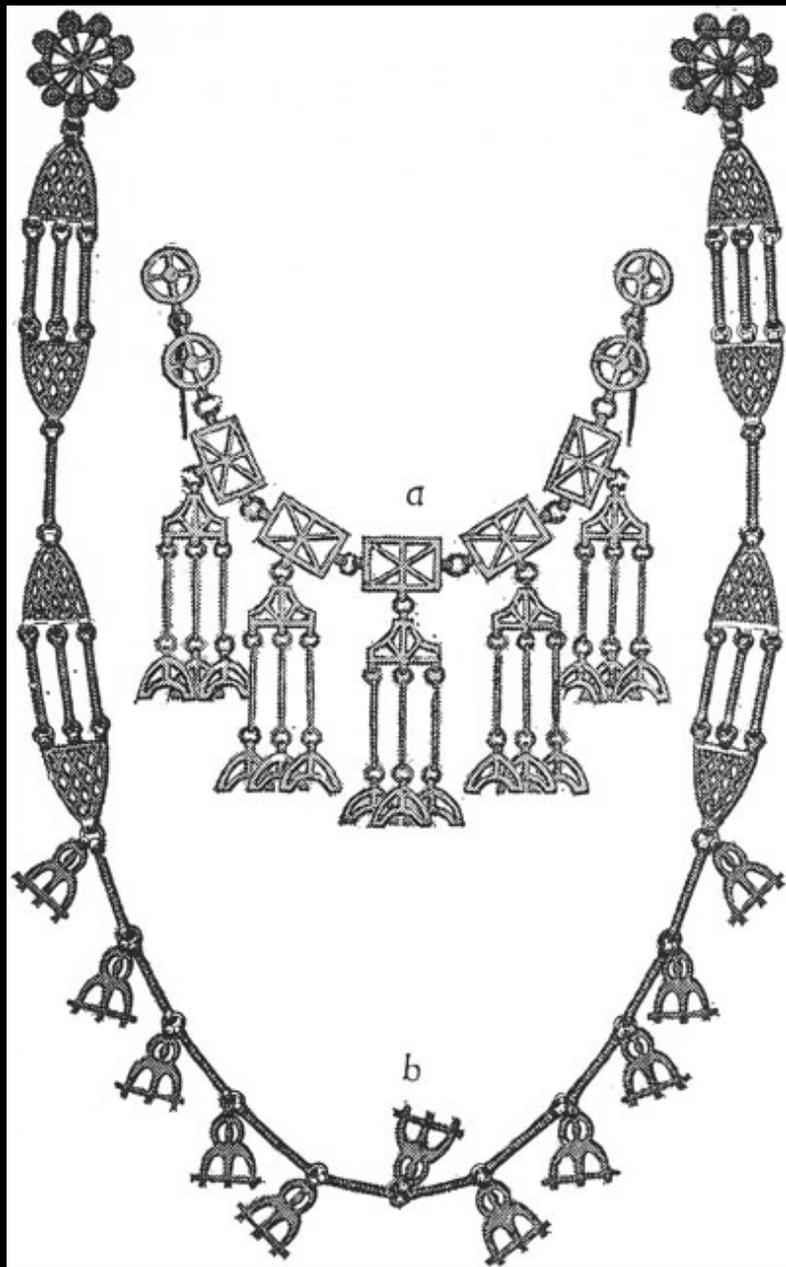
*Jan*



*Jane*



PLATE 4





O que motiva o prazer por um objeto, um produto, não é necessariamente da ordem do pragmático, mas por motivações subjetivas ou objetivadas por hábitos e costumes como a indumentária ou os ornamentos corporais tidos como mágicos ou simbólicos

O amparo destas motivações está, na maioria da vezes, nos valores inerentes (qualidades ou funções) ou atribuídos (simbólicos ou rituais) aos objetos por uma dada sociedade e não aos objetos em si

Diferentes aspectos, sejam eles pragmáticos ou simbólicos passam a amparar a busca e a ostentação desses objetos em relação ou com referência à alteridade e não apenas à individualidade

***Parecer ser*** mais bonito, mais forte, mais poderoso, mais eficiente, mais adequado, mais funcional passam a ser valores que marcam ou estimulam a posse ou as trocas que a sociedade faz tomando estes bens como referência

Aos poucos, com o passar do tempo, estes valores: simbólicos, objetivos ou subjetivos, passaram a ocupar um lugar no sistema de comunicação em nossa sociedade

Este lugar, o da comunicação,  
se organizou por meio de  
diferentes estratégias, tanto  
em relação à atribuição de  
valores, quanto à difusão dos  
mesmos e a Semiótica se  
instaurou como uma das  
possibilidades de estudo

Pensando, construindo e desenvolvendo diferentes estratégias de identificação, produção e distribuição de produtos, é que a sociedade instituiu o marketing e este, assumiu, na contemporaneidade, uma grande importância na economia capitalista

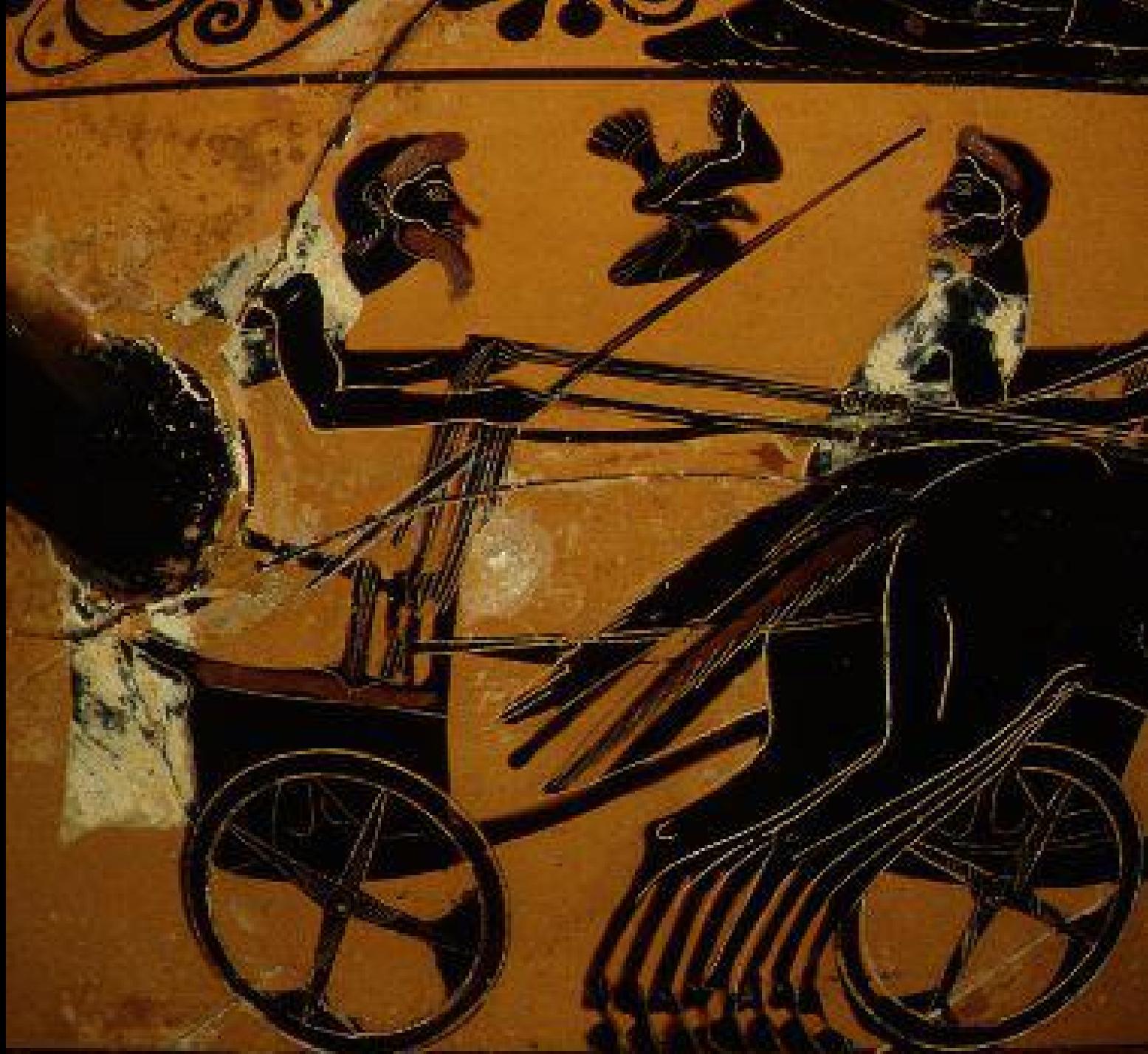
É por meio dele que estes produtos, bens e serviços atingem e se comunicam com os seus públicos, destinatários e consumidores

Com o desenvolvimento dos produtos e do mercado, os consumidores passam a ser também mais exigentes e procurar novidades e tecnologia, ou seja, desenvolver, eles próprios, fatores de distinção e escolha em função do poder aquisitivo e classe social

Um produto ou objeto não é buscado exclusivamente por sua eficiência, mas também por outros componentes de sua estrutura ou aparência que, nem sempre, melhoram seu desempenho, mas podem torna-los mais desejáveis enquanto objetos de valor

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be the name 'Jana'.





*fine*





Ford A 1929



*Stance*

Enfim, por *Design* pode-se entender tanto o projeto quanto o produto resultante deste projeto

A filiação industrial desta  
área, surge com mais  
propriedade no contexto  
do Modernismo

Antes disso, a partir das  
idéias de John Ruskin, na  
Inglaterra, que se opunham  
ao Industrialismo  
exorbitante, William Morris,  
funda o movimento Arts  
and Crafts (artes e ofícios)

Logo depois estas idéias  
tem repercussão na  
Alemanha e dá origem à  
fundação das Escolas de  
Artes Plásticas gestarão o  
surgimento da Bauhaus

Foi na Bauhaus (casa da forma) que o Design tem sua primeira aparição em público, já que a idéia de Walter Gropius era a formação do profissional que ele chamava de “Arquiteto da Forma”

Tal profissional teria conhecimento pleno do projeto da concepção à execução, dominando tanto seu aspecto artesanal (fazer), artístico/formal (estético) e industrial (construtivo)

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be the initials 'JMC'.

Desenvolve uma  
metodologia própria que  
se constitui numa  
pedagogia eficiente e  
influencia as escolas de  
arte da modernidade

Com o surgimento e  
expansão do Nazismo, as  
duas escolas Bauhaus de  
Weimar e Dessau são  
fechadas e seus professores  
migram para outros países da  
Europa e para os Estados  
Unidos

Lá, Laszlo Moholy-Nagy,  
funda a Nova Bauhaus,  
Chicago School of Design,  
hoje o Institute of Design  
of Chicago, Illinois

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be 'Jana'.

O importante é perceber  
que a matriz curricular e o  
conceito de projeto tem  
origem na Bauhaus que  
daí se expandiu para os  
demais continentes

Podemos dizer que a  
Bauhaus está para a Arte  
Moderna assim como as  
Academias de Belas Artes  
estavam para a Arte  
Clássica ou tradicional

O design atua em várias frentes:  
inicialmente o chamado Desenho Industrial, se dedicava especialmente aos projetos de produção em série de interesse das indústrias

Atuou no contexto da  
chamada “Programação ou  
Comunicação Visual” e  
hoje se dedica  
prioritariamente ao Design  
de produto, Design Gráfico  
e Design de Moda

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be the name 'Jana'.

Objetos, bens e serviços  
são desejados e  
procurados pelos ávidos  
consumidores de nosso  
século



*Janet*

Da apropriação, para a transformação e depois para a construção foram caminhos trilhados gradativamente pelo ser humano para o desenvolvimento dos seus produtos e, por fim, desenvolver seus projetos

A small, stylized handwritten signature in the bottom right corner of the slide.

Um produto pode ser criado a partir de uma falta, de uma lacuna, ou mesmo a partir de algo já existente ao qual agregamos valor ou reposicionamos no contexto a partir do interesse ou de uma necessidade

Este interesse é motivado,  
como já dissemos, por  
diferentes fatores, um deles é  
a sua eficiência pragmática  
outro é a qualidade de seu  
projeto, outro é o simples  
prazer da posse

Neste caso o *valor* é o próprio Design e o conceito que o ampara, neste caso, o Design passa a ser um campo de estudo para a Semiótica

Entretanto, o conceito de  
Design é, por si só,  
complexo. Há muitos e  
diferentes modos de  
entendê-lo, que podem ir  
do simples e artesanal até  
o mais complexo sistema  
tecnológico

Entretanto, a idéia mais adequada ao perfil do projeto pedagógico do curso com o qual trabalhamos, é o sentido de ***Projeto***

Mas não qualquer projeto,  
um projeto que tenha, ao  
lado do aspecto material, o  
aspecto estético, neste  
caso, estamos dentro do  
universo identificado como  
***Gestão***

Ao mesmo tempo, que um projeto é uma proposição, não deve se distanciar do conceito de gestão que é, em última instância, a análise metodológica do percurso de realização de um projeto do início ao fim

A Gestão vai desde a  
sondagem de interesse, de  
uma pesquisa de mercado,  
à verificação final da  
satisfação do consumidor

De modo geral tudo isto se  
ampara no contexto de  
estímulo ao consumidor,  
na psicologia de vendas,  
de mercado e no  
consumidor, ou seja, no  
universo social

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be 'JMC'.

A cada dia é mais  
importante conhecer  
melhor o consumidor ou  
identificar com mais  
eficiência o provável  
consumidor

A proliferação de produtos e de marcas no mercado exige tomada de decisões rápidas e eficientes, o tempo e a estratégia são elementos cruciais para o sucesso de um empreendimento

Logo o conhecimento é o  
elemento crucial para o  
desenvolvimento do  
produto e para a gestão

Neste ponto é que entram os aspectos cognitivos (racionais) inerentes ao meio e aos produtos que, diferentes dos aspectos afetivos (emocionais), podem influir com um certo peso nas decisões do público

Cognição é o resultado das relações mentais onde entram as informações retidas pela memória e as operações lógicas necessárias ao raciocínio, cujo fim é a obtenção do conhecimento

Para que o processo cognitivo se desenvolva no contexto do Design, há necessidade da coleta e do tratamento dos diferentes dados, obtidos no mesmo meio de existência do público

Fatores como cultura, hábitos  
e costumes são  
determinantes para a  
compreensão de certas  
mensagens e da informação ,  
portanto, estes são fatores  
que merecem ser conhecidos  
e respeitados

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be the initials 'JMC'.

Vivências e experiências históricas e sociais também são de grande importância para a definição de um produto ou de um projeto

A formação de um grupo social surge de suas tradições, desde sua história oral ou aos valores contemporâneos, isto influi nas suas decisões

Portanto, identificar como é possível associar estes valores ao produto ou estimularmos outros valores que se conectem aos valores pré-existentes, isto pode se apoiar na  
Semiótica

A small, handwritten signature in the bottom right corner of the slide, appearing to be 'Junc'.

Na maioria das vezes, são  
as estratégias de  
Marketing que relacionam  
aspectos sociais às  
necessidades, anseios e  
desejos dos diferentes  
públicos com os quais lida

Com base em pesquisa,  
sondagem de interesse e  
opinião, que as opções  
pela melhor linguagem,  
estratégia e mídia para o  
tipo de produto que cria  
que serão tomadas as  
decisões

E estas decisões não são tomadas isoladamente.

Uma empresa contemporânea não atua individualmente, quer seja uma pessoa ou um grupo de acionistas que tenha a propriedade de seu capital

As decisões são cada vez  
mais coletivas, técnicas e  
profissionais, não há mais  
espaço para a intuição  
pura, para os golpes de  
sorte ou de mestre

Tudo se baseia em  
pesquisa, planejamento e  
estratégia