

De 29 de setembro a 2 de outubro de 2014

A (IN)DEFINIÇÃO DO DESIGN

Os Limites do Design e a Relação com a Arte e a Indústria.

The (un)definition of design: The limits of design and the relationship between art and manufacturing

Claudio Roberto Boni

Mestrando; NUPECAM, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho -
UNESP
claudio@dessau.com.br

Kelenson Silva

Mestrando; Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP
nosnelek@hotmail.com

José Carlos Plácido da Silva

Doutor; Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP
placido@faac.unesp.br

Resumo: O presente estudo apresenta um levantamento teórico acerca da definição de design. Os conceitos apresentados pelos diversos autores estudados tornam-se elementares para que se entenda o design como um processo em transformação, que tem se adaptado às necessidades sociais e tecnológicas. Contudo, uma das características principais da área é a multidisciplinaridade, o que tornou seu campo de atuação abrangente e ilimitado. Os pesquisadores da área divergem em opiniões sobre quais os limites do design, tendo em vista que o seu grande foco é gerar benefício ao meio social, através de suas técnicas. Este estudo apresenta uma diversidade de opiniões e procura dar uma definição prévia do termo design, de forma a contribuir para a pesquisa na área.

Palavras-chave: Design, Definição, Multidisciplinaridade, Projeto.

Abstract: *This study presents a theoretical survey about the definition of design. The concepts presented by several authors studied become fundamental to understand the design process as a transformation that has adapted to social and technological needs. However, one of the most important features of this segment is multidisciplinary, which became its field of activities wider and unlimited. Researchers have different opinions about the boundaries of design, considering that its major focus is to bring benefits to society through their techniques.*

Key-words: Design, Definition, Multidisciplinary, Project.

1. INTRODUÇÃO

As definições para o design são empregadas de diversas formas em função dos diferentes contextos em que a área se encontra. Um dos principais fatores que contribuem para que o design não tenha uma única definição é a multidisciplinaridade, que, mesmo concorrendo para o enriquecimento e solidez da área, favorece o surgimento de diversos pontos de vista. O que se pode afirmar é que o design é uma área complexa e que tem como principal papel beneficiar a sociedade. Contudo, a discussão gira em torno da maneira de se realizar esta ação e quais os limites desta atuação.

O design é uma área que se fundamentou no surgimento da indústria, mas que se originou na arte. Esta relação talvez seja o ponto crucial sobre as divergentes definições acerca da área. Para alguns autores, o design faz uso da arte desde o seu surgimento, e as prestações subjetivas, como o aprimoramento estético, foram herdadas dos princípios desta área. No entanto, a indústria, que é historicamente oposta à arte, foi a principal beneficiada pelo trabalho dos designers, que dedicaram esforços a tornar o produto o mais industrializado possível.

Atualmente devemos entender o design como um ato mais racional que artístico devido sua dimensão e sua função em prol do benefício humano. O design, que interage com diversas outras áreas durante um projeto, tem se dedicado a fornecer produtos que interajam com o usuário, tornando-os extensões das marcas e, consequentemente, gerando benefícios financeiros para as empresas. O design tem, também, se desvinculado da imagem única de desenvolvedor de produtos e mensagens visuais, e adentrando expressivamente na geração de serviços, desmaterializando, ainda mais, sua atuação.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. As diversas definições para o termo design

O entendimento da área do design torna-se complexo tendo em vista as diversas definições apresentadas na literatura. Para vários autores, o design é uma ferramenta para geração de soluções em prol do benefício social. Contudo, esta definição pode ser aplicada a diferentes áreas, que podem, muitas vezes, estar distantes dos princípios empregados pelo design. Para Brown (2010), o design tem como função dar realidade a uma prestação conceitual. O que difere o design de outras atividades cotidianas é o fato de ele não ser contínuo e limitado, pois tem restrições, como começo, meio e fim, mantendo-o com solidez em sua atuação. A complexidade de definição do conceito de design é grande, pois ele corresponde ao processo, ao resultado do processo, às características formais, como estilo e dimensões, e ao significado dos produtos (LANDIM, 2010).

O termo design não tem tradução definida para o português, mas está diretamente ligado à noção de projeto em sentido macro. Tem como característica processual o desenvolvimento ou redesenho de objetos e/ou mensagens, que atendam a fatores sociais, econômicos e estéticos de acordo com o projeto (MARTINS; MERINO, 2011). O design pode ser entendido, também, como verbo e substantivo, que

atuam concomitantemente e ubiquamente. Como verbo, se refere ao processo, que corresponde ao planejamento das ações do projeto, atuando de forma dinâmica. E, design como substantivo, corresponde “a uma perspectiva semântica orientada para o produto: perspectiva da configuração de interface” (TSCHIMMEL, 2010, p. 247).

Para Schneider (2010), não é possível, atualmente, definir com precisão o conceito de design, em função de diversos fatores, dentre eles historicidade, aplicação e abrangência da área. Desde o Renascimento o ramo de atuação dos designers vem sendo alterado. No início sua atuação era restrita à concepção de formas aos objetos, contudo, nos dias de hoje, sua ampliação abrange áreas da informática, processos, serviços e outros. A palavra design pode remeter a um procedimento, por exemplo, o ato de projetar, e pode referir-se ao resultado do processo, no caso o produto, o desenho ou o protótipo, ou pode referir-se à soma de ambos os conceitos anteriores, o design de um produto, que é fruto de processos e dos resultados intermediários.

Para o *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID) (2013), o design é uma atividade criativa cujo objetivo é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas em ciclos de vida completos. Portanto, design é o fator central da humanização inovadora de tecnologias e o fator crucial de intercâmbio cultural e econômico. O mapeamento da cultura, dos contextos, das experiências pessoais e dos processos da vida dos indivíduos são campos de pesquisa para o design, que deve identificar as barreiras e, através da geração de alternativas, superá-las (VIANNA et al, 2012).

Conforme apresentado pela *Industrial Designers Society of America* (ISDA) (2013), o design é o serviço profissional de criação e desenvolvimento de conceitos e especificações que aperfeiçoem o valor, função e aparência de produtos e sistemas para o benefício do usuário e do fabricante mutuamente. “O design traduz em signos as funções de caráter pragmático, semântico e afetivo de um objeto de uso, de forma que eles sejam entendidos pelos usuários numa interpretação congenital. Seu objetivo é tornar um objeto visível e legível, e assim possibilitar a comunicação” (SCHNEIDER, 2010, p. 197). O bom resultado de um sistema (produto, ambiente ou mensagem) depende diretamente da sensação de bem estar do usuário ao interagir com ele. Com isso, o design tem como atribuição personificar uma ideia, de forma a se adequar às reais necessidades do homem, garantindo boa interação entre ambos (BRUNNER, 2010). Em alguns casos o design pode fazer uso de prestações criativas individuais, contudo deve ser voltado à realidade que circunscreve o contexto do projeto, sendo exigidas necessidades econômicas, sociais, culturais e, muitas vezes, geográficas (CPD, 1997).

A maioria das definições tem em comum o conceito de que o design opera em duas atmosferas, uma abstrata – conceber/projetar/atribuir – e outra concreta – registrar/configurar/formar -, atribuindo forma material a conceitos intelectuais. Trata-se, portanto, de uma atividade que gera projetos, no sentido objetivo de planos, esboços ou modelos (CARDOSO, 2008). Através da coleta, análise e síntese de dados, os designers elaboram conceitos e configurações que se orientam pelas exigências do mercado. Além disso, utilizam seu conhecimento para fornecer informações claras e concisas através do projeto, que contempla desenhos, modelos e descrições verbais (ISDA, 2013).

Os designers atuam como profissionais voltados, também, à forma, que a concebem através da experiência multidisciplinar (MOZOTA, 2003). Para Heskett

(2008), o design tem grande importância na vida do homem, relacionando-se com diversas atividades de seu cotidiano. Praticamente todo o ambiente que cerca o homem pode ser aperfeiçoado pelo design, através de intervenções ergonômicas, estéticas e relacionais. Diferentes atores sociais interagem através de mensagens, que podem ser representadas e compreendidas com o auxílio do design. O objeto pode, então, comunicar-se com o usuário através de interação promovida por suas funções de uso, que se adequam à necessidade do usuário e surtem efeitos, criando um ciclo relacional de troca de mensagens através do design (SCHNEIDER, 2010, p. 197).

Potter (1980 apud MOZOTA, 2003) considera que o design pode ser definido de várias formas, no entanto, de modo geral, deve-se entendê-lo como uma prática que dá forma e harmonia para a vida. Para Ono (2006, apud LANDIM, 2010, p. 21), “considerando-se que o design envolve planejamento, seleção de modos de pensamento e valores, entende-se que o designer é corresponsável pelas relações que se estabelecem entre os artefatos e as pessoas, bem como suas implicações na sociedade”. Para Löbach (2001), o design define-se como um processo de resolução de problemas, que beneficie a interação do homem com seu ambiente técnico. Com isso, a adaptação do ambiente artificial ao homem, de forma a garantir bem estar físico e psíquico, é uma das diretrizes para as atuações do design.

“O design engloba uma extraordinária variedade de funções, técnicas, atitudes, ideias e valores” (LANDIM, 2010, p. 24). Para Vianna et al (2012), o designer tem como principal função identificar e solucionar problemas que impeçam a experiência e bem estar das pessoas. A emoção, cognição e estética devem beneficiar a sociedade em diversos aspectos de seu cotidiano, como trabalho, lazer e outros. Talvez a atribuição mais óbvia do design seja transformar ideias em soluções tangíveis. Através do pensamento abstrato e das inspirações, o designer deve concretizar produtos e serviços que sejam voltados ao ser humano, isto é, ter as reais necessidades do homem como base para o projeto (HUNTER, 2013). Em termos gerais, podemos assumir o posicionamento de Miller (2004), quando diz que o design é o processo de pensamento que compreende a criação de uma entidade. Com essas palavras, consideramos o design uma área para geração do novo, indiferentemente do resultado ser material ou um serviço.

Nas últimas décadas o cenário industrial tem mudado drasticamente em função da evolução tecnológica e industrial de alguns países. Nações que tinham a base de sua economia extraída da agricultura começaram a desempenhar um importante papel nas atividades industriais. Neste cenário, empresas situadas em países de cultura industrial, como a Inglaterra, começaram a migrar para essas nações em função de uma série de benefícios. Dessa forma, o êxodo industrial favoreceu a expansão do setor de serviços em função do elevado conhecimento adquirido com as atividades industriais. Os serviços forçam, então, o desenvolvimento de um importante número de profissionais especializados, como os designers. Com isso, a geração de recursos foi dividida com outros segmentos que não fossem a indústria (DIEESE, 2011). As sociedades de alguns países se sofisticaram, fazendo com que os serviços se tornassem um setor mais dinâmico naturalmente. Nesse momento, o design inicia um processo de expansão, em que países culturalmente industriais fornecem serviços tecnológicos como o design para outras nações em desenvolvimento. É possível afirmar que a desindustrialização não foi um problema nessas nações, pois o país não se tornou economicamente e culturalmente mais pobre.

A expansão comercial também é uma das atribuições do design, quando utilizado como ferramenta pelas empresas. A prática capitalista de atribuir apelo estético aos produtos, que, muitas vezes, sobrepõem-se à usabilidade e agrega valor de troca, também é uma atitude que pode ser auxiliada pelo design (LÖBACH, 2001). Kootstra (2009) relembra que o design tem sido uma poderosa ferramenta, que pode ser utilizada pelas empresas como forma de diferenciação entre a concorrência. Conforme apresentam Mattar e Santos (2008), o desenvolvimento de um produto [ou sistema] corresponde à soma de ações organizadas que transformam um conceito em produto ou serviço tangível e passível de comercialização. Além de tempo, o processo de design corresponde a riscos e investimento, o que exige dedicação dos envolvidos na administração deste processo como forma de aumentar as chances de sucesso. “O design é uma ferramenta que permite adicionar valor aos produtos industrializados, levando à conquista de novos mercados” (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS INDÚSTRIAS [CNI], 1998).

Conforme o Projeto de Lei nº 1.391-B/2011, o designer é todo aquele que desempenha atividade especializada de caráter técnico-científico, criativo e artístico para a elaboração de projetos de design passíveis de seriação ou industrialização que atendam, tanto no aspecto de uso quanto no aspecto de percepção, necessidades materiais e de informação visual. Para a CNI (1998), o design tem características bem delimitadas, relacionadas à melhoria dos aspectos funcionais, ergonômicos e visuais dos produtos [e sistemas], como forma de beneficiar o usuário, através da garantia de conforto e segurança. Através do emprego de características estéticas no produto, o design busca atrair a atenção do consumidor e, concomitantemente, aprimora o valor de uso desses produtos (LÖBACH, 2001). Desde o início, as ações de melhoria dos produtos industriais foram abarcadas pela manifestação formal estética de forma a torná-los mais agradáveis (NIEMEYER, 2003).

2.2. Divergências midiáticas do termo design

O trabalho da mídia na expansão do termo “design” foi preponderante no processo de adjetivação da palavra, o que causou divergências em relação ao seu sentido fundamental. Design começou a ser utilizado como ideal cosmético e superficial, referindo-se, na maioria das vezes, ao visual, como as formas, os móveis, a moda e outros, discriminando sua relação com o processo criativo que antecede o resultado formal (MOZOTA, 2003). Para Heskett (2008), a mídia tem denegrido o termo design, atribuindo-lhe apenas representatividade estética, superficial e comercial. O design tem sido atingido por movimentos efêmeros em função do ciclo da lucratividade empresarial, que propaga o modismo e o excesso cosmético em seus produtos, deturpando o real significado do design, que corresponde, principalmente, às necessidades da humanidade.

Para Bonsiepe (2011), o termo design se popularizou ao longo da história, criando diversos significados, distanciando-se cada vez mais da ideia de solução inteligente para problemas. Hoje o termo design refere-se ao efêmero, à moda, isto é, ao rápido obsoletismo, caracterizado por objetos caros, pouco funcionais e de decoração chamativa. O design se tornou, então, um evento midiático, voltando-se ao *Styling*, ao invés da solução inteligente. Landim (2010) lembra, ainda, que o

design tem a responsabilidade de provocar a interação da indústria com a cultura em função do mundo moderno. O consumidor tem relação com a indústria através do produto, que é concebido pelo designer. No entanto, a mídia não tem empregado bem este conceito, desmerecendo a atuação do designer como um simples mediador de estilo e status social.

Para Heskett (2008), o design tem grande importância na vida do homem, relacionando-se com diversas atividades de seu cotidiano. Praticamente todo o ambiente que cerca o homem pode ser aperfeiçoado pelo design, através de intervenções ergonômicas, estéticas e relacionais. No entanto, o design deve ser entendido não apenas como atribuição estética e forma dos sistemas (CPD, 1997). É possível que o desconhecimento da área do design seja responsável pelo uso indevido do termo pela mídia. A exposição tem causado distorções do seu real significado, empregando-o, muitas vezes, como marca, por exemplo: *Hair Design* em vez de cabeleireiro, ou *Flower Design* em vez de Floricultura (LANDIM, 2010). Por ter uma indefinição de atuação e falta de clareza em seus reais objetivos, o design, como prática, gera, exacerbadamente, material de pouco qualidade e efêmero (HESKETT, 2008).

2.3. A multidisciplinaridade do design

Para o Centro Português de Design (CPD) (1997), o design não é uma área exclusiva aos designers, pois a amplitude do projeto de um sistema tende a ser multidisciplinar, abrindo espaço para áreas como Engenharia e Gestão Empresarial. O design é uma atividade que requer pesquisa, criterioso planejamento, controle rigoroso e, acima de tudo, o uso de métodos sistemáticos específicos. Os métodos sistemáticos de projeto são promovidos através da interdisciplinaridade, absorvendo métodos de marketing, engenharia de processos e aplicação de conhecimentos sobre estética e estilo (BAXTER, 2000). Para Bryson, Daniels e Rusten (2004), o designer é tanto um artista quanto um tecnólogo, pois faz uso das exigências estéticas e técnicas para suprir as necessidades comerciais. Considerado uma área híbrida, o design faz uso de conceitos objetivos e subjetivos, que podem ser representados da seguinte forma:

Elementos objetivos: “Relacionados com a satisfação das necessidades de negócios dos clientes, por exemplo, os custos de produção, materiais, a complexidade ou simplicidade do processo de produção, o custo de um produto em relação aos concorrentes, e tempo”.

Elementos subjetivos: “Envolve a compreensão e comportamento, ergonomia, moda/gosto, a estética, as aparências e os significados culturais, relacionadas com formas visuais e outras formas de expressão simbólica”.

Mesmo havendo inter-relações entre o design, a arquitetura e a engenharia, há características que são específicas da área do design, como a projeção de determinados tipos de artefatos móveis. No entanto, diversas áreas projetam artefatos móveis, como o artesanato e artes plásticas, o que tem gerado discordância entre linhagens de designers com diferentes formas de pensamento. Para alguns pensadores do design, o fazer artesanal ou artístico não corresponde às práticas do design, que estão mais ligadas ao processo industrial, fomentando prescrições rígidas e, de certa forma, preconceituosas (CARDOSO, 2008). É importante que o design tenha uma posição definida diante dessas áreas. Não devemos abarcar a arte e o artesanato como bases para os projetos de design, em função de características específicas para cada

uma dessas áreas. A arte volta-se, principalmente, para a criação individualizada, enquanto o artesanato pode ser considerado arte de forma reproduzível, mas não seriada.

Durante a história do design, a presença do conceito “arte” tem se apresentado de forma antinômica, conforme apresenta Coelho (2008). Durante a expansão do Modernismo Europeu, seus idealizadores pregavam que design era tudo o que não era arte, sendo a arte a personificação de uma prestação individual, enquanto o design se mostra voltado ao coletivo, provindo da sociedade industrial. Entretanto, é possível afirmar que o design teve grande influência da arte e do artesanato no seu nascimento, mantendo relação próxima com estas áreas mesmo com a interferência mecânica. Na atualidade, percebe-se maior aproximação do design com as artes manuais como forma de resgate cultural, o que pode expressar certo grau de maturidade da área (CARDOSO, 2008). Contudo, isso não isenta, em momento algum, o real papel do design na geração de soluções racionais e holísticas.

Para os funcionalistas do Modernismo, o design estava acima das questões estéticas dos objetos. No entanto, igualmente à arte e ao artesanato, o design tem como uma de suas características gerar objetos que interajam com seus usuários através, também, da estética. Esta intervenção estética tem sua idealização no poder do criador, que a concebe com o intuito de fornecer significado ao objeto, que pode ser absorvida de diferentes formas em função da cultura na qual está inserida (COELHO, 2008). De acordo com Mozota (2003), é controverso definir design como sendo arte ou ciência, pois ambas as áreas são base para esta atividade. A lógica, provinda dos estudos científicos, e a intuição criativa, fomentada pela arte, são consumidas nas técnicas de design para a elaboração de um projeto.

No entanto, devemos assumir a arte, na formação do design, apenas como contribuição na geração criativa de soluções, pois o processo de design tem se mostrado majoritariamente racional em função da relação com outros processos, como a geração de benefícios econômicos para as empresas, preocupação com questões ergonômicas e saúde dos usuários, alta produtividade industrial e benefícios ambientais. Sendo assim, o designer deve fazer uso dos conhecimentos das outras disciplinas, para formar interpretações variadas, de forma a tornar o entendimento do problema mais efetivo e, através da colaboração multidisciplinar, gerar uma solução holística (VIANNA *et al*, 2012). Cabe, então, ao designer interagir com outras áreas correlatas ao design, de forma a beneficiar sua prática profissional e investigação científica (NIEMEYER, 2003).

2.4. Problemas em função da indefinição da área

Para o professor Conley, do Instituto de Tecnologia de Illinois (2013), o fato de haver estudiosos que preconizam a não caracterização do design e sua objetiva definição em certos termos, tende a desfavorecer o avanço e reconhecimento da área. Esta conduta, segundo Conley (2013), é arriscada e negativa, pois coloca os profissionais do design em significativa desvantagem em relação às demais disciplinas, que já entendem seus limites e campos de atuação. Por ter uma indefinição de atuação e falta de clareza em seus reais objetivos, o design, como prática, gera, exacerbadamente, material de pouca qualidade e efêmero (HESKETT, 2008).

Definir claramente as competências profissionais dos designers, assim como compreender os parâmetros da área são benefícios que conduzirão o design para sua

evolução e para o cumprimento de metas que o campo tem exigido há anos, contudo sem sucesso. Apesar de serem constatados índices de crescimento do design na última década, a disciplina continua inexpressiva em relação a muitas outras, como marketing e informática, que têm história, talvez, mais curta que o design, porém mais sólida e representativa para a economia (CONLEY, 2013).

O fato de o design não corresponder a uma carreira única estimula a arbitrariedade de sua concepção. Áreas como medicina e arquitetura, nas quais se exige diploma para a prática da profissão, são fundamentadas em função da delimitação dos parâmetros e da proteção de instituições autorreguladoras (HESKETT, 2008). Para Tschimmel (2010), a pluralidade de definições para o design ocorre em função da soma de conhecimento adquirido ao longo da vida, o que pode mudar conforme o tempo e o contexto sociocultural. Com novas definições e pesquisas da área, a visão individual pode mudar, resultando em novos conceitos.

Contudo, Bürdek (2006) nos lembra de que, na virada do século 20 para o 21, ele sugeriu que, ao invés de definir precisamente o design, se definissem os principais problemas que deverão ser sempre atendidos pelo design:

- Visualizar progressos tecnológicos;
- Priorizar a utilização e o fácil manejo de produtos (não importa se "hardware" ou "software");
- Tornar transparente o contexto da produção, do consumo e da reutilização;
- Promover serviços e a comunicação, mas também, quando necessário, exercer com energia a tarefa de evitar produtos sem sentido.

Com isso, Bürdek afirma o papel holístico do design com relação aos novos rumos sociais, às pesquisas voltadas as descobertas de soluções baseadas na tecnologia e ao cuidado com o meio ambiente tanto na extração quanto na devolução de materiais. Há um universo imensurável que atinge e é atingido diretamente pelo trabalho dos designers, dificultando, em função da amplitude, a caracterização do seu papel e consequentemente impedindo sua real valorização. É importante que haja um posicionamento dos líderes mundiais das pesquisas em design em categorizá-lo e limitá-lo para que possamos qualificar os profissionais da área de forma menos conceitual e mais visível.

3. CONCLUSÃO

O design talvez seja uma das áreas que mais expandiu no século XX, mesmo sendo, ainda, uma grande interrogação para profissionais e pesquisadores da área. Contudo, áreas que surgiram depois do design conseguiram se consolidar e definir parâmetros de atuação, fazendo, então, com que houvesse reconhecimento da sociedade em função de seus resultados. O design, para muitos autores, ainda não atingiu seu ápice de desenvolvimento, sendo fundamentado paulatinamente em conjunto com os avanços tecnológicos e de acordo com as mudanças comportamentais do homem.

A definição e formatação precisa do design pode ser alvo de grandes discussões, pois seus limites não se enquadram mais no âmbito de atuação dos designers. As técnicas do design têm contribuído para a gestão de empresas e para a geração de soluções em serviços, o que era, até então, restrito a outras áreas. É possível que a multidisciplinaridade intrínseca ao design tenha contribuído muito para

a sua evolução, contudo é importante refletir sobre o quanto esta interferência influenciou na sua ampliação de forma exacerbada, resultando na perda de seus limites de atuação.

A discussão entre a arte e a indústria na atuação do designer não pode mais ser fonte causadora de sua indefinição. É possível afirmar, que, mesmo sofrendo grande influência artística em suas prestações, os designers atuam, na maioria dos casos, utilizando mais a razão do que a subjetividade em função de seu compromisso com processos dependentes de seu trabalho, como a produtividade, a comercialização, a ergonomia, a funcionalidade, a usabilidade e outros. Neste caso, é necessário que haja maior posicionamento dos pesquisadores da área do design, de forma a destacá-lo como ferramenta estratégica para a expansão econômica de empresas, de regiões e até mesmo de nações, o que o distancia do conceito meramente artístico ou provindo de atos individualizados.

O design encontra-se, hoje, em plena metamorfose, o que compreende, como vimos no estudo, definições transitórias, que mudam em função dos interesses e ideologias. O design pode ser considerado um meio de tornar os elementos artificiais do cotidiano mais adequados às necessidades do homem, entendendo suas relações físicas, psíquicas e emocionais de forma a garantir holisticamente a evolução social. O design é o transformador das necessidades sociais em soluções que gerem benefícios em diversas atmosferas, entre elas a econômica. A relação do design com a indústria deve ser beneficiada pelos conceitos da arte, garantindo o desenvolvimento de sistemas que se comuniquem com o usuário de forma individual.

REFERÊNCIAS

- BAXTER, Mike. Projeto de Produto: Guia prático para o design de novos produtos. Tradução Itiro Iida. São Paulo: Blücher. 2000, 2. ed.
- BONSIEPE, Gui. Design, Cultura e Sociedade. São Paulo: Blucher, 2011.
- BROWN, Tim. Design Thinking: Uma Metodologia Poderosa para Decretar o Fim das Velhas Ideias. Tradução Cristina Yamagami. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- BRUNNER, Robert; EMERY, Stewart. Gestão Estratégica do Design: Como um Ótimo Design Fará as Pessoas Amarem sua Empresa. São Paulo: M.Books do Brasil, 2010.
- BRYSON, John R.; DANIELS, Peter W.; RUSTEN, Grete. Design Workshop of the World. The Production and Integration of Industrial Design Expertise into the Product Development and Manufacturing Process in Norway and the United Kingdom. Design norwegian Competitiveness. Institute for Research in Economics and Business Administration, 2004. ISSN 1503-2140. Disponível em: <http://org.uib.no/design/a53_04.pdf>. Acesso em: 28 de setembro de 2013. (tradução nossa).
- BÜRDEK, Bernhard E. Design: História, Teoria e Prática do Design de Produtos. São Paulo: Edgar Blücher, 2006.
- CÂMARA DOS DEPUTADOS. Projeto de Lei Nº 1.391-B de 2011.
- CARDOSO, Rafael. Uma Introdução à História do Design. São Paulo: Blucher, 3. ed. 2008.
- CENTRO PORTUGUÊS DE DESIGN. Manual de Gestão de Design. Porto: DZ, 1997.

COELHO, Luiz A. L. (Org.). Conceitos-Chave em Design. Rio de Janeiro: PUC Rio, 2008.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS INDÚSTRIAS. A Importância do Design para sua Empresa. Brasília: CNI, 1998.

CONLEY, Chris. The Core Competencies of Design: The Basis of Broadly Applicable Discipline. Disponível em: <
<http://www.idsa.org/sites/default/files/Chris%20Conley.pdf>>. Acesso em: 27/09/2013.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS (DIEESE). Desindustrialização: Conceito e a Situação do Brasil. Nota Técnica, nº 100, 2011. Disponível em:
 <http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C812D3052393E013055A36C450E9D/dieese_nt100.ppd>. Acesso em: 20 de setembro de 2013.

HESKETT, John. Design. São Paulo: Ática, 2008.

HUNTER, Mat. What Design Is and Why It Matters? Design Council. Disponível em: <
<http://www.designcouncil.org.uk/about-design/What-design-is-and-why-it-matters>>. Acesso em: 28 de setembro de 2013. (tradução nossa).

INDUSTRIAL DESIGNERS SOCIETY OF AMERICA (ISDA). What is Industrial Design? Herdon, 2010. Disponível em: < <http://www.idsa.org/what-is-industrial-design>>. Acesso em: 27 de setembro de 2013.

KOOTSTRA, G. L. The Incorporation of Design Management in Today's Business Practices: An Analysis of Design Management Practices in Europe. 2009. Rotterdam: Inholland University. (tradução nossa).

LANDIM, Paula C. Design, Empresa, Sociedade. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

LÖBACH, B. Design Industrial: Bases para a configuração de produtos industriais. Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Blücher, 2001.

MARTINS, Rosane F. F.; MERINO, Eugenio A. D. A Gestão de Design Como Estratégia Organizacional. Londrina: Eduel; Rio de Janeiro: Rio Books, 2. ed. 2011.

MATTAR, Fauze N.; SANTOS, Dilson G. Gerência de Produtos: Como Tornar seu Produto um Sucesso. São Paulo: Atlas, 2. ed. 2008.

MILLER, William R. Definition of Design. In.: Philosophy. 2004. Disponível em: <
<http://www.wrmdesign.com/Philosophy/Documents/DefinitionDesign.htm>>. Acesso em: 10 de agosto de 2014.

MOZOTA, Bridge B. Design Management: Using Design to Build Value and Corporation Innovation. New York: Allworth Press, 2003.

NIEMEYER, Lucy. Elementos da Semiótica Aplicada ao Design. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

SCHNEIDER, Beat. Design – Uma Introdução: O Design no Contexto Social, Cultural e Econômico. São Paulo: Blücher, 2010.

THE INTERNATIONAL COUNCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN (ICSID). Definition o Design: About ICSID. Disponível em: <
<http://www.icsid.org/about/about/articles31>>. Acesso em: 27 de setembro de 2013.

TSCHIMMEL, Katja. C. Sapiens e Demens no Pensamento Criativo do Design. Aveiro (Portugal): Universidade de Aveiro, 2010. 595 p. Tese de Doutorado em Design, Universidade de Aveiro, Departamento de Comunicação e Arte. Aveiro, 2010. Disponível em: < <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/1270/1/2010000838.pdf>>. Acesso em: 08 de agosto de 2012.

VIANNA, Maurício et al. Design Thinking: Inovação em Negócios. Rio de Janeiro; MJV Press, 2012.