



Gramado – RS

De 30 de setembro a 2 de outubro de 2014

## CARTOGRAFIA DO CONCEITO DE DESIGN GRÁFICO: uma análise institucional e histórica

B.Sc. Fernando dos Santos Almeida  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
[fds.almeida@gmail.com](mailto:fds.almeida@gmail.com)

Prof. Dr. Romulo Miyazawa Matteoni  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
[matteodesigner@gmail.com](mailto:matteodesigner@gmail.com)

**Resumo:** Nesta pesquisa, propomos uma cartografia dos conceitos em português brasileiro de Design Gráfico empregados por instituições, associações e outras referências oficiais a fim de apontar o que é perene e o que é mutável na teoria fundamental na habilitação do campo no Brasil. Através da análise dos discursos do Conselho Internacional de Associações de Design Gráfico (ICOGRADA) e da Associação de Designers Gráficos do Brasil (ADG Brasil) sobre a profissão, buscamos saber como o papel do designer gráfico se modificou com o passar o tempo, refletindo sobre o que se manifesta nos textos e na teoria de Design Gráfico. Os discursos sobre a profissão se modificam, denotando tensões acerca da atividade em seu processo histórico, visto que maneiras diferentes de descrever Design Gráfico refletem diferentes visões sobre a atividade profissional.

**Palavras-chave:** Teoria de Design Gráfico, Conceituação, Perfil Profissional, Design e Linguagem.

**Abstract:** *In this research, we propose a mapping of Graphic Design concepts in Brazilian portuguese employed by institutions, associations and other official references to point out what is everlasting and what changes in fundamental theory in the field. Through discourse analysis of the International Council of Graphic Design Associations (ICOGRADA) and the Brazil's Graphic Designers Association (Brazil ADG) on the profession, we seek to know how the graphic designer's role has changed, reflecting on as manifested in the texts and the theory of Graphic Design. Discourses on the profession alter, reflecting tensions about the activity in it's historical process, since different ways of describing Graphic Design reflect different views about the professional activity.*

**Keywords:** *Graphic Design Theory, Conceptualization, Professional Profile, Design and Language.*

## 1. INTRODUÇÃO

Nesta pesquisa, propomos uma cartografia dos conceitos em português brasileiro de Design Gráfico empregados por instituições, associações e outras referências oficiais a fim de apontar o que é perene e o que é mutável na teoria fundamental na habilitação do campo no Brasil. Assim, tomamos como tema nesse artigo, o conceito de Design Gráfico adotado por algumas das principais associações da classe profissional, uma internacional e outra nacional. Procurando manter esta pesquisa no âmbito do Design Gráfico, decidimos utilizar apenas os conceitos relativos a essa habilitação. A fim de evitarmos possíveis desentendimentos semânticos quanto ao uso dos termos Design e design, adotamos a seguinte regra que se refere às menções das teorias de Design e de projetos de design nesta pesquisa:

“Adotou-se grafar Design com inicial maiúscula quando o termo estiver se referindo ao âmbito de uma [...] teoria, de um campo do saber. O mesmo se aplica ao termo Design Gráfico, como sendo uma das partes desse âmbito. Grafa-se design com inicial minúscula quando o termo estiver assumindo, por exemplo, acepções que correspondam às ideias de projeto, desenho, forma/formato, configuração estética/plástica etc.” (ALMEIDA JUNIOR e NOJIMA 2010, p. 13)

Nosso objeto de estudo no trabalho é o discurso institucional de associações de classe representativas na área. Entendemos que a definição do campo e da atividade divulgados por tais instituições são legitimados por seus partícipes e legitimadores de uma compreensão oficial dos termos. Sendo assim, cumpriu papel fundamental eleger como critério de seleção do objeto de análise, a representatividade da associação que professa cada voz. Escolhemos, deste modo, usar como referência principais a definição de Design Gráfico e de designer gráfico da maior associação de classe do mundo, o Conselho Internacional de Associações de Design de Comunicação (ICOGRADA), e da maior associação de classe do Brasil, a Associação dos Designers Gráficos do Brasil (ADG Brasil).

O artigo tem como objetivo relacionar o processo evolutivo do Design Gráfico com as alterações sofridas pelo conceito vigente nos discursos. Partimos do pressuposto que os discursos marcam escolhas lexicais que manifestam determinada ideologia. Portanto, nas vozes dos discursos selecionados veremos marcas de um ponto de vista preponderante em um determinado extrato temporal. Quanto a relação entre terminologia e ideologia, tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo; tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia (BAKHTIN, 1981). Assim, a escolha de palavras, formas e sentidos está diretamente associada a uma forma de pensar e a uma doutrina. Em um sentido crítico da repetição da ideologia vigorante:

“Sob o disfarce da sociedade comunicante, ou sob a máscara do indivíduo ideal, modelarmente dotado deste bem comum a todos os indivíduos, que é a língua, esconde-se o talismã ideológico de mesma atitude intelectual que contribuindo para levar a burguesia ao poder, nele a conserva e a abençoa.” (VOGT, 1977).

A discussão aqui ensejada estrutura-se em torno de três pilares. O primeiro deles é a descrição da profissão pela Classificação Brasileira de Ocupações, cujo papel é de listar e classificar as profissões do mercado de trabalho no contexto brasileiro. Nela encontramos a descrição da atividade pelo ponto de vista trabalhista.

O segundo pilar é a definição trazida no discurso da ADG Brasil. Fundada em 1989, a associação congrega designers gráficos de todo o país e é responsável pela publicação de diversas obras de referência no campo do Design Gráfico. Aqui encontraremos a compreensão da habilitação do campo Design pela instituição, voz mais representativa da área no Brasil.

O terceiro pilar é a definição da atividade e da profissão pela ICOGRADA em dois momentos diferentes, atualmente e em 2001. Aqui encontraremos constrangimentos na análise comparativa dos discursos que entendemos manifestarem modificações na compreensão do Design Gráfico. Fundada em 1963, em Londres, a instituição congrega associações de designers gráficos do mundo todo, se tornando discurso central na compreensão da habilitação do campo internacionalmente.

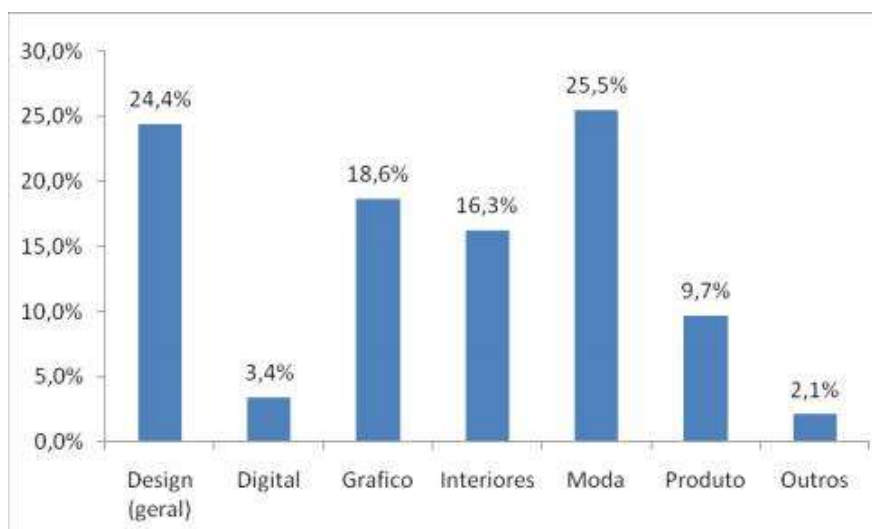
A metodologia que adotamos consiste no levantamento, através de pesquisa bibliográfica, de textos de teoria e epistemologia de Design Gráfico e de documentos da habilitação que definam a habilitação. Utilizando aspectos da análise do discurso, analisamos comparativamente os dados levantados e propomos diálogos apontando semelhanças e diferenças entre os materiais. Em meio a essa pluralidade, acreditamos que este é um cenário propício ao método cartográfico. No lugar de buscar uma única verdade no que se refere à conceituação de Design Gráfico, optamos por revelar a pluralidade teórica disponível, por aceitar visões e posicionamentos diferentes, por afirmar uma verdade no encontro com o mundo.

## **2. DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 Histórico da formação e do reconhecimento de Design Gráfico no Brasil**

A abordagem teórica de Design Gráfico no Brasil data da década de 1960, com o início do ensino e da pesquisa de Design no país, enquanto a escola Bauhaus, o marco pedagógico mundial do conceito moderno de Design, surgiu em 1919. A evolução no campo de Design, associada a questões sociais e tecnológicas, foi acompanhada por sua distinção em novas habilitações. Com a adoção do termo *Design* para o campo, mudanças no mercado de trabalho e na legislação do ensino superior brasileiro ocorridas na década de 1990, “não apenas houve a mudança de Projeto de Produto e Comunicação Visual para Design de Produto e Design Gráfico, como surgiram novos desdobramentos desses dois eixos” (BRASIL, 2010).

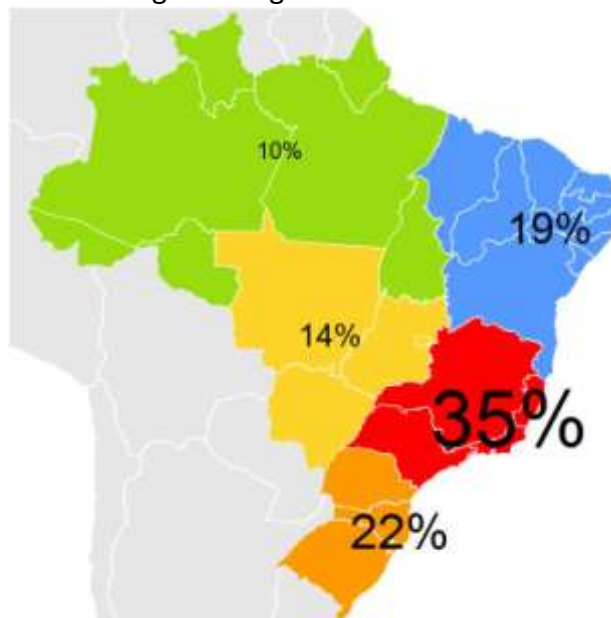
Em relatório trienal para a área de Arquitetura, Urbanismo e Design realizado pela Diretoria de Avaliação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, com o objetivo de analisar o cenário da pesquisa nas áreas, publicado em 2010, encontram-se dados que denotam o crescimento da área em sua esfera educacional. Em 1983, o primeiro estudo sobre o campo do Design, realizado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq, relatava que eram 18 os cursos de bacharelado, alguns deles divididos em duas habilitações, Projeto de Produto e Comunicação Visual. Em 2009, o número total de cursos totalizava a 298, dos quais 167 são bacharelados e 131 são cursos superiores de tecnologia. A relação percentual entre as habilitações de cursos de graduação no Brasil é ilustrada pela Figura 1 seguinte.



**Figura 1 - Distribuição de cursos de graduação no Brasil, por habilitação (somando cursos de bacharelado e cursos superiores de tecnologia).**

Fonte: BRASIL. Documento de Área: Arquitetura, Urbanismo e Design. **CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior**, 2009. Disponível em: <[http://www.capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/ARQUITETURA\\_22jun10b.pdf](http://www.capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/ARQUITETURA_22jun10b.pdf)>. Acesso em: 15 de maio de 2014.

Através de levantamento de dados coletados no sistema e-MEC de buscas online de instituições de educação superior e cursos cadastrados no Ministério da Educação - MEC, percebemos que, hoje, há 124 cursos superiores de Design Gráfico<sup>1</sup> reconhecidos pelo Ministério da Educação, concentrados majoritariamente nas regiões sul e sudeste, conforme ilustra a Figura 2 seguinte.



**Figura 2 - Distribuição percentual regiões geopolíticas do Brasil das instituições de ensino superior em Design Gráfico reconhecidas pelo Ministério da Educação.**

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados disponíveis em: <<https://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 15 de maio de 2014.

<sup>1</sup> Faz-se notar que esse recorte exclui, propositadamente, cursos denominados Desenho Industrial, Design e outras habilitações, visto que nosso intuito é de analisar e discutir teoricamente ao que cabe exclusivamente a Design Gráfico.

A predominância dos cursos nos estados mais industrializados do país aponta relações entre a formação em Design Gráfico, o processo produtivo nacional e as regiões brasileiras com maiores índices de produção tecnológica. Ao mesmo tempo que esse padrão pode refletir demanda de mercado de trabalho, “também reflete uma distorção na oferta de formação de pessoal capacitado para atividades de inovação e de agregação de valor a serviços e produtos” (BRASIL, 2010).

Ainda que não regulamentada, a atividade profissional do designer gráfico brasileiro é reconhecida oficialmente pelo Ministério do Trabalho e Emprego através da Classificação Brasileira de Ocupações - CBO. Instituída pela portaria ministerial nº 397 em 9 de outubro de 2002, a CBO é um sistema normalizador de reconhecimento, nomeação e codificação dos títulos e conteúdos das ocupações do mercado de trabalho brasileiro (BRASIL, 2002). Nela identifica-se, no grupo de profissionais de nível superior “GG2 - Profissionais das Ciências e Artes”, os códigos 2624-10 para “Desenhista industrial (designer)” e 2624-05 para “Artista (artes visuais)”. Na descrição do grupo 2642 dos artistas visuais, desenhistas industriais e conservadores-restauradores de bens culturais, consta a descrição: A predominância dos cursos nos estados mais industrializados do país aponta relações entre a formação em Design Gráfico, o processo produtivo nacional e as regiões brasileiras com maiores índices de produção tecnológica. Ao mesmo tempo que esse padrão pode refletir demanda de mercado de trabalho, “também reflete uma distorção na oferta de formação de pessoal capacitado para atividades de inovação e de agregação de valor a serviços e produtos” (BRASIL, 2010).

Ainda que não regulamentada, a atividade profissional do designer gráfico brasileiro é reconhecida oficialmente pelo Ministério do Trabalho e Emprego através da Classificação Brasileira de Ocupações - CBO. Instituída pela portaria ministerial nº 397 em 9 de outubro de 2002, a CBO é um sistema normalizador de reconhecimento, nomeação e codificação dos títulos e conteúdos das ocupações do mercado de trabalho brasileiro (BRASIL, 2002). Nela identifica-se, no grupo de profissionais de nível superior “GG2 - Profissionais das Ciências e Artes”, os códigos 2624-10 para “Desenhista industrial (designer)” e 2624-05 para “Artista (artes visuais)”. Na descrição do grupo 2642 dos artistas visuais, desenhistas industriais e conservadores-restauradores de bens culturais, consta a descrição:

“Concebem e desenvolvem obras de arte e projetos de design, elaboram e executam projetos de restauração e conservação preventiva de bens culturais móveis e integrados. Para tanto, realizam pesquisas, elaboram propostas e divulgam suas obras de arte, produtos e serviços.” (BRASIL, 2002)

Na CBO, não há diferenciação entre as habilitações Design Gráfico e Design de Produto. Há, no entanto, uma indicação de profissão de “Desenhista de Produto Gráfico” como uma especificação do Desenho (Design) Industrial de Produto. No item 2624-10 uma especificação de “Desenhista de Páginas da Internet”, uma profissão independente da área do Design de Produto Gráfico. Pela descrição das atividades, entende-se que fotógrafos, ilustradores e outros artistas visuais fornecem imagens para o exercício de Design, enquanto jornalistas, publicitários, poetas e escritores fornecem textos para produtos gráficos. O Design é multidisciplinar e desenvolvido

com o trabalho cooperativo de uma equipe de profissionais de diferentes áreas. Nessa equipe, o designer tem papel de regente e sua atividade tem caráter organizador.

O crescimento do número de escolas de Design e, especialmente, de Design Gráfico, atesta o aumento na demanda pelo profissional. Ainda que distorções marquem a relação entre capacidade implantada de formação, absorção do designer pelo mercado de trabalho e concentração dos cursos (BRASIL, 2010), é inegável o impulso da atividade no país. O aumento na oferta de habilitações no campo mostra a renovação da área diante de novos paradigmas tecnológicos e comunicacionais (BRASIL, 2010). Deste modo, cumpre compreender de que forma tais mudanças se manifestam e modificam os discursos que descrevem a atividade. Apresentaremos, a seguir, as formas que a própria categoria profissional adotou para definir a habilitação do campo do Design.

## 2.2 Conceitos de Design Gráfico

O sentido do termo *design* pode ser interpretado pelo verbo da língua inglesa “*to design*”, que significa projetar. Segundo o Conselho Internacional das Sociedades de Design Industrial - ICSID:

“Design é uma atividade criativa cujo propósito é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas de ciclos de vida. Assim, design é o fator central da humanização inovadora das tecnologias e o fator crucial das trocas econômicas e culturais. (...) Design trata de produtos, serviços e sistemas concebidos através de ferramentas, organizações e da lógica introduzidas pela industrialização – não somente quando são produzidos em série.” (ICSID, 2000)

Assim, o termo *gráfico* tem o propósito de qualificar o termo *Design*, relacionando-o com a produção de objetos visuais, com o objetivo de comunicar mensagens específicas. Sobre a habilitação e seu produto, Frascara esclarece:

“Design gráfico, visto como uma atividade, é a ação de conceber, programar, projetar e realizar comunicações visuais, produzidas em geral por meios industriais e destinadas a transmitir mensagens específicas a grupos determinados. Um design gráfico é um objeto criado por esta atividade.” (FRASCARA 2000, p 19)

A Associação dos Designers Gráficos do Brasil (ADG Brasil) define Design Gráfico como “processo técnico e criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, idéias e conceitos, com objetivos comerciais ou de fundo social” (ADG Brasil, 2014). No campo teórico, é possível notar que há concordância quanto à finalidade comunicativa de Design Gráfico. Frascara (2000) compartilha o posicionamento de que “a comunicação é a área que fornece a razão de ser do design gráfico e representa a origem e o objetivo de todo o trabalho”. Tradicionalmente, o designer atua como projetista e supervisor ou gerenciador do processo de produção gráfica. Dessa forma, encarrega-se de controlar o processo expressivo-informativo do projeto, definindo a mensagem gráfica, e de supervisionar a reprodução (REGINALDO e PERASSI, 2012). No entanto, isso não garante que o produto seja divulgado ou distribuído e, portanto, comunicado.

Fuentes (2006) atesta que a expressão e a informação estão vinculadas à comunicação de maneira intencional:

“A relação entre expressão e comunicação, assim como a nossa tendência em enfatizar sua vinculação inseparável, certamente surgirá em várias ocasiões nessa proposição metodológica. A razão é muito simples: este é o conceito medular, a razão de ser do design gráfico.” (FUENTES 2006, p.31)

Em suma, Escorel (2000) afirma que “o design gráfico é a linguagem que viabiliza o projeto de produtos industriais na área gráfica possuindo flexibilidade e recursos inumeráveis para transmitir com eficiência as informações que lhe são confiadas”. Assim, praticamente todas as questões se apresentam como questões de identidade e como devem ser abordadas, encaminhadas e resolvidas (ESCOREL 2000).

O anteriormente denominado Conselho Internacional de Associações de Design Gráfico - ICOGRADA descrevia Design Gráfico como “atividade intelectual, técnica e criativa concernente não somente à produção de imagens, mas à análise, organização e métodos de apresentação de soluções visuais para problemas de comunicação. Informação e comunicação são as bases de um modo de vida global interdependente, seja na esfera dos negócios, cultural ou social. Ao designer gráfico cabe a tarefa de fornecer respostas aos problemas de comunicação de todo tipo em todos os setores da sociedade” (ICOGRADA, 2001). O Conselho também descrevia o designer gráfico como aquele tem a sensibilidade, habilidade e experiência e/ou treinamento profissionalmente para criar designs ou imagens para a reprodução por qualquer meio de comunicação visual, e que pode estar preocupado com ilustração; tipografia; caligrafia; design de superfície para embalagem; ou a concepção de padronagens, livros, propaganda e material de publicidade; ou qualquer forma de comunicação visual (ICOGRADA, 2001). Em relação semelhante ao aspecto material da atividade profissional, para Azevedo (1998), Design Gráfico é a parte do projeto que se refere ao material a ser impresso. O autor contextualiza historicamente a expressão gráfica, retomando à origem do ser humano e da sua necessidade de um alfabeto para se comunicar nas antigas civilizações do Mediterrâneo, no Egito até o marco histórico representado pela invenção dos tipos móveis de Gutenberg, no século XV. No contexto prático, Villas-Boas (1998) conceitua Design Gráfico como:

“Área do conhecimento e a práticas profissionais específicas relativas ao ordenamento estético-formal de elementos textuais e não-textuais que compõem peças gráficas destinadas à reprodução com objetivo expressamente comunicacional. Ele envolve a realização de projetos gráficos (cartazes, revistas, capas de livros e discos etc.) – projetos serializados, destinados à reprodução em escala e que têm como suporte (preponderantemente) o papel e como processo de reprodução e impressão.” (VILLAS-BOAS 1998, p.13)

Atualmente, o Conselho Internacional de Associações de Design de Comunicação - ICOGRADA define da mesma maneira como definia Design Gráfico: “Design de Comunicação é uma atividade intelectual, técnica e criativa relativa não apenas com a produção de imagens mas com a análise, organização e métodos de apresentação de soluções visuais para problemas de comunicação” (ICOGRADA, 2013, tradução nossa). A substituição do termo Gráfico revela a concordância quanto à finalidade comunicativa da atividade.

A definição da profissão atualmente não aborda nenhuma habilitação: “Design é uma disciplina dinâmica e em constante evolução. O designer profissionalmente treinado aplica intento para criar ambiente visual, material, espacial e digital, empregando abordagens interdisciplinares e híbridas para a teoria e prática do design. Eles entendem o impacto cultural, ético, social, econômico e ecológico de seus esforços e da sua responsabilidade final para as pessoas e o planeta em ambas esferas comercial e não comerciais. O designer respeita a ética do profissão em Design” (*Ibidem*, tradução nossa).

Quanto à vocação interdisciplinar do Design (COUTO, 1997), o campo se beneficia de teorias de outras áreas do conhecimento para compôr seu corpus teórico (VILAS-BOAS, 2003). A contribuição de diversas disciplinas é valorizada sem haver a devida compilação das contribuições teóricas da área (BÜRDEK, 2006). O autor também diz que “o design sempre teve dificuldade em desenvolver algo específico, em cuja base pudesse cooperar com outras disciplinas” (*Ibidem*).

Surge, no conceito atual do Conselho, a noção do trabalho digital. Se antes, na definição da ICOGRADA, os aspectos instrumentais materiais específicos e concernentes da ação projetual eram destacados (ilustração; tipografia; caligrafia; design de superfície para embalagem; ou a concepção de padronagens, livros, propaganda e material de publicidade; ou qualquer forma de comunicação visual), agora ganham protagonismo as potenciais contribuições do designer nos espaços de vida do homem (criar ambiente visual, material, espacial e digital). Antes, dimensões do processo de trabalho e finalidades produtivas (cartazes, livros, material de publicidade) condicionavam a compreensão da profissão. Agora, o profissional é o sujeito capaz de modificar as experiências cotidianas pela criação de ambientes visuais ou materiais, considerando os impactos ecológicos, econômicos, culturais, éticos e sociais. A própria fluidez dos contornos do campo é atestada pela recente definição de designer referendada pela ICOGRADA, ao reconhecer que o Design é uma “disciplina dinâmica em constante evolução” (ICOGRADA, 2013, tradução nossa). O produto do processo de projeto modifica-se, sendo sua manifestação agora menos ligada ao material produzido e mais ligada à experiência promovida. Estudos conceituais em Design Gráfico “sugerem a progressiva desmaterialização da prática profissional do designer, com a valorização das atividades de pesquisa de mercado e gestão” (ALMEIDA e PERASSI, 2013).

Em comparação com a descrição anterior do Conselho, pode-se perceber que o campo adotou uma postura mais abrangente e genérica (Design é uma disciplina dinâmica e em constante evolução. O designer profissionalmente treinado aplica intento para criar ambiente visual, material, espacial e digital, empregando abordagens interdisciplinares e híbridas para a teoria e prática do design). Nota-se aqui, um movimento contrário ao registrado em relatório trienal da CAPES que diz que “outra análise que deve ser feita na graduação refere-se a uma tendência a especialização na formação de graduação” (BRASIL, 2010), que mostra o movimento relativo à especificação da formação dos designers brasileiros nas diferentes habilitações existentes no mercado.

Os aspectos éticos e sociais associados à atividade estão mais elaborados. A noção de responsabilidade profissional atrelada à atividade do designer gráfico ganha mais



destaque, entendendo o efeito do seu trabalho nas dinâmicas sociais. Sobre o poder de influência do trabalho do designer gráfico, Dougherty alerta que:

“Ocupamos uma posição única para mudar não só nossas próprias ações, como também as ações de muitos outros que se comovem com nosso trabalho, inclusive nosso público e nossos clientes. Podemos ser contratados para mudar a experiência que o usuário tem da marca do nosso cliente. Mas durante o processo, temos o poder de mudar a marca em si. Temos o poder de influenciar a substância de um produto ou serviço. (DOUGHERTY, 2011, p 20)

Bonsiepe (1997) propõe a ideia de interface como um sistema faz interagir usuário e objeto em função de uma tarefa. Estabelece-se uma relação triangular: o usuário que pretende realizar uma tarefa, a tarefa proposta e uma ferramenta para efetivar sua execução, e a mediação dos três elementos é a interface. As propriedades do design são determinadas por essa interface. Segundo Frascara (2000), Design Gráfico se caracteriza pela produção de objetos visuais destinados a comunicar mensagens específicas.

A palavra design se usará para se referir ao processo de programar, projetar, coordenar, selecionar e organizar uma série de fatores e elementos tendo em vista a realização de objetos destinados a produzir comunicação visual. A palavra design se usará também em relação com os objetos criados por esta atividade (FRASCARA 2000, p.19)

O autor também indica quatro delimitações que foram historicamente propostas e ainda repercutem: Design Gráfico está relacionado à reprodução seriada a partir de um original e, por isso, não produz peças únicas; Design Gráfico é dirigido ao contexto da sociedade de massas; Design Gráfico está relacionado ao fenômeno da “fetichização” da mercadoria; e Design Gráfico está submetido a uma metodologia própria de projeção, principalmente, com relação à produção e à circulação.

Em Design Gráfico, a função simbólica coincide em partes com a função prática dos produtos, considerando-se que o objetivo central é informar e comunicar, independente da natureza do produto gráfico. Desse jeito, a composição ou identidade visual cumpre uma função necessária ao bom desempenho de qualquer outra função, sendo a “forma final, o resultado de decisões de caráter tecnológico, estético e mercadológico, como conjunto de relações que exprimem apenas aquele sistema de informações e nenhum outro” (SCOREL 2000). Em distinção à natureza comercial da publicidade, “o design gráfico busca simplesmente esclarecer a mensagem e transformá-la em uma experiência emocional” (SAMARA 2010).

Design Gráfico é a atividade intencional de projeção do produto gráfico, usando linguagem específica, para orientar a expressão da forma ou ideia, impressa ou digital, sobre o suporte planejado, configurando todo o conjunto como informação ou mensagem, de acordo com seu significado no contexto em que está inserido. O objetivo expresso é constituir uma interface informativa eficiente, que permita a comunicação entre o emissor e o receptor. Assim, para cumprir essa finalidade, o designer, como profissional responsável, deve planejar ou realizar diversas atividades de preparação e supervisão do processo de desenvolvimento do projeto, até a entrega do produto gráfico (REGINALDO e PERASSI, 2012).

Os sistemas de signos são diversos do cinema, mas quando inseridos em uma disciplina particular, diferenciam-se da música na sala de concerto, do texto literário no livro, da cenografia no teatro e da vestimenta no desfile de moda. Nesse contexto, Reginaldo e Perassi (2012) explicam que “no filme, os signos se alteram por estarem inseridos em um sistema particular, que é organizado como sistema disciplinar”.

Design, como outros campos de pesquisa social, tem interesse de pesquisa prospectivo: entender, explicar ou solucionar problemas para criar ou aprimorar soluções existentes (EVENSEN, 1996). O desenvolvimento de teoria de Design exige uma abordagem teórica do Conhecimento, pois a área de Design emergiu sob os parâmetros da produção do conhecimento científico como esforços para aperfeiçoar métodos, regras e critérios próprios para que Design seja pesquisado, avaliado e melhorado (BÜRDEK, 2006).

As ciências são caracterizadas por três elementos: objetivo, objeto e método. No caso de Design, Bürdek (2006) reconhece que o objeto compreende as questões de forma e contexto ou de forma e significado, que podem ser descritos com o conceito da função comunicativa. Já o método científico de Design deve ser procurado no âmbito das ciências humanas, já que não se pode descrever a essência comunicativa específica do design com a ajuda das ciências naturais ou com os métodos formais das ciências.

### 3. CONCLUSÃO

Os discursos sobre a profissão se modificam, denotando tensões acerca da atividade ao longo do tempo. Nisso, surgem questões diversas; entre elas, como aparecem nos discursos do campo pontos fundamentais para a prática: a desmaterialização da atividade profissional; o processo comunicativo como sua base fundamental; a adoção de uma postura generalista em oposição à maior especificação nas habilitações; entre outras. Essas questões serão apontadas pelo uso que é feito dos discursos para levantar mudanças na forma de significar a profissão. A partir daí, o que os discursos podem manifestar sobre mudanças na forma de significar as entidades envolvidas no projeto de Design Gráfico?

A discussão aqui ensejada não é fechada em si. Ao contrário, abre caminho para que reflitamos sobre a relação entre os discursos e a conformação do conceito de Design Gráfico. Nesse sentido, o ponto fundamental é gerar estranhamento e abertura do olhar, a partir do exame das configurações conceituais anteriormente e atualmente publicadas. O uso de novos termos e o desuso de outros manifesta, tanto nos discursos quanto nos silêncios, constrangimentos que delineiam a cartografia aqui realizada. Afinal, o que pode ser dito do aparecimento do termo *digital* recentemente na definição da ICOGRADA - em oposição à sua omissão anterior? O que podemos afirmar da própria mudança de nome da instituição? O que manifestam essas mudanças senão modificações nos alicerces sobre os quais são construídas as visões contemporâneas da atividade e do profissional - condicionadas ora por sua atuação, ora pelos contextos de fruição de seus produtos, ora pelos meios e instrumentos através dos quais projeta?

O intuito da pesquisa foi realizar essa análise em diálogo com os textos de teoria e documentos e notamos, ao fim, que as semelhanças e diferenças entre os

discursos refletem tendências no ensino, na realidade profissional e em aspectos sócio culturais, permitindo traçar um paralelo entre o processo evolutivo do Design Gráfico brasileiro, avanços tecnológicos e tendências do mercado de trabalho.

O estabelecimento sólido das competências e responsabilidades dos designers gráficos se dão através do entendimento claro do que é Design Gráfico. Nesse sentido, buscamos em diferentes definições e nos termos usados para descrever teoricamente Design Gráfico o que é perene e o que é mutável na teoria fundamental na habilitação do campo no Brasil. Partimos do pressuposto de que a escolha, legitimação e uso contínuo de uma terminologia expressa ideologia. É importante atentar à necessidade do estudo e discussão da epistemologia do Design, a fim de se estabelecer as competências e responsabilidades dos designers de maneira sólida.

## REFERÊNCIAS

ADG Brasil. **Sobre**. Disponível em: <<http://www.adg.org.br/adgbrasil.php>>. Acesso em: 15 de maio de 2014.

ALMEIDA, F. S., Perassi, R. **Aspectos do Perfil Profissional do Designer Gráfico Brasileiro**. Revista Educação Gráfica, v. 17, p 69-88, 2013.

ALMEIDA JUNIOR, L., NOJIMA, V. L. **Retórica do Design Gráfico**. Rio de Janeiro: Blucher, 2010.

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

BONSIEPE, G. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

BRASIL. - TEM. Classificação Brasileira de Ocupações. **CBO - Descrição - 2.4.1**, 2002. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf>>. Acessado em: 15 de maio de 2014.

BRASIL. Documento de Área: Arquitetura, Urbanismo e Design. **CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior**, 2010. Disponível em: <[http://www.capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/ARQUITETURA\\_22jun10b.pdf](http://www.capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/ARQUITETURA_22jun10b.pdf)>. Acesso em: 15 de maio de 2014.

BÜRDEK, B. E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edigard Blücher, 2006.

COSTA, L. A. ; ANGELI, A. A. C. ; FONSECA, T. M. G. Cartografar. In: FONSECA, T. M. G. NASCIMENTO, M. L. MARASCHIN, C. (Org.). **Pesquisar na diferença: um abecedário**. 1 ed. v. 1, p 45-48. Porto Alegre, 2012.

COUTO, R. M. S. Design como corpo de conhecimentos. Em: **Movimentos interdisciplinares de designers brasileiros em busca da educação avançada**. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica, 1997.

ESCOREL, A. L. **O efeito multiplicador do design**. – 2. Ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.

EVENSEN, L. S. A Linguística Aplicada a partir de um arcabouço com princípios caracterizados de disciplinas e transdisciplinas. In: SIGNORINI, I. & M. Cavalcanti (Orgs.) **Linguística Aplicada e transdisciplinaridade**. p 81-90. Campinas: Mercado de Letras, 1996.

FRASCARA, J. **Diseño Gráfico y Comunicacion**. Buenos Aires: Infinito, 2000.

FUENTES, R. **A prática do design gráfico**. São Paulo: Rosari, 2006.

ICOGRADA - International Council of Graphic Design. **Definitions**, 2001. Disponível em: <<http://www.lsc.ufsc.br/~edla/design/conceitos.htm>>. Acessado em: 15 de maio de 2014.

ICOGRADA - International Council of Communication Design. **About ICOGRADA**, 2013. Disponível em: <<http://www.icograda.org/about/about.htm>>. Acessado em: 15 de maio de 2014.

ICSID - International Council of Societies of Industrial Design. **Industrial Design**. Disponível em: <<http://www.icsid.org/iddefinition.html>> Acessado em: 15 de maio de 2014.

REGINALDO, T., PERASSI, R. **Bases conceituais e metodológicas para a pesquisa aplicada em Design**. Florianópolis, SC: EGR/UFSC, 2012.

SAMARA, T. **Ensopado de Design Gráfico**. São Paulo: Blucher, 2010.

VILLAS-BOAS, A. **Utopia e disciplina**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

VOGT, C. **Linguagem, pragmática e ideologia**. Campinas: Hucitec/Funcamp, 1977.