

Curso
Mestrado

Linha de Pesquisa
Teoria e História do Design

Trilha
Práticas para levantamento de dados

Laura Ueta Bellesa

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Design da Fau-usp. Graduada em design pela Fau-usp (2018).

e-mail lau.bellesa@usp.br
lattes lattes.cnpq.br/1776145604113459

Luís Cláudio Portugal do Nascimento

Professor da Fau-usp, doutor em ensino do design pela New York University (1997), mestre pela École Nationale Supérieure d'Arts et Métiers, Paris (1987), e bacharel em desenho industrial e comunicação visual pela Escola Superior de Desenho Industrial da Uerj (1983).

e-mail claudioportugal@usp.br
lattes lattes.cnpq.br/2797773827825547
ORCID 0000-0003-4586-1747

Referências

KATO, S. 2012. Tempo e espaço na cultura japonesa. Tradução de Neide Nagae e Fernando Chamas. São Paulo: Estação Liberdade.
OKANO, M. 2012. Ma: entre espaço da arte e comunicação no Japão. São Paulo: Annablume.
RUDER, E. 1996. Typography. 6ª ed. Sulgen (Suíça): Niggli.

Manifestações do conceito de “vazio” no design: desafios para a análise observacional de projetos clássicos de design

Laura Ueta Bellesa, Luís Cláudio Portugal do Nascimento

estética; design; estética do design; linguagem do design; vazio no design

No pensamento oriental, o vazio é tão importante quanto o cheio, uma vez que a não-forma delimita a forma. Partindo de um ensinamento taoísta, o designer suíço Emil Ruder (1996) enaltece o equilíbrio entre forma e contra-forma na tipografia. O conteúdo, quando mínimo, ativa os espaços em branco, criando um meio para reverberar e se tornar perceptível, semelhante ao efeito proporcionado pelas pinturas asiáticas em nanquim (KATO, 2012). No Japão, o vazio que se manifesta no design visual e de produto funciona como um intervalo espaço-tempo disponível “ma” (OKANO, 2012) capaz de adequar um conteúdo informacional ou tecnológico às necessidades dos usuários. O objetivo desta pesquisa de mestrado consiste em discernir possível associação entre manifestações do conceito de “vazio” na cultura japonesa e ocorrências de “vazio” tanto em projetos de design visual do Estilo Tipográfico Internacional, desenvolvidos na Suíça, na década de 1950, quanto em projetos de design de produto do chamado “estilo Braun”, concebidos, a partir da década de 1950, pela equipe de Dieter Rams. O método de pesquisa divide-se em cinco etapas. As três primeiras correspondem ao levantamento de dados sobre manifestações do conceito de “vazio” na cultura japonesa, no Estilo Tipográfico Internacional e no chamado “estilo Braun”. As técnicas de coleta incluem revisão da bibliografia, buscas na internet e análises observacionais de projetos notáveis de design. As duas últimas etapas correspondem ao tratamento de dados da pesquisa, cotejando os resultados da primeira com os da segunda e da terceira etapa. Atualmente, a pesquisadora encontra-se coletando dados da segunda e da terceira etapa. Os desafios encontram-se, sobretudo, na análise observacional de projetos clássicos de design: no design visual, os próprios manuais tipográficos consultados tornaram-se objetos de estudo; já no design de produto, as fontes limitaram-se a fotografias disponíveis na internet.

Course

Master's Degree

Line of Research

Design History and Theory

Trail

Practices for data collection

Laura Ueta Bellesa

Master's student in the Graduate Program in Design from Fau-usp. She holds a bachelor's degree in Design from Fau-usp (2018).

e-mail lau.bellesa@usp.br

lattes lattes.cnpq.br/1776145604113459

Luís Cláudio Portugal do Nascimento

Professor at Fau-usp. He holds a Ph.D. in art education from New York University (1997), a Masters Degree from École Nationale Supérieure d'Arts et Métiers, Paris (1987), and a Bachelors Degree in Graphic and Industrial Design from Uerj's Escola Superior de Desenho Industrial (1983).

e-mail claudioportugal@usp.br

lattes lattes.cnpq.br/2797773827825547

ORCID 0000-0003-4586-1747

References

KATO, S. 2012. *Tempo e espaço na cultura japonesa*. Tradução de Neide Nagae e Fernando Chamas. São Paulo: Estação Liberdade.

OKANO, M. 2012. *Ma: entre espaço da arte e comunicação no Japão*. São Paulo: Annablume.

RUDER, E. 1996. *Typography*. 6^a ed. Sulgen (Suíça): Niggli.

Manifestations of the concept of “emptiness” in design: challenges for observational analysis of classic design projects

Laura Ueta Bellesa, Luís Cláudio Portugal do Nascimento

aesthetics; design; design aesthetics; design language; emptiness in design

In Eastern thought, emptiness is as important as full, since non-form delimits form. Based on Taoist lesson, Swiss designer Emil Ruder (1996) praises the balance between form and counterform in typography. The content, when minimal, activates the white spaces, creating a medium to reverberate and become perceptible, similar to the effect provided by Asian ink paintings (KATO, 2012). In Japan, the emptiness that manifests itself in visual and product design works as an available space-time interval “ma” (OKANO, 2012) capable of adapting an informational or technological content to the users' needs. The objective of this master's research is to discern a possible association between manifestations of the concept of “emptiness” in Japanese culture and occurrences of “emptiness” both in visual design projects of the International Typographic Style, developed in Switzerland, in the 1950s, and in product design projects of the so-called “Braun style”, conceived, from the 1950s, by the team of Dieter Rams. The research method is divided into five stages. The first three correspond to the data collection about manifestations of the concept of “emptiness” in Japanese culture, in the International Typographic Style and in the so-called “Braun style”. Collection techniques include reviewing the bibliography, searching the internet, and observational analysis of notable design projects. The last two stages correspond to the treatment of research data, comparing the results of the first with those of the second and third stages. Currently, the researcher is collecting data from the second and third stages. The challenges identified are found, above all, in the observational analysis of classic design projects: in visual design, the consulted typographic manuals themselves became objects of study; in product design, the sources were limited to photographs available on the internet.