

ASPECTOS DO PERFIL PROFISSIONAL DO DESIGNER GRÁFICO BRASILEIRO

Fernando dos Santos Almeida¹

Richard Perassi Luiz de Sousa²

Resumo

A partir dos conceitos de autores mais recorrentes nos trabalhos de graduação do curso de bacharelado em Design (EGR/CCE/UFSC), procurou-se configurar o perfil do profissional designer gráfico na atualidade. Levantamentos realizados permitem a reflexão sobre o que é permanente e sobre o que evoluiu, a partir das bases conceituais e metodológicas para o estudo de Design. Considerou-se mais especificamente a evolução do conceito de Design e sua influência no perfil conceitual do designer. Houve o estudo de documentos, publicações acadêmicas e textos científicos, os quais tratam das conceituações em Design e das descrições de atividades profissionais. Também houve a análise das respostas dos questionários enviados a professores de cursos de graduação de Design em diferentes regiões brasileiras. Isso caracterizou um estudo do material de pesquisa e uma discussão sobre o tema. Algumas conceituações presentes na bibliografia consultada sugerem uma progressiva desmaterialização da prática profissional do designer, valorizando atividades de pesquisa de mercado e gestão de processos. Entretanto, ao se avaliar a posição dos entrevistados, assim como conceituações estudadas na maior parte da bibliografia, foi evidenciado que o perfil profissional do designer ainda permanece diretamente relacionado à atividade criativo-projetiva de produtos.

Palavras-chave: design gráfico; conceituação; perfil profissional.

Abstract

From the concepts of the most recurrent authors in undergraduate Design bachelor degree papers (EGR/CCE/UFSC), it was set up the graphic designer professional profile today. Surveys allow reflection on what is permanent and what evolved from the conceptual and methodological bases for the Design studies. It was considered more specifically the evolution of the concept of design and its influence on the profile of the conceptual designer. There was the study of documents, academic journals and scientific texts, which deal with concepts in Design and descriptions of professional activities. There was also an analysis of the responses from questionnaires sent to teachers of Design courses in different Brazilian regions. It featured a study by research material and a discussion on the topic. Some concepts present in the bibliography suggest a progressive dematerialisation of the designer's professional practice, valuing market research activities and management processes. However, when evaluating the position of the respondents, as well as concepts studied in most of the literature, it was evident that the professional designer's profile is still directly related to the creative-projective activity of products.

Keywords: graphic design; conceptualization; professional profile.

¹Bacharel; Universidade Federal de Santa Catarina – Campus Trindade, e-mail: fds.almeida@gmail.com

²Doutor; Universidade Federal de Santa Catarina - Campus Trindade, e-mail: richard.perassi@uol.com.br

1. Introdução

Frente às reformas curriculares dos cursos de Design, às opiniões sobre a regulamentação da profissão e aos questionamentos sobre o papel do designer gráfico, procurou-se estabelecer um perfil conceitual do designer gráfico brasileiro na atualidade. Foram estudados diferentes projetos de lei, que propõem a regulamentação do exercício da profissão de designer gráfico. Houve também estudos de textos que tratam das conceituações de Design e da descrição de suas atividades profissionais. Além das entrevistas com professores de cursos de graduação de diferentes regiões do país.

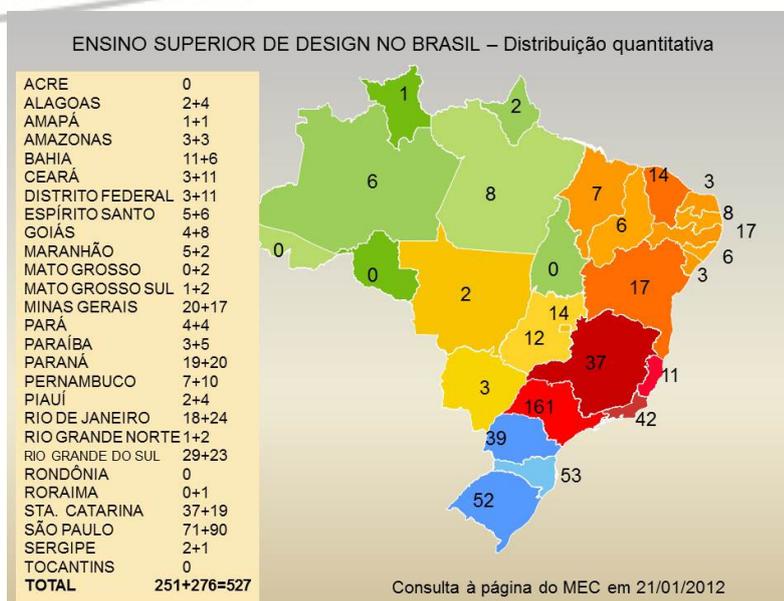
Durante a pesquisa, portanto, buscou-se estabelecer parâmetros para indicar o que é basicamente constante e o que tem evoluído no modo como Design, Ciência e Sociedade estão dinamicamente integrados. O proposto é a sistematização de conhecimentos sobre o perfil do profissional em Design Gráfico. Para tanto, houve a interpretação de diferentes conceituações apresentadas por autores, instituições e, especialmente, professores de cursos de formação superior. A pesquisa foi desenvolvida por meio de entrevistas e estudos exploratórios em *websites* e, também, em publicações técnicas e científicas da área.

O início do ensino de Design no Brasil é relativamente recente, porque ocorreu na década de 1960. Isso indica sua brevidade em comparação ao surgimento da escola *Bauhaus*, inaugurada em 1919 e considerada o marco pedagógico mundial do moderno conceito de Design.

No Brasil, atualmente, o número de cursos superiores de Design reconhecidos pelo Ministério da Educação (MEC) é de 527 cursos, como indica o infográfico na Figura 1. O estado com maior número é São Paulo, com 161 cursos ou cerca de 30%. Em segundo lugar, está Santa Catarina com 56 cursos ou cerca de 10% do total. Os outros estados que dispõem de mais de uma dezena de cursos são: Rio Grande do Sul, com 52 cursos; Rio de Janeiro, com 42 cursos; Paraná, com 39 cursos; Minas Gerais com 37 cursos; Bahia, com 17 cursos; Pernambuco, com 17 cursos; Ceará, com 14 cursos, e Distrito Federal, também com 14 cursos. Observa-se que os estados da região Sudeste e da região Sul dispõem de 356 cursos, que corresponde a cerca de 70% dos cursos de Design deste país.

Diante da situação apresentada, considera-se que há uma evidente relação entre os cursos de Design, o processo produtivo nacional e as regiões com maiores índices de produção tecnológica no Brasil. Considera-se também que o reconhecimento da evolução do perfil profissional do designer é tema de interesse para os profissionais e estudantes da área. Mas, também, diz respeito ao modo de organização e desenvolvimento do processo de formação profissional e, ainda, do sistema produtivo brasileiro.

Figura 1: Mapa indicativo da distribuição quantitativa dos cursos de ensino superior de Design no Brasil, distinguindo bacharelado de técnico.



Fonte: Safar (2012)

Tradicionalmente, seguindo o perfil do bacharel, a atuação dos designers constituía-se como atividade autônoma de adaptação do processo criativo à produção industrial, caracterizando-se primeiramente como “desenho industrial”. Atualmente, sua atuação depende da participação interativa com outros e seu envolvimento nos processos de prospecção de mercado e de gestão organizacional. No caso mais específico do designer gráfico, a hegemonia da mídia eletrônico-digital, na cultura das organizações e na cultura em geral, requer a atuação dos designers nos processos de interação e disseminação da linguagem e dos recursos gráfico-digitais. Assim, os designers influenciam nos processos de planejamento (*design thinking*), nos processos pedagógicos (design instrucional), nos processos relacionais (design de sistemas, de serviços, de informação e de mídia), e nos processos produtivos (design de produtos e de produtos gráficos, entre outros). Como especialista no planejamento e na mediação do processo interativo entre produtos e pessoas, os designers também são referência na disponibilização de diferentes recursos conceituais ou materiais de adaptação e mediação entre profissionais e entre o público em geral.

2. Desenvolvimento

2.1. Conceitos de Design

O termo “Design” tem origem latina e, de acordo com Azevedo (1998, p. 9), seu sentido atual é entendido a partir da interpretação que vem do inglês, indicando “projetar, compor visualmente ou colocar em prática no plano intencional”. Nesse sentido, “a ferramenta do designer hoje é o próprio ato de gerar informação” (Ibid., p. 11). De

acordo com Löbach (2001, p.16) “o design é traduzido por nós como configuração (*gestaltung*)”.

Adotou-se grafar Design com inicial maiúscula quando o termo estiver se referindo ao âmbito de uma área do conhecimento, 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 estético-plástica etc. (ALMEIDA JUNIOR e NOJIMA 2010, p. 13).

A ideia de “configuração” corrobora o pressuposto de que o objeto de estudo específico de Design é a “forma” (*Gestalt*). Assim, os conhecimentos e as atividades de Design são, de acordo com Reginaldo (2011), desenvolvidos a partir do estudo, da utilização, da produção, da adaptação, da representação e da significação das formas.

O conceito de Design está em íntima relação com outros conceitos, cuja raiz etimológica será discutida adiante. O termo “forma” é compreendido como “princípio que determina a matéria, fazendo dela tal coisa determinada: aquilo que, num ser, é inteligível” (JAPIASSU e MARCONDES: 1990 p. 81). Nesse sentido, a forma é aquilo que, na coisa, é acessível e que pode ser conhecido pela razão. “A matéria é considerada como um substrato passivo que deve tomar forma para se tornar coisa. Matéria e forma só podem ser dissociadas pelo pensamento” (Ibid.).

Flusser (2007) cita a palavra grega “*morphé*”, na origem do termo “forma”, como sinônimo de ideia que organiza a matéria amorfa do mundo. Nesse sentido, “design é o processo de formalização ou de informação da matéria, tornando-a inteligível e atribuindo-lhe sentido e funcionalidade” (REGINALDO e PERASSI, 2012).

A raiz etimológica da palavra “informação” decorre da “ação de formar, de fazer, fabricação; esboço, desenho, plano; ideia, concepção; formação, forma” (HOUAISS, 2006). Para Rabaça e Barbosa (1998, p. 334), “informação é o ato de emitir ou de receber mensagens”. É competência de Design “o projeto de formas ou mensagens não verbais, investindo características estéticas, semânticas e funcionais, que habilitam o produto para cumprir as funções de atração, significação e utilização” (REGINALDO e PERASSI, 2012).

Em Design Gráfico investe-se no tratamento gráfico-morfológico das formas verbais. Um exemplo disso é a composição de logotipos, porque “as formas dos tipos ou das letras e das palavras são tratadas e organizadas para compor um ícone especial, que identifica uma organização, um produto ou um serviço, entre outras possibilidades” (REGINALDO e PERASSI, 2012).

Projetar produtos a partir do estudo das formas é a finalidade de Design (Ibid.). Nesse contexto, a ideia de produto como finalidade desqualifica a distinção entre Design Gráfico e Design de Produto, indicando que Design propõe diversos tipos de produto, inclusive produtos gráficos.

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)

Segundo Bürdek (2006, p. 273), a primeira tentativa de compreender a base teórica da área de Design ocorreu em 1977, durante o Fórum Congresso do IDZ de Berlim, na Alemanha. Bürdek apresenta quatro linhas de interesse que orientaram as reflexões sobre teoria de Design:

- Tornar transparente o processo de Design e obter métodos operacionais de projeção (Metodologia de Projeto);
- Obter controle sobre a quantificação dos fenômenos visuais (Estética da Informação);
- Desenvolver uma teoria crítica em Design (Fundamentação Político-Econômica);
- Discutir o funcionalismo, visando um “funcionalismo ampliado” (Pragmática).

Para Bürdek (2006), a atividade de Design é relacionada à criatividade, fantasia cerebral, senso de invenção e de inovação técnica. No entanto, o processo de Design não envolve informalidade na configuração visual, na qual se escolhem cores, formas e materiais por opiniões pessoais. Isso porque essas escolhas são determinadas por condições e decisões de caráter tecnológico, econômico, político e pragmático. Segundo Reginaldo e Perassi (2012), isso considera “o contexto de desenvolvimento econômico, tecnológico e cultural, os fundamentos históricos, as condições de produção técnica, os fatores ergonômicos ou ecológicos e as exigências artístico-experimentais”. Ao lidar com Design, é necessário refletir acerca das condições que contextualizam o projeto, considerando-as nos projetos e produtos (BÜRDEK 2006).

Desenvolver a teoria em Design significa abordar a teoria do Conhecimento, pois a área de Design emergiu sob os parâmetros da produção do conhecimento científico, com esforços para aperfeiçoar métodos, regras e critérios próprios, para que Design seja pesquisado, avaliado e melhorado (BÜRDEK, 2006).

Retomando a ideia de configuração, Löbach (2001) afirma que essa pode ser descrita como materialização de uma ideia. Como os conceitos “configuração” e “Design” são amplos, quando ambos são relacionados, a definição do objeto a ser configurado permanece em aberto. Sua especificidade assim depende da relação entre o conceito “Design” e outro conceito, que lhe tenha alguma ascendência, caracterizando o objeto de Design como, por exemplo, “Design Ambiental”:

Design ambiental significa, como se sabe, configuração do meio ambiente. O conceito do ambiente se une ao do design. O resultado, porém, continua sendo um conceito geral, que se desdobra em vários tipos de configurações do ambiente. O design industrial [...] é o conceito geral para as diversas especialidades do design compreendidas na configuração do meio ambiente. O design industrial é, portanto, uma especialidade da configuração do meio ambiente (LÖBACH 2001, p.17).

Para Bonsiepe (1997), a prática de Design apresenta uma carência nos aspectos

teóricos. Apesar de sua presença no contexto social e profissional, Design não é uma área do conhecimento devidamente pesquisada, revelando um campo sem a devida fundamentação teórica. Diante disso, Bonsiepe (ibid.) propõe sete caracterizações para Design, além de referências sócio-pedagógicas.

- Design pode se manifestar em qualquer área do conhecimento ou práxis humana, sendo mais amplo que as disciplinas projetuais, incluindo a invenção de novas práticas na vida cotidiana.
- Design é voltado para o futuro.
- Design é relacionado à inovação, como palavras que se superpõem mediadas pela ética.
- Design está particularmente ligado ao espaço retinal, mas não se limita a esse, porque seu conjunto de tarefas inclui acoplar os artefatos ao corpo humano.
- Design visa à ação efetiva, superando denominações como “forma”, “função” e “estilo”, porque diz respeito a critérios de eficiência da ação e ao comportamento social.
- Design está linguisticamente ancorado no campo dos juízos.
- Design é orientado à interação entre usuário e artefato, como domínio da interface.

Dougherty (2011, p. 19) atesta que, “em sua essência, o design consiste em promover a mudança. Alguém, em algum lugar, está insatisfeito com o que vê, e tenta melhorar a situação investindo em design”. De forma esclarecedora, Bonsiepe (1997) propõe a ideia de “interface” como um sistema que faz interagir o usuário e o objeto em função de uma tarefa. Isso estabelece uma tríade: um usuário que pretende realizar uma tarefa; a tarefa proposta e uma ferramenta para efetivar sua execução. O processo de mediação desses três elementos é denominado interface. Segundo Reginaldo e Perassi (2012), as características do produto resultante são previstas e determinadas na interação entre o caráter do artefato, da tarefa e do usuário.

O conceito de “interface” fortalece a ideia de que a função característica do design é de mediar ergonomicamente a relação entre procedimento, artefato e usuário. A forma está a serviço da mediação, que permite funcionalidade, considerando-se a função estética, simbólica ou prática (BONSIEPE, 1997). Por outro lado, Escorel (2000, p.14) afirma que “Design é uma linguagem”. Linguagem essa que viabiliza o projeto de produtos industriais, na área gráfica (Ibidem, p.46).

A linguagem do design surgiu com a indústria na Revolução Industrial, visando à reprodução seriada de um projeto original.

Como toda linguagem, Design apresenta propriedades combinatórias e associativas, sendo que as primeiras estão relacionadas aos aspectos formais (expressivos ou estéticos) e a segunda aos aspectos simbólicos do produto, o qual é decorrente da combinação desses dois aspectos (REGINALDO e PERASSI, 2011).

Escorel (2000) distingue o campo de Design em duas áreas com características

linguísticas diferentes: a área de Design de Produto e a área de Design Gráfico. A área de produto apresenta uma organização mais uniforme, enquanto a área gráfica apresenta uma organização mais irregular:

Os recursos expressivos do designer de produto se restringem à invenção e à articulação de volumes e de suas respectivas conexões, no âmbito do objeto e de sua interface com o ser humano + (...) não altera a essência eminentemente uniforme e homogênea da linguagem do design de produto. Já o designer gráfico, como o cineasta, deve partir do princípio de que para organizar e dar corpo a seu discurso deverá conjugar linguagens originalmente independentes entre si como fotografia, a tipografia, a ilustração. O que, certamente, configura um terreno de base bastante menos regular (SCOREL, 2000, p. 65).

Sobre as duas áreas, Scorel (2000) defende que exprimem sua linguagem através do projeto, uma vez que requerem capacidade de abrangência e de coordenação dos diferentes aspectos implicados no processo do qual resulta o produto.

2.2. Conceitos de Design Gráfico

De acordo com Frascara (2000, p.19), 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).

Para Azevedo (1998, p. 33), Design Gráfico é a parte do projeto que se refere ao material a ser impresso. Esse 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, em 1454.

Com base em um contexto prático, Villas-Boas (1998) propôs a seguinte conceituação:

Em resumo, por design gráfico estou me referindo à 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)

De maneira direta, Villas-Boas (1998) ressalta quatro aspectos básicos relativos a Design Gráfico:

- Formais;
- Funcionais objetivos;
- Metodológicos;
- Funcionais subjetivos.

Além desses aspectos, o autor também indica quatro delimitações que foram historicamente propostas e ainda repercutem na sociedade contemporânea:

- 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;
- Design Gráfico está submetido a uma metodologia própria de projeção, principalmente, com relação à produção e à circulação.

Mesmo sem consenso entre as conceituações, há concordância quanto à finalidade do design gráfico: a comunicação. Tradicionalmente, entretanto, 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). Isso não garante, no entanto, que o produto seja divulgado ou distribuído e, portanto, comunicado. Atualmente a popularização do uso da internet possibilitou que esta se tornasse um poderoso canal de comunicação à disposição dos incluídos digitais de todo o mundo. Com isso, Reginaldo e Reginaldo e Perassi (2012) afirma que “os designers podem contar com um canal diretamente acessível, para promover a comunicação das informações que projetam e produzem”.

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).

Por sua vez, Frascara (2000, p.61) corrobora a ideia 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”. A palavra “gráfico” qualifica o termo “Design”, relacionando-se à produção de objetos visuais, cujo objetivo é comunicar mensagens específicas.

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).

Em suma, Scorel (2000, p.39) 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, “para o design gráfico praticamente todas as questões se apresentam como questões de identidade e como devem ser abordadas, encaminhadas e resolvidas” (ESCOREL 2000, p.45).

Em Design Gráfico, a função simbólica coincide com a função prática dos produtos, considerando-se que o objetivo central é informar e comunicar, independente da natureza do produto gráfico. Por isso, 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” (ESCOREL 2000, p.46). Em distinção à natureza comercial da publicidade, “o design gráfico busca simplesmente esclarecer a mensagem e transformá-la em uma experiência emocional” (SAMARA 2010, p. 6).

A síntese das diversas abordagens propostas é apresentada na citação a seguir:

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).

A conceituação sintética proposta acima decorre do estudo feito em trabalhos realizados pelos egressos do curso de bacharelado em Design da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), desde sua origem até o ano 2011. No estudo, foram analisados títulos, resumos, palavras-chave e referências bibliográficas. Essas informações foram reunidas de maneira sistemática e permitiram a descrição e a interpretação dos conceitos de Design, que foram encontrados de modo recorrente nos trabalhos de conclusão do curso estudado.

Atualmente, contudo, a presença das áreas de Gestão e Marketing no planejamento integrado e estratégico da gestão, da produção e dos produtos em geral configurou o perfil profissional do gestor de Design. Isso requer a revisão do perfil tradicional do designer e a reconfiguração do campo de atividades e de pesquisas. Pois, além de criador, projetista e supervisor de processos e produtos, o designer é requerido no sistema integrado e estratégico de planejamento e gestão organizacional no amplo espectro das ações sociais e mercadológicas.

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).

A conceituação indicada pelo *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID, 2000), evita restringir a atividade de Design à projeção, configurando-a de maneira geral como “atividade criativa” e multifacetária, que é dirigida a “objetos, processos, serviços”, sem indicar primeiramente os produtos. Porém, confirma a ação humanizante de Design, com relação à tecnologia no contexto socioeconômico e cultural. Na segunda parte da conceituação, aparecem as palavras “produtos” e “industrialização”. Porém, a conceituação também amplia a ação em Design para além dos processos de serialização.

2.3. Teoria da disciplina Design

Na discussão da teoria de Design, apresentam-se as diversas possibilidades de como pode ser estruturada, sob a perspectiva inter, multi ou transdisciplinar. Porém, raramente apresenta-se a possibilidade de ser também disciplinar (BÜRDEK, 2006).

Bürdek (2006) cogita o porquê sobre esse fenômeno estar relacionado ao fato dos produtores de conteúdo da teoria em Design serem pouco confiantes sobre suas contribuições, necessitando apoiarem em outras disciplinas. A contribuição de diversas disciplinas é valorizada, indicando Design como área interdisciplinar, sem haver a devida compilação das contribuições teóricas da área. Nesse aspecto, vê-se que “o design sempre teve dificuldade em desenvolver algo específico, em cuja base pudesse cooperar com outras disciplinas. Isto é incompreensível, já que a tão propalada interdisciplinaridade só pode existir quando as disciplinas individuais podem atuar em conjunto” (BÜRDEK 2006, p.281).

A perspectiva interdisciplinar é defendida por Vilas-Boas (2003), que considera Design como uma área do conhecimento em estreita ligação com as áreas de Comunicação Social, Artes Plásticas e Arquitetura. Por outro lado, Escorel (2000) critica como insustentável a postura interdisciplinar das áreas do conhecimento em geral. Sobre o caráter disciplinar da área de Cinema, por exemplo, ele afirma:

Basta lembrar o cinema, forma de expressão que justapõe sistemas de signos independentes entre si, conferindo-lhes nova natureza a partir da maneira particular como os aglutina e funde, fazendo-os assumir uma realidade diferente daquela representada pelas unidades constitutivas iniciais. No entanto, apesar desse somatório, o cinema não costuma ser visto como atividade multidisciplinar, mas como campo perfeitamente identificável e coeso (ESCOREL 2000, p. 63).

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 está inserido no campo das Ciências Sociais, caracterizadas por apresentar um corpus teórico e um corpus de pesquisa. Por um lado, Design pode ser incluído no campo das Ciências Positivas, junto de outras áreas do conhecimento cujas afirmações podem ser guiadas e comprovadas. Por outro lado, seu método científico foi

adaptado ao processo de projeção dos produtos. Logo, “Design desenvolveu uma prática metódica e sistemática e, continuamente, os representantes da área investem no aprimoramento e na criação de metodologias” (REGINALDO e PERASSI, 2012).

Design também se beneficia de teorias de outras áreas do conhecimento para compor seu corpus teórico, dentro da postura interdisciplinar defendida por Vilas-Boas (2003). Apesar disso, há teorias características da área de Design. Segundo Bürdek (2006) a teoria de Design se constrói a partir do campo de Ciências Humanas, para tanto, o design necessita desenvolver algo específico, com um corpo de conhecimento próprio em sua teoria.

Bürdek (2006, p.282) aponta três categorias sobre as quais uma ciência se caracteriza: **objetivo, objeto e método**. O objeto da ciência de Design “compreende as questões de forma e contexto ou de forma e significado, que podem ser descritos com o conceito da função comunicativa” (2006, p.283). 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” (ibid.).

2.4. Ensino de Design

Fatores como acumulação de capital e avanços tecnológicos decorrentes da Revolução Industrial no século XIX tornaram possível o surgimento da Bauhaus na Alemanha, como a primeira escola de Design. Naquele momento, artesãos, artistas e arquitetos definiram conceitos e paradigmas que estruturaram o modelo de ensino que influenciou as escolas de Design no mundo inteiro.

O ensino formal e institucionalizado do Design, de nível superior, somente se deu no século XX, a partir de 1919, com a Bauhaus. As formas anteriores de ensino eram realizadas nas Escolas de Ciências, Artes e Ofícios, Arquitetura e Belas Artes, e ainda nas Academias de Ciências, criadas na Europa a partir da Idade Média, que atenderam em parte às novas necessidades decorrentes da produção de bens materiais. (DE PAULA, 2010)

Inaugurado em outubro de 1951, O Instituto de Arte Contemporânea do Museu de Arte de São Paulo (MASP) foi considerado o embrião do ensino de desenho industrial no Brasil. Em 1955 foi fundada a Escola de Artes Plásticas subordinada à Escola de Música da Universidade Mineira de Arte, atualmente conhecida por Escola de Design, incorporada em 1990 à Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). A primeira turma da Escola de Artes Plásticas foi de 1957 e em meio a cursos de Artes Plásticas, Decoração e Desenho, havia a área de Desenho Industrial e Comunicação Visual. Entretanto, em agosto de 1963 que foi fundada a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) no Rio de Janeiro, considerada a primeira escola de Design do Brasil. O currículo básico da ESDI era fortemente influenciado por ideais europeus e seus objetivos eram a criação de um espaço institucional capaz de produzir uma identidade nacional dos produtos e dos meios de comunicação, legitimar a profissão do designer e introduzir o tema de Design nas pautas dos debates públicos. Aponta-se aqui que a proposta inicial da criação de uma identidade nacional dos produtos conflitava com a forte influência europeia que possibilitou sua própria fundação e a inexistência de professores

capacitados no país que exigia que o corpo docente fosse composto por profissionais formados no exterior (DE PAULA, 2010).

Posteriormente, houve atualizações no corpo docente nos diversos cursos, com substituições de antigos professores formados em Artes Plásticas por professores habilitados em Design. A começar pela ESDI, o currículo do curso de Desenho Industrial passou por alterações que, desde 1987, promoveram a unificação dos cursos Comunicação Visual e Desenho Industrial. Essa unificação foi imposta pelo Ministério da Educação (MEC) prevendo a criação das habilitações de Programação Visual e de Projeto de Produto, dentro do mesmo curso. Em etapas seguintes de expansão surgiram ainda outras habilitações, entre outras, Design de Interiores e Design de Moda.

Em um primeiro momento, isso contribuiu para a diversificação das atividades em áreas diferentes de Design Gráfico ou Design de Produto. Atualmente, entretanto, há a sugestão por parte do MEC de reunião de todas as áreas sob a mesma denominação geral de Design, sendo assim que as antigas habilitações seriam estruturadas através do desenvolvimento de projetos específicos nos quais estudos dentro de determinadas disciplinas e atividades ou produto desenvolvidos configuram os requisitos específicos de uma habilitação.

Os cursos brasileiros de graduação em Design observam as vigentes Diretrizes Curriculares Nacionais aprovadas em 2004 pela Resolução nº 5 da Câmara Nacional de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação (CNE). Nas Diretrizes, é previsto que a organização do curso seja expressa através do seu projeto pedagógico, abrangendo o perfil do graduando, as competências e habilidades, os seus componentes curriculares e outros entre outros elementos comuns a diferentes outros projetos pedagógicos de ensino superior como projeto de iniciação científica, estágio curricular supervisionado e trabalho de conclusão de curso para que tornem consistente o referido projeto pedagógico (p. 1). É previsto que o curso de graduação em Design dê a oportunidade ao estudante desenvolver pensamento reflexivo e sensibilidade artística a fim de produzir, quando formado, projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas culturais e tecnológicas (p. 2).

2.5. Profissão do Designer

A Classificação Brasileira de Ocupações – CBO – é um documento normalizador do reconhecimento, nomeação e codificação dos títulos e conteúdos das ocupações do mercado de trabalho do Brasil (CBO, 2007). Foi instituída pela portaria ministerial nº 397 em nove de outubro de 2002 e tem a função de identificar as ocupações no mercado de trabalho. Nela, identifica-se no grupo de profissionais de nível superior “GG2 - Profissionais das Ciências e Artes”, sob os códigos 2624-10 “Desenhista industrial (designer)” e 2624-05 “Artista (artes visuais)”. Na descrição do grupo 2642 dos artistas visuais, desenhistas industriais e conservadores-restauradores de bens culturais, consta a seguinte 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. (CBO, 2002)

Dougherty (2011, p. 17) apresenta uma postura sistêmica e de profundidade ao afirmar que “designers gráficos manipulam palavras, criam imagens e especificam a matéria prima”. A tendência atual parece ser de expansão da área de atuação do designer gráfico para além do projeto e implementação de produtos gráficos. Esse profissional, cada vez mais, produz resultados imateriais e não palpáveis.

Os designers gráficos também ajudam os clientes a montarem estratégias sobre como construir marcas fortes e criarem comunicações que repercutam no público-alvo. Nesse aspecto, somos (designers gráficos) criadores de mensagens. As mensagens que criamos, as marcas que construímos e as causas que promovemos podem ter impactos que vão muito além do papel no qual imprimimos. (DOUGHERTY, 2011, p. 18)

Por um lado, a definição do Centro Português de Design (1997) de “design é desenvolvimento de produto de comunicação”. Por outro lado, Cooper e Press (2009, p. 83) afirmam que “o designer não é simplesmente um criador de objetos, e sim um facilitador de experiências”. Essas duas afirmações evidenciam um percurso de transformação no processo de percepção e atuação do designer ao passar dos anos. Isso caracteriza a questão do processo de transformação do profissional designer de criador ou projetista de produtos comunicativos em facilitador de experiências em processos denominados cocriativos.

O século passado testemunhou uma profunda mudança no papel dos designers gráficos, isto é, de um ofício físico rumo à solução intelectual de problemas - desde o chão de fábrica até as baias do escritório. Nos últimos anos, uma minoria de consultorias de Design, [...], tem mostrado um caminho para um futuro em que os designers gráficos ajudam a definir estratégias empresariais de longo prazo e têm um cargo entre os executivos empresariais. “Muitos de nós ainda tratamos com gráficas sobre questões de produção, mas a amplitude da nossa área de atuação tem crescido acentuadamente e é provável que continue crescendo.” (DOUGHERTY 2011, p. 20).

Aparentemente, o papel do designer gráfico evoluiu até o ponto onde o profissional observa e percebe os problemas de maneira integrada e comunicante. Como apontado por Cardoso (2012, p.243), a mais importante contribuição que o design tem a fazer para equacionar os desafios do nosso mundo complexo é o pensamento sistêmico. E esse pensamento sistêmico parece tomar forma na consciência da responsabilidade que se assume no ofício da comunicação. Sobre o poder de influência do trabalho do designer gráfico, Dougherty alerta:

Como designers, tentamos ajudar os clientes a mudar a forma como as pessoas pensam e/ou a forma como agem. Nesse sentido, 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)

Mesmo com a identificação oficial pelo Ministério do Trabalho e Emprego desde 2002, a profissão de designer gráfico ainda não foi regulamentada.

2.6. Regulamentação da Profissão

No início de 2012, os debates no ramo de Design Gráfico tiveram como um dos pontos principais o Projeto de Lei nº 1391. Proposto em 18 de maio de 2011, esse PL tem como proposta regulamentar o exercício profissional do designer. O motivo dessa comoção dentro da categoria foi por causa da possibilidade aparentemente eminente de:

- Reconhecimento formal da profissão;
- Maior número de vagas em encargos públicos;
- Possibilidade de organização em associação profissional.

Seguindo o exemplo de entidades de classe atuantes e estabelecidas de outras profissões como os Conselhos de Engenharia e Medicina (CREA e CRM), organizações profissionais com representação legal e política podem conquistar vantagens para a classe profissional, como piso salarial e exigência de registro para habilitar a atividade profissional. Essa obrigatoriedade é esperada com especial otimismo entre os designers gráficos que enfrentam a concorrência de qualquer produtor gráfico não habilitado. Seria assim garantida uma segurança para os designers habilitados e uma garantia para os contratantes de serviços desempenhados por profissionais habilitados.

A seguir, o trecho do PL que descreve as funções do designer:

Art. 2º Designer é todo aquele que desempenha atividade especializada de caráter técnico-científico, criativo e artístico para a elaboração de projetos de sistemas e/ou produtos e mensagens visuais passíveis de seriação ou industrialização que estabeleçam uma relação com o ser humano, tanto no aspecto de uso, quanto no aspecto de percepção, de modo a atender necessidades materiais e de informação visual.

Parágrafo único. Para fins do estabelecido no caput, projeto de designer (sic) é o meio pelo qual o profissional, equacionando dados de natureza ambiental, cultural, econômica, ergonômica, estética, social e tecnologia responde concreta e racionalmente às necessidades do usuário (BRASIL. Projeto de Lei nº 1391, de 18 de maio de 2011).

Apesar do aparente estado avançado em que os designers gráficos brasileiros se encontram no sentido de esclarecimento sobre sua própria identidade, a dificuldade na conceituação da atividade permanece. Definições contraditórias norteiam a formação e a carreira do designer gráfico há muitos anos.

É importante destacar que o projeto de lei de 2011 não é o primeiro que visa regulamentar a profissão do designer no Brasil. Desde os anos 1970 que se busca, sem sucesso, a regulamentação. O Projeto de Lei nº 1965, de 1996, visa regular o exercício

da profissão de Desenhista Industrial e foi arquivado em 1998 pela Câmara dos Deputados descreve o seguinte:

O design é uma atividade especializada de caráter técnico-científico, criativo e artístico, com vistas à concepção e desenvolvimento de projetos de objetos e mensagens visuais que equacionem sistematicamente dados ergonômicos, tecnológicos, econômicos, sociais, culturais e estéticos, que atendam concretamente às necessidades humanas. (BRASIL. Projeto de Lei nº 1965, de 28 de maio de 1996).

Houve outros projetos de lei semelhantes em objetivo já foram criados anteriormente e arquivados. Esse histórico é desconhecido pela grande maioria de estudantes e profissionais, e também é motivo de pessimismo daqueles que aguardavam ansiosos a aprovação do mais recente Projeto de Lei.

2.7. Pesquisa Teórica

Há três anos é desenvolvida uma pesquisa sobre as bases conceituais e metodológicas para o estudo de Design e parte dos resultados obtidos (REGINALDO e PERASSI, 2012) serviram de base para esta pesquisa. Na pesquisa, Design é considerado como campo de estudos para aplicação social. Em parte, isso é confirmado pelo fato da área de Desenho Industrial, que abriga os estudos em Design, ser apresentada dentro da grande área de Ciências Sociais Aplicadas.

As fontes teóricas revisadas para a determinação das bases conceituais e metodológicas dos estudos em Design são, portanto, os livros que apresentam as conceituações propostas por autores estudados na etapa anterior desta pesquisa, porque haviam sido os mais comumente consultados por estudantes de Design, durante a produção de seu trabalho de conclusão de curso (TCC), na graduação em Design oferecida pela Universidade Federal de Santa Catarina (EGR/CCE/UFSC).

2.8. Pesquisa Documental.

Houve também os estudos de textos oficiais: (1) Classificação Brasileira de Ocupações (CBO, 2010), (2) Diretrizes Curriculares para o curso de Design (MEC, 2004) e (3) o projeto de lei para a regulamentação da profissão de designer. Os documentos estudados tratam do ensino ou do exercício da profissão de designer, incluindo o direcionamento dos cursos superiores de Design.

2.9. Entrevistas

Houve, ainda, o estudo das informações oferecidas pelos professores que responderam o questionário de pesquisa. Assim, as bases ou fundamentos da pesquisa em Design foram recuperados em fontes relacionadas à produção teórica ou prática da área, desenvolvida no âmbito acadêmico de Design ou no ambiente profissional atualmente vivenciado pelos designers. Foram entrevistados professores de Design de diferentes

partes do Brasil, com a finalidade de se coletar relatos atuais e relevantes sobre questões pertinentes da pesquisa. Os professores foram questionados (1) a respeito do papel do designer gráfico na sociedade atual, (2) sobre o ensino de Design e as novas diretrizes curriculares dos cursos de graduação em Design e, ainda, (3) sobre a regulamentação da profissão. Com isso, foi possível comparar os argumentos teóricos com uma visão realista configurada por profissionais que atuam na docência. As entrevistas foram realizadas através de formulário digital veiculado por mensagens eletrônicas.

Sob demanda da pesquisa em redes sociais, estudantes de Design de diferentes regiões sugeriram professores para a participação neste estudo, sendo que dessas sugestões, seis foram selecionados para compor o trabalho de pesquisa.

1. **Entrevistado #1:** Bacharel em Desenho Industrial e Programação Visual e doutora em Estudos da Criança. É pesquisador em Design Contemporâneo e Semiótica.
2. **Entrevistado #2:** Bacharel em Design, mestre e doutora em Engenharia da Produção. Suas linhas de pesquisa são: Educação inclusiva e ambientes virtuais de aprendizagem.
3. **Entrevistado #3:** Bacharel em Desenho Industrial com especialização em Artes e Educação.
4. **Entrevistado #4** Mestre em Educação doutorando em Design. Linhas de pesquisa em Projetos de cultura, Design e ensino e Educação em Design.
5. **Entrevistado #5:** Bacharel em Design com Habilitação em Comunicação Visual e Ênfase em Meios Digitais. Tem como áreas de interesse mídias impressa e digital e pesquisa teórica.
6. **Entrevistado #6:** Bacharel em Desenho Industrial e Projeto do Produto. Mestre e Doutor em Engenharia da Produção. Atua nas linhas de pesquisa de Design e Sociedade, Design e Educação e Design e Cultura.

As instituições de ensino superior de origem dos entrevistados foram: (1) Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP); (2) Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); (3) Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), (4) Fundação Centro de Análise, Pesquisa e Inovação (FUCAPI de Manaus) e (4) Universidade Salvador (UNIFACS). Em sua maioria, os professores designers entrevistados são especializados em educação e ensino de Design, atuando no ensino de graduação e em projetos de pesquisa e extensão.

2.10. Resultados e Discussão

Apesar das diferentes abordagens e pontos de vista, foi possível considerar pontos comuns a todos os conceitos de Design e Design Gráfico recuperados na pesquisa. Houve coerência entre os textos do Ministério da Educação e do Ministério do Trabalho e, também, quando comparados com as ideias dos autores nos âmbitos do ensino de Design e da profissão de designer, respectivamente.

Nos textos governamentais, não há diferenciação entre Design Gráfico e Design

de Produto. Há, no entanto, uma indicação da profissão de “Desenhista de Produto Gráfico”, como uma especificação do Desenho (Design) Industrial de Produto. No item 2624-10 (CBO, 2002), há uma especificação de “desenhista de páginas da internet”, como 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. Design é proposto como área multidisciplinar, sendo desenvolvida com o trabalho cooperativo de uma equipe de profissionais de diferentes áreas. Nessa equipe, o designer é visto como um profissional com papel de regente e caráter organizador.

Quando perguntados sobre obras e autores que contribuíram para sua formação ou que usam no cotidiano, os professores entrevistados destacaram alguns títulos. Entre esses, Timothy Samara foi mencionado por três professores diferentes e o livro “*Grid - Construção e Desconstrução*” (SAMARA, 2007), também, destacaram-se os seguintes autores: Bonsiepe, Munari, Meggs, Arnheim e Lupton, porque todos foram mencionados mais de uma vez.

Sobre as ferramentas utilizadas no trabalho, as respostas foram semelhantes. Dos seis entrevistados, cinco destacaram o computador como ferramenta necessária para o trabalho do designer. Quatro ressaltaram que utilizam softwares gráficos e três especificaram os seguintes programas: *Adobe Creative Suite* e *CorelDRAW*.

Questionados sobre o papel da graduação na sua formação profissional, preparando-lhes para atuar no mercado, as respostas convergiram para um ponto de vista comum, assinalando que, apesar de desempenhar papel fundamental, a formação em Design nas instituições de ensino superior é necessária, mas não suficiente, porque outra grande parte da formação acontece fora da sala de aula, especialmente, em estágios. Foi ressaltado que não há como preparar bem estudantes com formações superficiais ou muito específicas e por isso, parte importante da formação acontece fora da sala de aula. Todos foram unânimes em afirmar que o estudante e o profissional não parem de se desenvolver, porque o mundo passa por um processo contínuo de evolução.

Na tentativa de descrever o atual papel do designer gráfico, a resposta predominante foi que esse profissional manipula a informação visual. Mas, para isso deve desenvolver um pensamento sistêmico no trabalho. Foram também destacadas as qualidades do relacionamento, que deve ser multidisciplinar, empático e responsável. Dois entrevistados argumentaram que não há um verdadeiro papel para o designer gráfico. Mas, há um contexto que está em constante transformação e que o profissional designer gráfico deve apresentar assumir diferentes posturas.

Particularmente, o **entrevistado #3** acredita não ter havido grandes mudanças no papel do designer gráfico nas últimas décadas. Pois, o que ocorreu foi o aumento da complexidade no seu campo profissional. Para o **entrevistado #5**, “profissionais desenvolvidos ‘a toque de caixa’ apenas somam” e o **entrevistado #6** aponta que há falta de articulação teórico-prática, envolvendo situações reais de trabalho, além de outros pontos contribuem para formações insatisfatórias.

Sobre a recente indicação do Ministério da Educação, visando a unificação dos currículos dos cursos de bacharelado em Design de todo o país e sobre as consequências

desse novo cenário, houve possibilidade de observar pontos comuns entre os entrevistados. Por um lado, considerou-se que a unificação propõe flexibilidade e formação multidisciplinar ao curso, permitindo ainda que os estudantes para avaliem e atendam seus interesses, diante das oportunidades de trabalho no mercado. Por outro lado, considera-se que os designers necessitam de conhecimentos específicos, além da formação generalista que, sem nenhuma especialização, também será incompatível com o mercado.

Sobre o ensino de Design, o **entrevistado #1** comentou que a base do ensino deve ser o ato projetual, suas possibilidades metodológicas e suas práticas, e os demais conhecimentos também devem circular o projeto. Sobre o mesmo tema, o **entrevistado #4** assinalou que nos falta uma noção mais aprimorada sobre a riqueza do design brasileiro e de nossa própria identidade. Pois, ainda é reproduzido muito do design internacional no Brasil. Assim, o papel do crescente ensino de Design é promover a quebra desse paradigma. O **entrevistado #6** apontou a tendência atual de supervalorização de contextualizações teóricas de áreas afins no lugar da prática do essencial do design. Assim, como não é possível começar a construir uma casa pelo segundo andar, também, não é possível formar designers com conceitos de gestão, sem propor projetos que conduzam à prática do design. O mesmo entrevistado acrescentou que muito disso decorre da falta de prática dos docentes, sendo que alguns nunca projetaram em condições reais de mercado, professores experientes são fundamentais para valorizar o ensino superior de qualidade e bem qualificar os novos profissionais.

É consenso entre os professores entrevistados que a regulamentação não os afeta de maneira direta. No entanto, evidencia-se o otimismo, com relação aos efeitos dessa regulamentação em longo prazo. A tendência ao aperfeiçoamento profissional, a consciência social do profissional e o maior reconhecimento no mercado foram aspectos levantados sobre essa promessa de melhoria para o futuro.

Sobre a regulamentação, o **entrevistado #4** acredita ser “mais um esforço para dar visibilidade e credenciar o campo do design diante de outros campos que exercem atividades similares e que já foram reconhecidos no âmbito do exercício profissional.” Porém, assevera que se deve cuidar para a regulamentação não ser um impeditivo ao exercício profissional, dificultando o acesso da sociedade a serviços e produtos de Design. O **entrevistado #1** acredita que, atualmente, a regulamentação é um mal necessário, porque atenuaria o que parece ser uma recente desvalorização do designer gráfico. O **entrevistado #6** lembra que a busca pela regulamentação é antiga e que ainda não surgiram propostas coerentes e interessantes para se resolver essa questão. Diz que a tentativa de regulamentar é movida por outros interesses e que o texto apresenta erros de nomenclatura técnica. Por fim, sugere que, primeiro, deve haver um código de ética, considerando-se uma carreira profissional consistente e bem definida. Um código “que resuma os valores e conceitos que efetivamente cubram todos os aspectos da profissão e sejam aceitos por todos aqueles que a praticam”. Pois, só assim é possível regulamentar a profissão, inclusive, distinguindo-se adequadamente Design Gráfico e Design de Produto.

3. Considerações Finais

O estudo das conceituações de diferentes autores propõe que o designer gráfico seja, essencialmente, o profissional formado que está apto a manipular e produzir mensagens visuais através de projetos gráficos completos e multidisciplinares, tendo em mente o seu uso ergonômico pelo usuário final. O percurso do ensino de Design propõe que as discussões sobre alterações curriculares referentes à criação de habilitações e à unificação de currículos, também, já aconteceram no passado. Porém, trata-se de uma questão que não pode ser facilmente respondida.

A história da profissão revela que, apesar do início como uma profissão essencialmente aplicada à produção material, a tendência atual é mais abrangente. O designer gráfico está envolvido com assuntos de gestão organizacional, coordenação de equipes multidisciplinares e estudos de mercado. Pois, assim como todas as atividades sociais, as ações e produtos de Design assumiram um caráter cada vez mais estratégico e, por isso, necessitam considerar o processo sistêmico entre produto, organização, cultura e sociedade de mercado.

Apesar de ser oficialmente reconhecida, a profissão de designer gráfico parece ainda não estar pronta para a regulamentação. Em parte, isso é evidenciado nas diversas tentativas de redação de um projeto de lei que, já vem ocorrendo durante anos, resultando em documentos que desagradam os próprios designers. Os relatos dos professores entrevistados mostram que o designer gráfico contemporâneo procura se adequar às regras de um mundo complexo. Mas, não podem perder sua especialidade que caracteriza a área de Design Gráfico, envolvendo métodos, projetos e produtos gráficos. Para os entrevistados, a regulamentação da profissão ainda é um sonho distante. Porém, a formulação, o desenvolvimento e o futuro da profissão passam pelas instituições de ensino superior e pelo perfil composto na formação dos estudantes de Design.

Os estudos conceituais e as observações realizadas sugerem a progressiva desmaterialização da prática profissional do designer, com a valorização das atividades de pesquisa de mercado e gestão. Todavia, o que ainda caracteriza o perfil profissional do designer é prioritariamente relacionado à atividade criativo-projetiva direcionada ao projeto de diversos produtos. Porém, ressalta-se que as características do que indicado como produto também está em evolução e, ainda, que a atividade proposta inclui as etapas metodológicas de planejamento, implementação, avaliação e outras possibilidades.

Referências

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.

BRASIL. - TEM. **Classificação Brasileira de Ocupações (CBO-2002)**. In: <<http://www.mteco.gov.br/busca.asp>>. Acessado em 31/05/2012.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 1965**, de 1996.

In:<<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=198210>>. Acessado em 20/06/2012.

- BONSIEPE, G. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.
- BÜRDEK, B. E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edigard Blücher, 2006.
- CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo**. Rio de Janeiro: Cosac Naify, 2012.
- CBO. **Classificação Brasileira de Ocupações: CBO - 2010 – 3. ed.** Brasília: MTE, SPPE, 2010.
- DE PAULA, A. J. F., SEMESATO, C. B., **Breve história e análise crítica do ensino de design no Brasil**. São Paulo, 2010.
- DICIONÁRIO HOUAISS DE LÍNGUA PORTUGUESA. In: <<http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm>>. Acessado em 19/12/2006.
- DOUGHERTY, B. **Design Gráfico Sustentável**. São Paulo: Rosari, 2011.
- Escola de Design. **História**. In: <<http://www.ed.uemg.br/sobre-ed/historia>>. Acessado em 20/06/2012.
- ESCOREL, A. L. **O efeito multiplicador do design**. – 2. Ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.
- FLUSSER, V. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naife, 2007.
- FRASCARA, J. **Diseño Gráfico y Comunicacion**. Buenos Aires: Infinito, 2000.
- FUENTES, R. **A Prática do Design Gráfico: uma Metodologia Criativa**. São Paulo: Editora Rosari, 2006.
- ICSID - International Council of Societies of Industrial Design. **Industrial Design**. In: <<http://www.icsid.org/iddefinition.html>> Acessado em 19/06/2012.
- GRADUAÇÃO EM DESIGN. **Currículo do Curso**. In: <<http://www.ufsc.br>>. Acessado em 26/01/2007. In: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf>. Acessado em 16/12/2006. In: <<http://www.mtecbo.gov.br/busca.asp>>. Acessado em 16/12/2006.
- JAPIASSU, H., MARCONDES, D. **Dicionário Básico de Filosofia**. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- LÖBACH, Bernd. **Design Industrial: bases para a configuração de produtos industriais**. São Paulo: Blücher, 2001.
- MEGGS, P. B. **História do design gráfico**. 4a ed. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- RABAÇA, C. e BARBOSA G. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1998.
- REGINALDO, T., PERASSI, R. **Bases conceituais e metodológicas para a pesquisa aplicada em Design**. Florianópolis, SC: EGR/UFSC, 2012.
- SAFAR, G. H. **Trajetória histórica dos pioneiros do ensino de design no Brasil: ESDI/UERJ X ED/UEMG**. Belo Horizonte, MG: ED/UEMG, 2012.
- SAMARA, T. **Elementos do design: guia de estilo gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- VILLAS-BOAS, A. **Utopia e disciplina**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.