

O REDESENHO SOCIOCULTURAL DA SUPERFÍCIE E O DESIGN CONTEMPORÂNEO

THE SOCIOCULTURAL SURFACE REDESIGN AND CONTEMPORARY DESIGN

José Carlos Magro Junior¹

Mariana Menin Gazola²

Resumo

Esta pesquisa buscou criar relações socioculturais trabalhadas através da sistematização dos conhecimentos que envolvem o Design de Superfície. Por meio da pesquisa científica básica e explicativa e do método histórico foi possível encontrar no estudo da história do Design e da sociedade respostas para a questão destacada neste trabalho, “Por que no Design Contemporâneo o projeto de superfícies se encontra como um tópico em discussão?”. A partir da análise das relações entre superfície e objeto foi possível identificar que o processo de alterações das superfícies já é feito há muito tempo, porém com um viés planejado foi possível somente a partir do século 19 e das revoluções ocasionadas. O Design Contemporâneo é o limiar da discussão, pois se relaciona com o momento atual de remodelação social e de práticas de projeto, das quais o redesenho da superfície se encontra em ascensão e discussão.

Palavras-chave: design; superfície; design contemporâneo.

Abstract

This research involves sociocultural relations through the systematization of the knowledge that involves the project of surfaces. Through the proposed methodology it was possible to find in study of history of design and society answers to the question highlighted in this work: "Why in Contemporary Design, surface design has been a topic under discussion?". From the point of view of the changes between the parts and the processes of change that can be made, it is possible that a process of transition is made to the 19th century and the revolutions caused. Contemporary Design is the process of discussion in relation to the current moment of social remodeling, and also, of the design tasks, of which surface redesign is in the ascendancy and discussion

Keywords: design; surface; contemporary design.

¹ Pós-graduado em Design de Superfície - Universidade do Sagrado Coração, zmagro@live.com.

² Professora Doutora, Departamento de Design – Universidade do Sagrado Coração, mariana_menin@yahoo.com.br.

1. Introdução

No presente momento da sociedade de informação os estudos sobre o Design fazem-se pertinentes, pois a área se encontra em processo de expansão e aperfeiçoamento a partir de mudanças de ordem sociocultural e tecnológica. O estudo da superfície no Design Contemporâneo faz-se uma tarefa necessária, pois as práticas de projeto estão evidenciadas em uma sociedade que busca sua valorização. O diálogo e a pesquisa tornam-se justos para o entendimento acerca dos temas e suas interpretações. O Design é uma área que se constitui como importante ferramenta de construção, entendimento e valorização social.

Ao longo da história da humanidade o Design aparece como uma característica fruto da cultura e do cotidiano. Para Forty (2007) as origens da área remontam ao período de Revolução Industrial e ao nascimento do tipo de produção onde as máquinas eram a ferramenta de concepção, antes disso um artesão era o responsável pela criação e execução. Na evolução dos processos e da divisão do trabalho, o design, enquanto concepção e planejamento ficou separado do processo de execução. No estudo da história do Design é importante o reconhecimento de que certos produtos ou concepções não devem ser analisados fora de seu contexto sociocultural de realização.

Cardoso (2008; 2012) analisa que o Design enquanto área de projeto nasceu com o propósito de organização em uma sociedade que estava em contato com o mundo em seu processo de industrialização. O processo de organização se relaciona com a forma em que o Design atuou nesse momento de transformações. Relatam indícios do período para o aparecimento do setor fabril na Europa e Estados Unidos onde a oferta de bens de consumo aumentou de maneira significativa. Assim, mudanças socioculturais e econômicas resultaram na ampliação e reorganização dos métodos, processos e tecnologias de produção, assim como de sistemas de transporte e distribuição, marcando um novo tempo em que o indivíduo teve a remodelação de sua vida.

Em sucessão a esses fenômenos de mudança e transformação das capacidades de projeto, a superfície se tornou um item valorizado e explorado em função da modernização resultante do período industrial. A evolução das indústrias, a ampliação do mercado consumidor e o crescimento do poder de compra ocasionaram uma nova necessidade presente no século 19: o projeto de superfícies.

Os avanços conferiram às superfícies projetadas a capacidade de identificação com esse público que estava em um novo padrão de consumo e em um novo ritmo de vida. Sendo assim, fabricantes junto de artistas e designers partiram a estabelecer novos padrões para suas criações, agora em ritmo industrial. A indústria por sua vez inovando e criando novos bens de consumo alterou a forma de relação presente nas sociedades, e esses produtos sendo aprimorados através da sua superfície por artistas e designers, sensibilizaram e aproximaram o contato do usuário-produto criando uma relação de diferenciação da escolha por determinados objetos (FORTY, 2007; RINALDI, 2013).

Nesse contexto de mudanças houve uma necessidade das indústrias em ter seu profissional responsável pelo planejamento e execução de tarefas criativas, baseadas em uma metodologia aplicada ao setor industrial, o designer. A indústria têxtil foi precursora no processo de modernização industrial europeu, responsável pela disseminação do caráter de projeto aplicado às superfícies, pois a partir dele o fabricante foi capaz de vender mais com a criação de composições artísticas empregadas nos produtos, nesse caso, as peças de algodão. A ampliação foi determinada pelo fator tempo, aos poucos os itens de uso diário do consumidor foram redesenhados, citam-se aqui como exemplos, as peças de vestuário, a tapeçaria presente nos interiores e os produtos destinados a uso doméstico (CARDOSO, 2012;

FORTY, 2007).

Este trabalho tem como questão de pesquisa a ser elucidada: Por que no Design Contemporâneo o projeto de superfícies se encontra como um tópico em discussão? Ao analisar essa questão, são propostas: A) analisar o contexto do Design, superfície e Design de Superfície; B) Pontuar os fatores históricos que servem como base para compreensão do objeto de estudo; C) Entender em um contexto de projeto quais os conhecimentos necessários para sensibilizar os produtos; D) Discorrer sobre a função dos objetos em seu paralelo com a análise dos tópicos anteriores no Design Contemporâneo. A hipótese formulada é que o Design de Superfície, no momento contemporâneo, está em evidência devido aos avanços nas práticas de projeto e de tecnologias.

O objetivo principal do trabalho é elucidar a alta incidência do termo Design de Superfície nos projetos de Design da atualidade contemporânea. Os objetivos específicos são: Identificar o que é Design de Superfície, relacionar processos de Design com a criação em superfícies, analisar elementos que baseiam uma possível projeção em superfícies, e concluir seu contexto aplicado ao Design Contemporâneo.

Para tanto esta pesquisa científica é básica e explicativa (GIL, 1999). O procedimento de construção do conhecimento escolhido é o método histórico (GIL, 1999), com investigação dos acontecimentos relacionados à evolução dos projetos de superfícies, através da análise histórica dos temas relacionados, e por fim, pretende-se verificar a relação do projeto de superfícies na atual condição do Design Contemporâneo. A revisão da literatura é a base para o levantamento de informações para as questões e objetivos pontuados.

2. Fundamentação Teórica

2.1. Design

O Design para Cardoso (2008) tem o estudo de sua história como um fenômeno recente, os primeiros ensaios são datados da década de 1920, mas a maturidade acadêmica foi atingida nos últimos trinta anos. A origem da palavra Design está na língua inglesa referida tanto à ideia de desígnio quanto à ideia de estrutura. Do latim *designare* o verbo tem abrangência no sentido de designar e desenhar. Do ponto de vista epistemológico se apresenta como conceber e projetar ou registrar e formar. Trata-se, portanto, de uma atividade ligada à geração de projetos, no objetivo de planos, esboços ou modelos. “Uma vez que o design parece fazer parte do cotidiano, justifica-se perguntar o que ele é exatamente e como surgiu” (FORTY, 2007, p. 11).

Para Löbach (2001) os fundamentos do desenho industrial abordam os princípios e a natureza da atividade dentro do contexto socioeconômico além de aspectos teóricos e práticos do processo de Design. O autor situa o design em sua dimensão não só estética e subjetiva, mas com um vínculo à tecnologia e às ciências sociais. O design é uma atividade da qual o objetivo é estabelecer ligações entre objetos e serviços, e procura explicitar e construir ligações estruturais, organizacionais e expressivas. O produto final na concepção do designer transmite visões de mundo, de comportamento, valores estéticos e tecnologias que implicam na leitura do ambiente cultural em que os indivíduos estão inseridos.

Já Silva (2009) descreve que o contexto do Design é de investigar, sendo um processo de análise natural embasado por disciplinas que permitem o conhecimento e suporte necessário para tais métodos de investigação. Utilizando a correta metodologia o designer terá conhecimentos que permitam a construção teórica a partir de manifestações de projeto que se conduz às abordagens multidisciplinares para obtenção de resultados e resoluções para

problemas. O estudo do Design enquanto área de pesquisa busca compreender a percepção do usuário em relação ao produto, e também, a resposta diante de certo apelo estético ou de certa modernização industrial.

Para Cardoso (2008) o Design é fruto de processos históricos que revolucionaram em escala mundial as atividades e a produção entre o período do século 19 e 20 e destacam-se destes processos: a industrialização, onde a reorganização e distribuição aumentou a diversidade de produtos; a urbanização moderna, onde a população passou a se concentrar nas metrópoles; e a globalização, onde houve a integração entre comércio, transporte, comunicação, assim como, dos sistemas financeiro e jurídico.

Um marco nacional para a Arte e Design foi a Semana de Arte Moderna, realizada em 1922 na cidade de São Paulo. De acordo com Bardi (1978) a Semana representou um marco histórico de ideias e discussões sobre a identidade nacional frente às transformações sociais vindas do século 20. A cidade era o centro do império do café, e também local de exposição realizada por Anita Malfatti sobre pintura moderna em 1917. A ideia da Semana era chamar atenção para a dormência cultural e o conhecimento enquanto arte, função e identidade. Iniciou-se como uma busca pela identidade nacional com objetivos de renovação artística e cultural, assim como libertação de padrões vanguardistas europeus. Os ideais nacionais eram colocados em pauta e assim à preocupação com a identidade brasileira na arte.

Lage (1969) sobre o movimento modernista do século 20 descreve que a revolução causada na arte moderna, e que refletiu no design, foi uma cisão entre a herança histórica cultural do ocidente e as manifestações do vanguardismo que buscavam repudiar esses valores. No campo das artes, de acordo com Hermann Broch (1966 *apud* Lage, 1969) as revoluções artísticas ocorreram a partir do simbolismo de convenções abandonado, colocando a arte em busca de construir uma linguagem direta de um sistema de símbolos originais capaz de atingir uma verdade artística superior. O ajustamento cultural do modo de ver e dos objetos vistos, exercidos pela capacidade individual e pela determinação coletiva, fez com que a revolução ocasionada no período buscasse a renovação das formas artísticas, e mais do que uma busca pelo original, as ações traduziam uma necessidade de manifesto de novas verdades do homem.

Em relação à profissionalização do Design, escolas como a Bauhaus (1919-1933), Ulm (1953-1968) e ESDI (1963-1975), essa última no Brasil, representaram grande marcos para concretização do aperfeiçoamento da profissão. Mesmo com vários problemas em relação à estrutura e perpetuação destas, as escolas destinadas ao estudo do Design e outras atividades de criação e projeto deixaram legados e contribuições pedagógicas importantes. Pontuando as principais ideias, a Bauhaus contribuiu para cristalização da estética e do estilo específico do Funcionalismo, ideia de que a forma deve ser determinada pela sua função. A Escola de Ulm deixou como marco histórico que toda solução criativa deveria passar pelo redimensionamento do uso, da prática, das funções, e também dos ambientes cotidianos. E no Brasil, a ESDI, representou o ideal desenvolvimentista promovido por uma série de políticas públicas, apresentada como uma escola de desenho industrial sendo de importante destaque para o fomento das atividades industriais do país procurou criar uma ligação entre a profissionalização e a industrialização (CARDOSO, 2008).

Chegando ao período atual, a contemporaneidade, o Design está registrado na pluralidade onde novas posturas e tolerâncias são adotadas. Questões de interação indivíduo-produto tornaram-se determinantes, a produção industrial se torna cada vez mais precisa e diferenciada. As decisões de projetos devem se dar no âmbito subjetivo da experiência e da emoção. O olhar é também sujeito a transformações no tempo e aquilo que se enxerga no

objeto é condicionado pelas premissas de quem enxerga, sendo o olhar uma construção social e cultural de seu contexto. O pensamento sistêmico é um aspecto importante do design atual, formular questões sobre a função do objeto condiciona uma resposta singular e limitada, já o sentido dos objetos dentro de um sistema complexo abrange um leque cada vez mais amplo de usuários e situações, permitindo possibilidades de pensar o projeto de modo plural e polivalente (CARDOSO, 2008; 2012).

2.2. Superfície

A valorização da superfície aconteceu a partir da modernização industrial proveniente dos avanços do século 19, a busca da produção foi por produtos funcionais e criativos, nos quais, a superfície ganhou destaque devido à capacidade de diferenciação e busca por uma identidade com o público consumidor. O projeto de superfícies, ao longo da história, foi realizado por artistas e profissionais dos quais o desempenho da atuação esteve ligado ao caráter criativo e inovador (RINALDI, 2013).

Dois movimentos de artes decorativas relacionam-se ao aperfeiçoamento das superfícies e datam o período do século 19, o *Arts and Crafts* na Inglaterra, e o *Art Nouveau* na França. Esses movimentos, de acordo com Battersby (1969) aconteceram a partir de um declínio das artes atribuídas às guerras e a eminência da modernização industrial, onde a burguesia em ascensão fez com que os bens de consumo fossem produzidos em grande quantidade, e a partir do crescente nível de produção o declínio da originalidade e da criatividade foi um resultado inevitável.

Schwartz (2008) esclarece em termos de design que a estruturação das manufaturas em maior quantidade remonta a momentos desde o período pré-industrial onde as produções eram feitas em pequena quantidade para agradar o rei e sua corte, assim com a burguesia em ascensão, artigos como louças, tapeçarias, mobiliários e tecidos foram ornamentados de maneira opulenta e diferenciada. Com o advento da industrialização a estrutura envolvida precisou se modernizar e as indústrias envolvidas foram mecanizadas, Forty (2007) descreve que o vestuário há muito tempo foi considerado um indicador de níveis sociais, mas nunca com tanta ênfase como foi pelos Vitorianos.

O interior burguês da era Vitoriana, de acordo com Cardoso (2008) retratava o acúmulo de móveis estofados, tapetes, almofadas, papéis de parede, quadros, decoração e bibelôs. Os reis e nobres investiam grandes fortunas na construção e ornamentação dos palácios, como forma de manifestação de sua glória. “A partir deste momento, final do século XIX, surgem mais tipos de superfícies as quais tomam o lugar da pintura enquanto principal meio propagador de imagens das mais diversas naturezas.” (CAMPOS, 2015, p. 66).

A partir das ideias apresentadas por Cardoso (2012, p. 191) no período chamado de “modernidade” são evidenciados três fenômenos interligados, que juntos constituem importantes tópicos que se relacionam com o objeto de estudo deste trabalho, sendo a consolidação das grandes metrópoles, o surgimento das redes de transporte e comunicação e a difusão da comunicação visual impressa.

Com os avanços na produção industrial, a superfície foi um elemento que ganhou destaque, alavancada pelas revoluções sociais dos períodos anteriores onde o mercado de arte se expandiu e fez com que o comportamento dos indivíduos se expandisse da mesma forma. Os indivíduos presentes nas sociedades em transformação passaram a perceber e exigir mais dos produtos, sendo uma mudança social, cultural e comportamental refletindo assim na forma de interação indivíduo-produto, e refletindo também, no projeto de superfícies.

Assim a superfície foi incorporada ao design, deixando de lado sua conexão com a expressão artística de ornamentação e passou a ser projetada e adequada a um fim. A superfície projetada é caracterizada pelo planejamento para atender as necessidades de projeto. Vieira (2014) descreve sobre as superfícies que ao serem modificadas alteram a percepção da forma com acréscimo de texturas visuais ou táteis, a superfície integrada ao produto consegue atribuir significados e funções cognitivas através dos aspectos sensíveis. “Verifica-se, neste caso, que o elemento configurativo superfície foi projetado de maneira peculiar dentro do contexto da confecção do produto e, por isso, seja responsável pela diversificação e/ou diferenciação do objeto.” (RINALDI, 2013, p. 5).

Para Löbach (2001) nos produtos industriais as características desenvolvidas nas superfícies garantem influência visual na escolha de certos produtos, e isso acontece devido à superfície ser um elemento que configura percepção, dessa maneira, forma, cor e material podem ser detentores de características estéticas de certo produto.

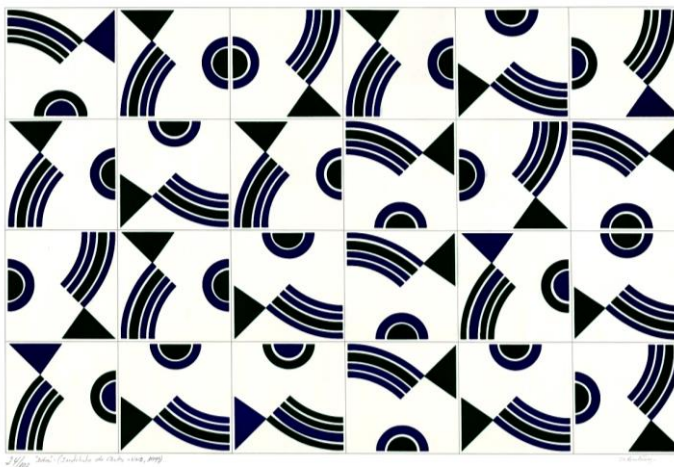
Pesquisadores que discutiram superfícies como Rinaldi (2009; 2013) e Schwartz (2008) apontam que é possível estabelecer três abordagens a respeito das superfícies colocadas nesta discussão, sendo elas: Abordagem Representacional que envolve a representação gráfica e geométrica; Abordagem Constitucional que envolve os materiais e processos técnicos utilizados para produção do objeto ou produto; E a Abordagem Relacional que envolve os significados e relações entre sujeito, objeto e meio.

Rüthschilling (2002) sobre os princípios básicos situa elementos da linguagem visual utilizados no design de superfície e suas aplicações para conseguir objetivos claros na representação, sendo elementos destacados pela autora, a composição: que é a maneira de organização dos elementos presentes sobre a superfície; A utilidade: que é a causa a ser considerada para criação da representação da superfície ao público-alvo; O conhecimento técnico: que atua no conhecimento do designer em projetar sobre o uso das corretas técnicas e processo para controle dos efeitos desejados; A repetição: que situada no projeto de design de superfície presente em processos industriais e mecânicos, o designer precisa dominar os efeitos causados pela repetição para criação de uma malha, além da linguagem visual que compõe o projeto.

Rüthschilling (2002; 2008) destaca o uso das ferramentas para a possibilidade da utilização de camadas em sobreposição a fim de alterar a percepção de quem observa. Para a composição de padronagens no design de superfície (figura 1), onde um módulo se repete para criar um malha de repetições, nesse caso é necessário atenção aos elementos como ritmo, forma, contraste, equilíbrio para a adequada influência visual. O módulo é a unidade da padronagem, cada módulo representa em si os elementos da representação organizados em uma estrutura, que colocados lado a lado formam um padrão de repetição. O encaixe é o projeto onde os módulos se encontram criando um encontro de formas. Castro (2016) argumenta que para compreensão de projetos de superfície é necessário que a superfície seja trabalhada por meio de uma malha, uma junção de módulos, para ser desenvolvida pela delimitação de uma área. O estudo da superfície, de acordo com Munari (1982) é um dos mais importantes para descrever o emprego da comunicação visual, pois através da representação contida na superfície é possível determinar o fator comunicação.

Portanto, diante das informações apresentadas fica evidenciado que a superfície tem a capacidade de carregar informações que estão além da simples ornamentação, característica do século 19, e na atual contemporaneidade do design está situada como um fator de grande potencial de projeto, determinando assim que o design possa atuar de maneira definida para obtenção de resultados no planejamento das superfícies.

Figura 1: Athos Bulcão, 'IDA [Instituto de Artes, UNB]', 1999.



Fonte: artsandculture.google.com

2.3. Design de Superfície

O design de superfície nos dias de hoje leva em si uma nova forma de percepção do objeto e permite novos valores e simbologias. As áreas do Design que antes ordenavam as categorias de projeto, sendo a programação visual e o projeto de produto, ficaram limitadas diante da pluralidade de expressões presentes no Design Contemporâneo, onde as categorias estão cada vez mais abundantes às especificidades de projetos. Esse caminho aberto para outras terminologias permite que o assunto possa ser abordado através de diferentes óticas, e também pesquisado para que se abra espaço às novas e crescentes demandas para as necessidades do usuário e da indústria.

Em análise do período histórico, o século 19 representou uma mudança cultural relacionada aos bens de consumo, pois com a Revolução Industrial foi possível o destaque para a necessidade de diferenciação entre as categorias de usuários, com distinções entre produtos destinados a homens e mulheres, e entre adultos e crianças. Dessa maneira o design atuou como uma ferramenta para projetar e incluir os diferentes indivíduos, essa variedade permitiu que a oferta de produtos aumentasse, e assim expandisse as formas de expressão e de individualidade. De mobiliário à vestimenta, de tapeçaria a utensílios domésticos, a possibilidade explorada através da superfície culmina ao período contemporâneo atual, onde a criatividade e a tecnologia se unem mais uma vez para a transformação (RINALDI, 2013).

Forty (2007) descreve que devido à indústria têxtil ser importante na Grã-Bretanha do século 19 foi que o design aplicado aos tecidos de algodão estampado recebeu grande atenção. A crescente demanda por tecidos de algodão estampado permitiu que novos projetos fossem introduzidos na atividade têxtil, e a tarefa de desenhar estampa já consagrada no período manual da indústria continuou a se aperfeiçoar (figura 2). A possibilidade de ter o mesmo produto em diferentes superfícies fez com que os padrões de consumo mudassem, e permitiram ao setor industrial a chance de verificar qual produto estava sendo mais aceito pelos consumidores. A superfície é na diferença e diversidade dos produtos um elemento de extrema importância, pois a partir dela o mercado consumidor se ampliou e os detalhes como cor, estampa e textura fizeram toda diferença na escolha dos objetos. A inovação mais uma vez foi o destaque do ofício. “O ato de ornamentar e decorar objetos não é algo recente, porém, explorar a superfície com conceitos e práticas relativas ao Design pode ser considerado

uma tarefa atual.” (RINALDI, 2013, p. 21).

Figura 2: William Morris, 'Snakeshead printed textile', 1876.



Fonte: www.wmgallery.org.uk

No Brasil o termo Design de Superfície apareceu no final do século 20, na década de 1980, onde termo Surface Design foi introduzido. Na cultura norte-americana o termo já estava difundido e inclusive uma organização chamada *Surface Design Association* (SDA) existia, fundada em 1977 por um grupo de artistas (SDA, 2018). Depois em 1989, na UFSM – Universidade Federal de Santa Maria foi criado o curso de especialização em Design para Estamparia sendo precursor na área no país. Após o período, na década de 1990 foi criado na UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul o Núcleo de Design de Superfície (NDS), dando prosseguimento as pesquisas na área. Em 2005, o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) incluiu a especialização de Design de Superfície às Tabelas de Áreas do Conhecimento sob a Ótica do Design (RÜTHSCHILLING, 2002).

Para Argan (1993) as manifestações visuais aplicadas a bens de consumo e produtos se intensificaram a partir da década de 1960, após esse período até o final do século 20 a relação com o objeto foi transformada e o desenvolvimento indústria proveniente dos avanços criou produtos em série, repetidos em ilimitadas quantidades, e com diferentes superfícies, resultando em opções diversas.

A superfície não é apenas a parte externa de um objeto, o potencial de projeto de superfície vai além apenas de fins ornamentais, e propõe o desenvolvimento de interações de projeto onde há inovação e diferenciação do pensamento sobre o objeto. A superfície se torna um elemento que se diferencia para a construção de um novo objeto. Compreender a superfície como um elemento que permite ser projetado é a objetivação clara de uma especialidade atual que busca evolução e aprimoramento. Schwartz (2008) complementa de forma clara abaixo:

Design de Superfície é uma atividade projetual que atribui características perceptivas expressivas à Superfície dos objetos, concretas ou virtuais, pela configuração de sua aparência, principalmente por meio de texturas visuais, táteis e relevos, com o objetivo de reforçar ou minimizar as interações sensório-cognitivas entre o objeto e o sujeito. Tais características devem

estar relacionadas às estéticas, simbólicas e práticas (funcionais e estruturais) dos artefatos das quais fazem parte, podendo ser resultantes tanto da configuração de objetos pré-existentes em sua camada superficial quanto do desenvolvimento de novos objetos a partir da estruturação de sua superfície. (SCHWARTZ, 2008, p. 146).

Vieira (2014) sobre superfícies e texturas atribuídas ao desenvolvimento têxtil descreve o trabalho em superfícies com grandes qualidades no mercado da produção de tecidos, a autora cita a diversidade atribuída através de percepções sensoriais nas criações, sendo óticas ou táteis, e também o fator de alinhamento a valores culturais, históricos e simbólicos que reforçam o grande potencial pertencente ao desenvolvimento dos projetos.

Em tecidos estampados, a primeira sensação é visual, depois há o toque assim a experiência tátil pode ser parecida com a sensação visual ou diferente. A textura óptica pode apresentar aparência convincente em pinturas e fotografias, a sensação tátil é falseada pela sensação visual. (VIEIRA, 2014, p. 64-65).

Castro (2016) situa o design de superfície aplicado ao desenvolvimento de fachadas em edificações, relacionando o objeto de estudo do trabalho ao uso na arquitetura. Os detalhes trabalhados em fachadas de edifícios são possíveis a serem padronizados devido à possibilidade crescente do uso da tecnologia nas criações contemporâneas, pois são acrescentados elementos relacionados à criação de uma identidade.

Sendo um elemento de inovação, a análise projetual da superfície deixa clara a configuração formal dos produtos e mostra diferentes possibilidades para o aperfeiçoamento dos produtos destinados aos indivíduos, sendo assim novamente importante a junção entre superfície e design. Logo os padrões de projeto serão aperfeiçoados e expandidos até que se consiga atingir altos fatores de integração e relação emocional do consumidor com os produtos, promovendo cada vez mais fatores ligados à identidade e as emoções. “[...] as aparências dos objetos nunca são neutras, mas antes estão carregadas de significados. Toda vez que olharmos para um artefato, associamos a ele uma série de valores e juízos ligados à nossa história, individual e coletiva.” (CARDOSO, 2012, p.111).

2.4. Comunicação Visual e Processo Criativo

Um fator que se relaciona com o projeto de superfícies é a comunicação visual. Munari (1982) discute que a mensagem emprega além de palavras, formas, cores, imagens, símbolos, signos e sinais. Existem dentro dos indivíduos grupos com significado preciso de cores, formas, imagens, que ligadas à cultura evidenciam a interpretação. As características das interpretações dependem do que cada pessoa já conhece, de sua natureza, sua cultura e seus interesses, a priori. Cabe ao designer interpretar esses símbolos e signos para empregá-los segundo a necessidade de expressão dotada de sentido para determinado público-alvo que se pretende alcançar.

Castro (2016) destaca a comunicação visual como uma forma intencional a ser trabalhada para levar uma mensagem a determinado público atingindo assim sua percepção pelos dos sentidos. A percepção pode significar, por intermédio dos sentidos e da mente, o meio dos aprendizados na consciência, através de sistemas sensoriais estimulados quando se exerce alguma atividade, como a leitura e o desenho, apontado por Hills (2002). A mensagem visual empregada em um produto exige uma investigação baseada nas características psicológicas desse objeto, que permita localizar imagens e significados com coerência. Existem produtos caracterizados com perfeição que trazem em si as imagens do mundo que as

destinam.

Munari (1982) sobre as imagens e sensações a respeito da comunicação visual diz que a experiência pessoal sobre o assunto é a que melhor ensina. O artista ou designer que se encarrega de utilizar sua visão para o ato de comunicar algo tem que utilizar a linguagem visual de forma objetiva. O conhecimento do universo imagético que nos rodeia permite o contato com inúmeras realidades, significando que sempre se pode perceber mais e olhar além. A respeito das superfícies, o autor cita o exemplo da indústria têxtil em relação ao estudo de uma comunicação visual precisa para se criar uma estrutura de superfície interessante. Os estudos de forma e aparência são prescindíveis para uma correta sensibilização destas, pois a partir de um eficaz projeto, com imaginação e meios, é possível transformar uma simples peça de tecido branca e inexpressiva em algo interessante, apenas projetando na superfície uma criação capaz de conter composições artísticas (MUNARI, 1982). A indústria da moda, citada por Cardoso (2012) e Vieira (2014) compreendeu muito bem a ligação entre manipulação da comunicação visual de valores simbólicos para seu crescimento e faturamento.

Forty (2007) descreve que a variedade proporcionada aos consumidores em um alto grau de escolha dos produtos ofertados, e logo a mensagem passada através deles garantiu um sentimento de segurança quanto à identidade do público consumidor. Dessa maneira se concebe a comunicação visual como um meio sem substituto para transmitir informações de um emissor a um receptor no contexto do design de superfície.

Gombrich (2007) estabelece que para compreensão da intenção a respeito da comunicação é necessário antes à clareza acerca da forma através da cultura a ser trabalhada e da narrativa visual proposta. Dessa forma, conclui-se que a comunicação visual depende da cultura tida pela recepção e do contexto em que a mensagem ou a forma será empregada. A força da identidade é influenciada pela linguagem visual empregada em elementos de design de superfície, e a identidade é buscada pelo ser humano desde seus primórdios, portanto cabe ao designer estar atento para projetá-las e relacioná-las suas criações.

É tarefa do designer agregar junto a outros valores, estéticos e simbólicos, a correta sintonia para aplicação dessa linguagem traduzida nos objetos e estudada nas pesquisas. A projeção a ser aplicada na superfície depende da análise de fatores que denotam e concretizam os sentidos, sendo assim, portanto, a comunicação visual uma aliada à transmissão de valores e significados através de projetos de design.

2.5. Cultura e Identidade

Todas as culturas apresentam símbolos que representam suas origens. Para Castro (2007) a cultura é uma ciência interpretativa que procura nos significados a explicação para as ações dos sujeitos, o ser humano por dependência do ambiente social é resultado do seu próprio meio. Podemos dizer a respeito da definição sobre cultura que é reunida em decorrência de valores, costumes, crenças e práticas que formam o estilo de vida de determinado povo. No campo de estudo da antropologia cultural a cultura é entendida como a forma de vida de determinado grupo, de comportamentos adquiridos e de transmissão de ideias através da língua e de sua simbolização. A cultura se estabelece entre a história e filosofia e apresenta uma dialética entre a relação do indivíduo com o seu meio e a relação do seu meio com o indivíduo, dessa maneira os seres presentes em diferentes culturas coexistem no plano social. O plano social é a base para a cultura existir e a interação entre os seres sociais é o que desenvolve a relação cultural da sociedade.

Ainda seguindo com a autora, a cultura no sentido de identidade necessita de símbolos

para perpetuação social de seus valores. No Brasil, a identidade tropical da civilização é formada pela mistura de povos diversos, assim diferentes culturas estão condicionadas no mesmo espaço promovendo assim uma grande interpretação de signos e símbolos culturais, e também uma enorme possibilidade de criações envolvendo fatores de identidade. O conteúdo simbólico dos objetos está ligado ao valor de uso, dessa maneira cabe ao designer buscar inovação nas criações pela interpretação de referências culturais e análises antropológicas (CASTRO, 2007).

Cardoso (2012) descreve que o fator tempo é um importante elemento para análise cultural, pois as transformações socioculturais ocorrem em pequenos espaços de tempo. A cultura age dentro de cada indivíduo potencializando seu conhecimento a cerca de existir dentro do mesmo, permitindo a convivência dos indivíduos ao sistema gerando mudanças. Com a passagem do tempo, surge à memória, que é “a experiência mutável transformada em qualidade estável” (p. 70-71), a capacidade de recordar o que já se viveu, ou aprendeu, e relacionar isso com o plano social é um importante mecanismo de constituição e preservação de fatores ligados à identidade de cada um, e é um exercício para o designer relacionar à sua atividade de criação.

Por sua perpetuação, a cultura resulta em técnicas que criam crenças e mitos que se alteram nas sociedades, e que crescem a partir de seus grupos de indivíduos. O designer necessita ter uma aproximação de elementos culturais através do estudo da antropologia interpretativa para servir como ferramenta de identidade para pesquisa e produção de objetos. O designer pode estabelecer diferenciação entre os fatores e gerir a produção aliada às culturas para agregar valores à função e estética de produtos. “Para conhecer e se conhecer, o homem se faz signo e só interpreta esses signos traduzindo-os em outros signos.” (CASTRO, 2007, p. 05).

O potencial de significação de acordo com Cardoso (2012) vai além do princípio de agregar algum valor, a maioria dos objetos transmitem informações sobre sua natureza, o processo de significação dos produtos é determinado ao longo de ciclos de vida, e são determinados, segundo o autor, por quatro fatores: materialidade, ambiente, usuários e tempo. “Quanto mais um artefato é capaz de agregar e simbolizar valores reconhecidos, mais resistente ele torna ao esvaziamento e ao descarte” (CARDOSO, 2012, p. 167).

Outra variável ao objeto de estudo superfícies relacionada à cultura é a análise da percepção e meio, ao ambiente condicionado. A percepção se relaciona com a cultura (meio, sociedade, comunidade) e nesse aspecto da busca pela identidade a superfície se apresenta como uma interface, pois estabelece uma relação de percepção entre o ambiente construído e o usuário. Mol e Lana (2018) pautam a construção do sentido pelos atores sociais, os indivíduos, “Identidade é o que faz com que algo seja distinto, é o que diferencia e ao mesmo tempo o que o torna único, exclusivo. Identidade é essência.” (p. 100).

Hall (1997, p. 12 *apud* ONO, 2006), sobre o conceito de identidade discutido ao longo da história diz que:

Identidade corresponde, neste caso, ao núcleo interior do eu, que nasce e se desenvolve com o sujeito, mas permanece essencialmente o mesmo; [...] Concebe-se neste caso, a identidade como o resultado da interação entre o eu e a sociedade, entre o mundo “interior” e o “exterior” [...].

Neste presente trabalho cultura e identidade são abordadas sob a ótica de contextualização interpretativa, pela relação entre signos e símbolos das culturas para representar e compreender, sendo assim fontes de reflexões para projetos de superfícies que envolvam por meio de significados antropológicos e de conhecimento dos seres situados em

seus próprios universos, onde se pode contextualizar seus objetos e projetar através de referências socioculturais.

E na atual condição contemporânea as ideias de tempo e história são fluídas, os ciclos de retorno a outros períodos da história fazem com que haja uma eterna movimentação e o consumo e o comportamento se processam hoje em uma espécie de “não tempo”, em que todas as épocas que passaram convivem em simultâneo com o período atual. A identidade está em constante fluxo e, sujeita a ser transformada, resultando na soma de experiências acrescidas e divididas, pela inclinação e pela memória, onde então que o design e projeto passam a ter diversos níveis de relação, onde memória, identidade e cultura, podem interagir para criação de uma nova visão do mundo material e condicionamento da relação com os produtos que nos cercam (CARDOSO, 2012).

3. Superfície e Design Contemporâneo

Desde as civilizações da antiguidade até o período atual da sociedade, a contemporaneidade, as superfícies dos objetos sofrem interferência pelo homem (MENIN, 2014). Através da percepção e das sensações o homem constrói significados para sua interação com o ambiente e com a sociedade, assim o processo de aprendizado e conhecimento se torna um ciclo que desenvolve potenciais para enxergar além, e atende suas necessidades e aperfeiçoa seus produtos e serviços. “Da pré-história, das gerações passadas aos dias atuais, podemos considerar que o homem tem evoluído de acordo com o desenvolvimento de suas ferramentas e tecnologias empregadas em projeto.” (MOTA et al, 2008, p. 1)

Moura (2015) pesquisou as relações do Design Contemporâneo e o cotidiano, em um aspecto histórico as mudanças culturais, políticas, socioeconômicas e tecnológicas interferem e produzem novos padrões de projeto, assim como de comunicação e relacionamento. A especialidade de projeto de superfícies na contemporaneidade reflete essa concepção histórica apresentada pela autora. As mudanças presenciadas no campo do design alteram e diversificam resultados, permitindo a valorização e aperfeiçoamento. Outro fator apontado como uma mudança, trazida pela contemporaneidade para o Design, é relacionado ao ensino, “O Brasil registrou, a partir dos anos de 1990, a proliferação de cursos de design por todo o país, tanto nas instituições de ensino públicas quanto nas particulares.” (p. 63).

Assim, como reflexo dessa realidade em mudança, ocorreu em todo país o desenvolvimento e incentivo de práticas de pesquisas científicas e publicações acadêmico-científicas no Design. Outras práticas adotadas foram a constituição e fortalecimento em ações econômicas e comerciais no campo do Design, como o surgimento de editoras especializadas com publicação de autores nacionais e internacionais, eventos como a Bienal Brasileira do Design, Bienal de Design Gráfico, premiações como Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, e no campo acadêmico o 1º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design – P&D, realizado em 1994. A autora cita os Irmãos Campana com exemplo de internacionalização do design brasileiro nos anos 1990, com trabalhos expostos e divulgados ao redor do mundo (figura 3). Além de mudanças em diversos âmbitos o design foi ampliado, e ainda é, após práticas pós-industriais de geração e desenvolvimento de tecnologias e sistemas, onde a diversidade foi estimulada gerando como resultado, e citando a autora, “a multiplicidade e a pluralidade, bem como aproximou o inter-relacionamento entre áreas e campos distintos.” (MOURA, 2015, p. 68-69).

Diante desta realidade, o design brasileiro tem se transformado e ganhado força, ampliando seus limites e expandindo junto a outros campos de conhecimento suas fronteiras.

Novos olhares, vindos de todos os cantos do Brasil, atestam que a produção nacional não está mais restrita às grandes metrópoles. Enquanto isso, no exterior, a criatividade do produto nacional é celebrada em prosa e verso. Cada vez mais se produz e se experimenta. (LIMA, 2009, p. 10).

Figura 3: Estúdio Campana, 'Favela', 1991.



Fonte: istoe.com.br

Na contemporaneidade, Moura (2015) cita que ocorre a integração das áreas dialógicas, como arte, cinema e arquitetura, e o design composto por expressões compreende uma dinâmica que se estabelece cada vez mais relação com outras ciências e áreas do conhecimento como resposta à complexidade dos indivíduos e dos tempos atuais. O diálogo que vem sendo construído entre as áreas projetuais só se fortalece. A função dos produtos também se altera e se amplia, “indo além das questões formais-utilitárias” (p. 73), ou seja, a função não se limita mais a necessidade de uso através do uso do produto, e passa a se relacionar com outras questões, como a função emocional, as lembranças, aos vínculos afetivos, e a aspectos de identidade cultural, onde os fatores estão ligados ao ambiente condicionado e suas questões pertinentes. Campos (2015, p. 71) argumenta que:

Na contemporaneidade, quando os diversos tipos de informação são gerados e propagados de modo ubíquo e em fluxos, a veiculação desses produtos acontece em interfaces e superfícies de diversas naturezas: além do objeto físico, material, há incontáveis imagens, simulacros veiculados em mídias diversas em suas demonstrações de venda e divulgação.

Mol e Lana (2018) a respeito do estudo do design de superfície a partir de valores culturais brasileiros descrevem que a atividade do design percebida através da ótica de determinado contexto cultural resulta em um processo diretamente ligado com o meio que o origina. O Design Contemporâneo reafirmado a valores culturais pode ser considerado “ao mesmo tempo sujeito e objeto da cultura e da contemporaneidade, uma vez que faz parte delas e as alimenta.” (p. 98).

Os objetos do Design Contemporâneo estão cheios de relações entre arte e design, a aproximação entre os campos é resultado das discussões sobre questões sociais e políticas, e também, ao questionar a vida do homem neste período social. Pensar sobre o Design Contemporâneo envolve o homem e a sociedade, a cultura e a identidade, onde a

subjetividade presente passa a ser uma das tarefas do designer contemporâneo.

Rose (2011) descreve as imagens visuais como elementos centrais no período contemporâneo, a autora denomina como o mundo visual uma condição que nos indivíduos exerce influência no entendimento do mundo e das diferentes maneiras de perceber a realidade condicionada. Sobre essas ideias apresentadas, Joly (2006) explica a compreensão da palavra imagem:

O ponto comum entre as significações diferentes da palavra “imagem” (imagens visuais/imagens mentais/imagens virtuais) parece ser, antes de mais nada, o da analogia. Material ou imaterial, visual ou não, natural ou fabricada, uma “imagem” é antes de mais nada algo que se assemelha a outra coisa. (JOLY, 2006, p. 38).

A importância das imagens contextualizadas em projetos de superfícies é pautada através de uma linguagem universal, onde as representações estimulam vínculos mentais por intermédio da percepção imagética, “As imagens mentais são de domínio imaterial, em que as representações mentais se dão por imaginações, visões, fantasias, uma não existe sem a outra [...] Há, portanto, conceitos unificadores dos dois domínios da imagem, o lado perceptível e o lado mental, que se unifica em um terceiro conceito, que é o signo ou a representação.” (VIEIRA, 2014, p. 44).

Assim, as funções simbólicas estão carregadas de mensagens passadas através dos produtos e criações, convertidos por associações do contexto de uso e distribuição Burdek (1994, p. 224) afirma “os códigos comunicativos do produto são de especial importância para o trabalho do designer”.

Projetar superfícies faz-se um tópico presente na reformulação e redesenho de práticas e objetos, no Design Contemporâneo essa atividade está acentuada devido à alta complexidade embutida nos projetos. Projetá-las e modificá-las altera a percepção de forma e função, tornando-se uma lacuna para designers no contemporâneo. Com a complexidade da vida contemporânea novos desafios são propostos para o Design e para diversas áreas do conhecimento. Espera-se através de novas resoluções e projeções que os designers contemporâneos sejam capazes de gerir a complexidade atual realizando a conexão entre indústria e mercado, produto e consumidor, cultura e sociedade, para o dinamismo de suas criações.

4. Discussão

O Design é uma área de estudo que revela mudanças sociais, culturais, hábitos, estilos e características sobre a vida dos indivíduos frente a seu tempo. Assim como, o Design em seu momento contemporâneo é aplicado a projetos e produtos com relações mais complexas, e que acentuam sensibilidades fundidas e misturadas às novas questões e novos direcionamentos.

Em meio à expansão de conceitos e temas referente às áreas projetuais, a pesquisa e os trabalhos acadêmicos são formas de analisar, refletir e estabelecer relações entre momentos de remodelação e ampliação das atividades criativas. Com a difusão da internet e o avanço sistemático das tecnologias em escala global, as mudanças de impacto sociocultural avançam em velocidade superior a outros períodos e mais sujeitos são incluídos às novas discussões.

Cultura, identidade, informação, pesquisa e expressão se permeiam e se misturam acrescentando questões multidisciplinares e híbridas em um movimento de expressões que se

alimentam pelas dicotomias e proximidades. Nesse contexto o Design se funde e acrescenta novas facetas aos projetos atuais gerando novos resultados e inovações que impactam a vida e a sociedade. O Design é uma ferramenta social que busca no seu caráter resolutivo de problemas a capacidade de vínculo com a tecnologia para estar em busca de melhores soluções para o cotidiano.

Através da análise deste trabalho é possível identificar que o ambiente tecnológico, sociocultural e acadêmico do Design, pautado pela complexidade contemporânea, passa por ressignificações, ampliações e novas expressões quanto à sua área de atuação. Entender as mudanças de uma maneira sistêmica e relacionada foi uma tarefa desta pesquisa, apontando linhas articuladas que culminam na relação dos objetos com a vida cotidiana. Relacionado ao objeto deste estudo, as superfícies, é visível a necessidade de discussão presente nas manifestações e revoluções ocasionadas, principalmente nos últimos dois séculos, e no presente momento alcança um debate mais profundo. O tópico Design de Superfície se encontra em um caminho aberto para pesquisa e desenvolvimento, acadêmico e técnico a respeito de sua importância e relevância caracterizada pelo seu planejamento e empregada ao seu uso.

Entender a relação presente na transformação da camada superior dos objetos é uma tarefa importante e destacada para os designers contemporâneos, assim como, a reflexão dos milhares de anos que fazem parte desse tipo de alteração. A visibilidade ao termo superfície é recente, mas capacidade de transformação contida em tal atividade remonta períodos da civilização antiga e posteriormente com a evolução da sociedade em diversos momentos históricos, que são destacados neste trabalho. Pensar sobre superfícies volta a ser importante nas diferentes revoluções ocasionadas, ou seja, projetar superfícies não é uma tarefa da contemporaneidade do design, ela já acontece há muito tempo como diversos fatores apontaram nesta pesquisa, mas a evidência obtida para tal prática é recente.

Com base no referencial teórico apresentado neste trabalho através da sistematização de conteúdos para entendimento do que é Design, superfície e Design de Superfície, assim como os processos para criação de projetos, envolvendo a relação da comunicação visual e processo criativo, além do destaque para o uso da cultura e da identidade como fatores importantes que são ferramentas para a concepção do designer, fica enfatizado que o projeto de superfícies deve ser influenciado por todas as relações de citadas, sendo esses elementos, componentes fundamentais para a execução de projetos onde se aborde a representação e planejamento de superfícies. O projeto de análise de superfícies vai além apenas do caráter representativo, devendo se atentar outras questões que são relativas à percepção da superfície como um sujeito na situação. Valores estéticos não prevalecem no estudo do Design de Superfície, mas são complementares e necessários no assunto, pois a sensibilidade é um item necessário encarado nos novos projetos. Esses conceitos ajudam no entendimento acerca da qualidade dos projetos envolvendo a criação para superfícies e dão uma listagem de itens que podem ser utilizados e estudados mais profundamente.

5. Considerações Finais

Este estudo apresentou um ciclo de relações envolvendo caminhos no Design para serem aplicados ao Design de Superfície, gerando inovação e novas alternativas criativas de projeto. E também mostrou a importância direcionada a essa especificidade de projeto, tão presente no Design atual. A discussão exige um desenvolvimento de metodologias e chaves interpretativas que possam direcionar para o processo de desenvolvimento de novos projetos, e se destaca válida, podendo gerar novos aprofundamentos sobre cada determinado tópico aqui

apresentado.

Respondendo à questão deste trabalho: “Por que no Design Contemporâneo o projeto de superfície se encontra como um tópico em discussão?”, o Design de Superfície se encontra em um tópico em discussão na contemporaneidade do Design por vários fatores, sendo eles, a mudança na relação do usuário-produto causada pelo reflexo pós-Revolução Industrial na sociedade, quando a área caminhou para um aperfeiçoamento de relações, e hoje se questiona cada vez mais sobre a interação emocional do indivíduo com o produto.

Outro ponto que pode ser destacado é a ampliação da área de estudo do Design, com o passar do tempo mais e mais tópicos são relacionados ao Design para estudo e pesquisa com um benefício a todos, pois as pesquisas de Design acabam indo para alterações na forma de produção e interação estabelecida. Outro ponto é a difusão tecnológica que permitiu a ampliação das tecnologias produtivas e das visões em relação a objetos do cotidiano. A globalização e a internet são duas forças destacadas socialmente como propulsoras de mudanças, e no Design permitiram a alteração de projetos e relacionamentos entre o homem e suas criações. Em um tempo cada vez mais individualista, pós-moderno, a revolução e a inovação são chaves para os novos tempos de imagem do eu, a reavaliação e o estudo das práticas de projeto são importantes para que o resultado seja obtido e os problemas resolvidos.

Considerando assim os objetivos propostos, este trabalho atinge os objetivos apresentados sobre esclarecimento e reforço das abordagens utilizadas no design de superfície, e análise de sua simbiose com diferentes conceitos, e pretende-se com esta pesquisa contribuir para estudantes e profissionais dessa área, ou outras, e a temas em expansão como este, para que sempre novas discussões e reflexões possam agregar ao assunto.

Referências

- ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna**. Trad. Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- BARDI, Pietro Maria. **O Modernismo no Brasil**. São Paulo: Banco SUDAMERIS, 1978.
- BATTERSBY, Martin. **Art Nouveau (The Colour Library of Art)**. London: The Hamlyn Publishing Group, 1969.
- BURDEK, Bernhard E. **Diseño: Historia, teoría y práctica del diseño industrial**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S. A., 1994.
- CAMPOS, Gisela Belluzzo de. **Design, Imagem e Superfície**. Revista Educação Gráfica, Ano 2015 - V.19 – Nº. 01.
- CARDOSO, Rafael. **Uma Introdução à História do Design**. São Paulo: Editora Blucher, 2008.
- CARDOSO, Rafael. **Design Para um Mundo Complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- CASTRO, Jacqueline A. G. F. **Design com Identidade: Por Meio de Estudos Sócio-Culturais e dos Signos**. Dissertação (Mestrado em Design) – UNESP, Bauru: 2007.
- CASTRO, Jacqueline A. G. F. **Sistema Delineador em Design de Superfície para Significação e Identidade Arquitetônica Corporativa**. Tese (Doutorado em Arquitetura, Tecnologia e Cidade) – UNICAMP, Campinas: 2016.

- FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo: Design e Sociedade Desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GOMBRICH, Ernst Hans. **Arte e Ilusão: Um Estudo da Psicologia da Representação Pictórica**. 4. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.
- HALL, Stuart. **A Centralidade da Cultura**. Educação & Realidade, Porto Alegre, n. 22, v. 2, jul.-dez. 1997.
- HILLS, Matthew. **Fan Cultures**. London: Routledge, 2002.
- JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. 10.ed. Campinas, SP: Papyrus, 2006.
- LAGE, Alfredo. **A Revolução da Arte Moderna**. Rio de Janeiro: Agir, 1969.
- LIMA, M. **A boa safra do Design**. O Estado de S. Paulo, 26/4/2009. Caderno Casa, p. 8.
- LÖBACH, Bernd. **Desenho Industrial: Bases Para a Configuração dos Produtos Industriais**. São Paulo: Editora Edgar Blucher Ltda, 2001.
- MENIN, Mariana. **Análise Ergonômica de Instrumentos Líticos Pré-Históricos: uma Contribuição para a História da Ergonomia**. Tese (Doutorado em Design) – UNESP, Bauru: 2014.
- MOL, Iara Aguiar; LANA, Sebastiana Luiza Bragança. **Design de Superfície: proposição de método de ensino a partir de valores culturais brasileiros**. ModaPalavra e-periódico, 2018.
- MOURA, Mônica. **Design contemporâneo: poéticas da diversidade no cotidiano**. In: FIORIN, E, LANDIM, PC, and LEOTE, RS., orgs. *Arte-ciência: processos criativos* [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015, pp. 61-80. Desafios contemporâneos collection. ISBN 978-85-7983-624-4. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.
- MOTA, Marcelo José da. et al. **Design Contemporâneo: um resgate histórico e as influências para a sua formação**. In: Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 4., 2008, Rio de Janeiro.
- MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1982.
- ONO, M. **Design e Cultura: Sintonia Essencial**. Curitiba: Edição da Autora, PR, UTRPF, 2006.
- RINALDI, Ricardo M. **A contribuição da Comunicação Visual para o Design de Superfície**. Dissertação (Mestrado em Design) – UNESP, Bauru: 2009.
- RINALDI, Ricardo M. **A intervenção do design nas superfícies projetadas: processos multifacetados e estudos de caso**. Tese (Doutorado em Design) – UNESP, Bauru: 2013.
- ROSE, Gillian. **Visual methodologies: An Introduction to the interpretation of visual materials**. London: Sage Publications Inc. 2001.
- RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície: prática e aprendizagem mediadas pela tecnologia digital**. Tese (Doutorado em Informática da Educação) – UFRGS, Porto Alegre: 2002.
- RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS. 2008.
- SCHWARTZ, Ada Raquel Doederlein. **Design de Superfície: por uma visão projetual geométrica e tridimensional**. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) – UNESP, Bauru: 2008.
- SDA – Surface Design Association. **Surface Design Association History**. Disponível em: <<http://www surfacedesign.org>>. Acesso em: 18 de agosto de 2018.

SILVA, Fernando José Carneiro Moreira da. **Investigar em Design versus Investigar pela prática do Design – Um novo desafio científico.** In: Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 5., 2009, Bauru. Anais do 5º Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Bauru: V CIPED, 2009.

VIEIRA, Liliana Bellio. **A estamperia têxtil contemporânea: produção, produtos e subjetividades.** Dissertação (Mestrado em Ciências) – EACH, USP, São Paulo: 2014.

VIEIRA, Liliana Bellio. **A imagem e suas relações com a superfície: valores estéticos e simbólicos das estampas.** ARTEREVISTA, n.4, ago./dez. 2014.