

Conceito em construção: considerações sobre a definição oficial de Design Gráfico ao longo dos anos

Concept under construction: considerations on the definition of Graphic Design over the years

ALMEIDA, Fernando dos Santos | Doutorando em Design

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC | fds.almeida@gmail.com

FIALHO, Francisco Antônio | Doutor em Engenharia de Produção

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC | fapfialho@gmail.com

Resumo

Pela análise das descrições adotadas por instituições, associações e outras referências de Design Gráfico no Brasil, pretendemos apontar o perene e o mutável na teoria conceitual do campo. Analisando as descrições do ICOGRADA e da ADG Brasil sobre a profissão, verificamos como se descreveu a função do designer gráfico ao longo dos anos e refletimos sobre o que se manifesta nos textos e na teoria de Design Gráfico.

Palavras-chave: Teoria de Design Gráfico. Conceituação. Perfil profissional. Design e Linguagem.

Abstract

Through the analysis of descriptions adopted by institutions, associations and other references of Graphic Design in Brazil, we intend to investigate steady and changeable aspects concerning the conceptual theory of the field. By analyzing the definitions of ICOGRADA and ADG Brasil about the profession, we notice how the role of the graphic designer has been described over the years and how it manifests in the literature and in the theory of Graphic Design.

Keywords: Graphic Design theory. Conceptualization. Professional profile. Design and Language.

1 INTRODUÇÃO

Neste estudo, propomos um levantamento de aspecto cartográfico dos conceitos em português brasileiro de Design Gráfico empregados por instituições, associações e outras referências oficiais. Nosso objetivo é apontar o que é perene e o que é mutável na teoria na especialidade do campo do Design e nosso tema trabalho é, justamente, o conceito de Design Gráfico adotado por algumas das principais associações da classe profissional. Procurando manter esta pesquisa no âmbito do Design Gráfico, utilizamos apenas conceitos relativos a essa especialidade. Além disso, a fim de evitar possíveis desentendimentos semânticos quanto ao uso dos termos Design e design, adotamos a seguinte regra que se refere às menções das teorias de Design e de projetos de design nesta pesquisa: Design - com inicial maiúscula - refere-se ao campo do conhecimento, da teoria; enquanto design - com inicial minúscula - refere-se às ideias de projeto, desenho, forma/formato, configuração estético-plástica etc. (ALMEIDA JUNIOR; NOJIMA, 2010, p 13).

Nosso objeto de estudo é o posicionamento institucional de associações de classe representativas no Design; a definição do campo e da atividade divulgados por essas instituições são reconhecidos por seus atores participantes e legitimadores de uma compreensão oficial dos termos empregados. Assim, cumpre papel fundamental eleger como critério de seleção do nosso foco de análise a representatividade da associação que assume cada voz. Desta forma, escolhemos usar como referência principais a definição de Design Gráfico e de designer gráfico do Conselho Internacional de Associações de Design de Comunicação (ICOGRADA) e da Associação dos Designers Gráficos do Brasil (ADG Brasil), a maior associação de classe e a maior associação de classe do Brasil respectivamente.

Buscamos relacionar o processo de constante evolução do Design Gráfico com as alterações pelas quais o conceito vigente passou nos discursos como objetivo deste artigo. Partindo do pressuposto que o discurso marca escolhas lexicais que manifestam determinada ideologia, veremos marcas de um ponto de vista preponderante em um determinado extrato temporal nas vozes dos discursos selecionados. Quanto à relação entre terminologia e ideologia, cremos que tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo e tudo que é ideológico é um signo; não existe ideologia sem signos (BAKHTIN, 1981). Assim sendo, a escolha de palavras, formas e sentidos está associada intimamente a uma doutrina e a uma forma de pensar. No sentido crítico da repetição da ideologia vigorante:

Sob o disfarce da sociedade comunicante, ou sob a máscara do indivíduo ideal, modelarmente dotado deste bem comum a todos os indivíduos, que é a língua, esconde-se o talismã

ideológico de mesma atitude intelectual que contribuindo para levar a burguesia ao poder, nele a conserva e a abençoa. (VOGT, 1977).

A discussão que propomos se estrutura em três pilares. Primeiramente, a descrição da profissão pela Classificação Brasileira de Ocupações que lista e classifica as profissões do mercado de trabalho brasileiro. Encontramos nela a descrição da atividade pela perspectiva trabalhista.

O segundo pilar é a definição presente no discurso da ADG Brasil. A associação congrega designers gráficos de todo o país desde sua fundação em 1989 e é responsável pela publicação de numerosas obras de referência no campo do Design Gráfico. É através dela que encontramos a compreensão institucional da habilitação do campo Design pela voz mais representativa da área no Brasil.

Finalmente o terceiro pilar é a definição da profissão pela ICOGRADA em dois momentos distintos: atualmente e em 2001. Encontramos aqui divergências na comparação dos discursos que manifestam alterações no entendimento do Design Gráfico. A instituição foi fundada em Londres no ano de 1963 e hoje reúne associações internacionais de designers gráficos, tornando-se o discurso central na percepção da habilitação do campo em todo o mundo.

A metodologia que escolhemos adotar consiste no levantamento de textos de teoria e epistemologia de Design Gráfico e de documentos da que definam a habilitação do campo do Design através de pesquisa bibliográfica. Analisamos comparativamente os dados levantados e propomos diálogos apontando semelhanças e diferenças entre os materiais utilizando aspectos da análise do discurso. Nesse ambiente plural, acreditamos que se trata de um cenário propício ao método cartográfico das Ciências Sociais e Humanas: ao invés de buscar uma verdade única referente à conceituação de Design Gráfico, escolhemos por demonstrar a riqueza teórica disponível por aceitar olhares diferentes, por confirmar uma verdade no encontro com o mundo.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Histórico da Formação e do Reconhecimento do Design Gráfico no Brasil

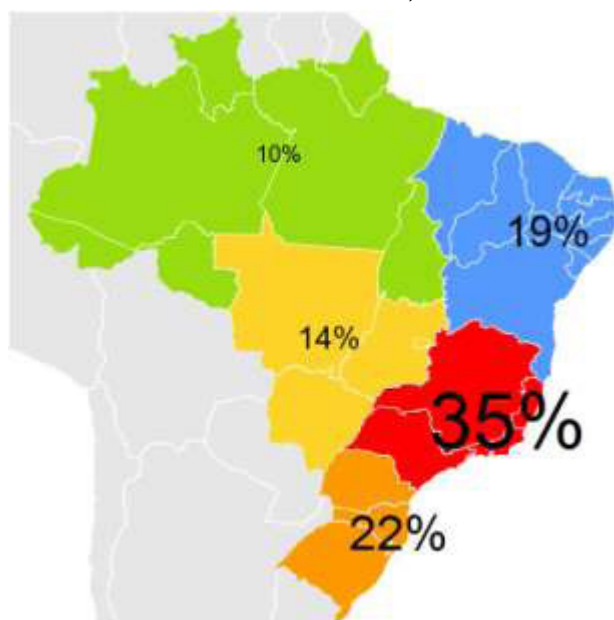
A abordagem teórica de Design Gráfico no Brasil data da década de 1960, com o início do ensino e da pesquisa de Design no país, enquanto a escola Bauhaus, o marco pedagógico mundial do conceito moderno de Design, surgiu em 1919. A evolução no campo de Design, associada a questões sociais e tecnológicas, foi acompanhada por sua distinção em novas habilitações. Com a adoção do termo Design para o campo, mudanças no mercado de trabalho e

na legislação do ensino superior brasileiro ocorridas na década de 1990, “não apenas houve a mudança de Projeto de Produto e Comunicação Visual para Design de Produto e Design Gráfico, como surgiram novos desdobramentos desses dois eixos” (CAPES, 2010).

Em relatório trienal publicado em 2016 para a área de Arquitetura, Urbanismo e Design realizado pela Diretoria de Avaliação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES - com o intuito de analisar o cenário da pesquisa nas áreas do conhecimento, encontram-se dados que denotam o crescimento da área em sua esfera educacional. Em 1983, o primeiro estudo sobre o campo do Design feito pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq - relatava que os cursos de bacharelado eram 18; alguns divididos em duas habilitações - Projeto de Produto e Comunicação Visual. O número total de cursos em 2009 totalizava 298. Desses, 167 eram de bacharelado e 131 eram cursos superiores de tecnologia.

Pelo levantamento de dados coletados no sistema e-MEC de buscas de instituições de educação superior e cursos cadastrados no Ministério da Educação - MEC, percebemos que há 166 cursos superiores de Design Gráfico reconhecidos pelo Ministério da Educação hoje no país, concentrados majoritariamente nas regiões sul e sudeste, conforme ilustra a Figura 1 a seguir:

Figura 1 - Distribuição percentual regiões geopolíticas do Brasil das instituições de ensino superior em Design Gráfico reconhecidas pelo Ministério da Educação.



Fonte: Elaborado pelos autores, adaptado de Brasil (2017).

Destacamos que esse recorte exclui proposadamente cursos denominados Desenho Industrial, Design e outras especialidades. Isso se dá pela intenção de analisar e discutir ao que se refere ao Design Gráfico exclusivamente.

A concentração de cursos nos estados mais industrializados da confederação aponta para possíveis relações entre a formação em Design Gráfico, as regiões com maiores índices de produção tecnológica do Brasil e seus processos produtivos. Enquanto que esse padrão pode refletir demanda de mercado de trabalho, “também reflete uma distorção na oferta de formação de pessoal capacitado para atividades de inovação e de agregação de valor a serviços e produtos” (CAPES, 2010).

Mesmo que não regulamentada, a atividade profissional do designer gráfico brasileiro é reconhecida oficialmente pelo Ministério do Trabalho e Emprego através da Classificação Brasileira de Ocupações - CBO (ALMEIDA; MATTEONI, 2014). A CBO é um sistema normalizador instituído em outubro de 2002 que faz o reconhecimento, nomeação e codificação dos títulos e conteúdos das ocupações do mercado de trabalho brasileiro (BRASIL, 2002). Nela são identificados no grupo de profissionais de nível superior “GG2 - Profissionais das Ciências e Artes”, os códigos 2624-10 para “Desenhista industrial (designer) ” e 2624-05 para “Artista (artes visuais)”. A seguinte descrição consta na descrição do grupo 2642 dos artistas visuais, desenhistas industriais e conservadores- restauradores de bens culturais:

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

Não há diferenciação entre as habilitações Design Gráfico e Design de Produto na CBO. Não obstante, há uma indicação de profissão de “Desenhista de Produto Gráfico” como uma especificação do Desenho (Design) Industrial de Produto. No item 2624-10 uma especificação de “Desenhista de Páginas da Internet”, uma profissão independente da área do Design de Produto Gráfico. Pela descrição das atividades, entende-se que fotógrafos, ilustradores e outros artistas visuais fornecem imagens para o exercício de Design, enquanto jornalistas, publicitários, poetas e escritores fornecem textos para produtos gráficos. O Design é multidisciplinar e desenvolvido com o trabalho cooperativo de uma equipe de profissionais de diferentes áreas. Nessa equipe, o designer tem papel de regente e sua atividade tem caráter organizador (ALMEIDA; MATTEONI, 2014).

O aumento do número de escolas de Design - de Design Gráfico especialmente -indica o crescimento na demanda por profissionais com essa formação. Mesmo que distorções caracterizem a relação entre a capacidade implantada de formação, a absorção do designer pelo mercado de trabalho e a concentração dos cursos (CAPES, 2010), é difícil negar o incentivo da atividade no país.

O desenvolvimento na oferta de habilitações no campo demonstra uma renovação diante de novos paradigmas tecnológicos e comunicacionais (CAPES, 2010). Dessa forma, cumpre compreender de que forma tais mudanças se manifestam e modificam os discursos que descrevem a atividade. A seguir, apresentaremos as diferentes maneiras que a categoria profissional adotou para definir a própria habilitação do campo do Design.

2.2 Conceitos de Design Gráfico

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

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

Dessa forma, o termo “gráfico” tem a função de qualificar o termo “Design”, relacionando-o com a produção de objetos visuais, com o propósito de comunicar mensagens específicas. Sobre a habilitação e seu resultado, Frascara (2000, p. 19) esclarece que:

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.

A Associação dos Designers Gráficos do Brasil, a ADG Brasil, define Design Gráfico como “processo técnico e criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, ideias e conceitos, com objetivos comerciais ou de fundo social” (ADG BRASIL, 2014). No campo teórico, notamos que há conformidade quanto à função comunicativa do Design Gráfico; Frascara (2000) compartilha o posicionamento de que “a comunicação é a área que fornece a razão de ser do design gráfico e representa a origem e o objetivo de todo o trabalho”. De maneira tradicional, o designer atua como projetista e supervisor ou gerenciador do processo de produção gráfica. Assim, responsabiliza-se de controlar o método expressivo-informativo do projeto – definindo a mensagem

gráfica - e de supervisionar a reprodução (ALMEIDA; SOUSA, 2013). No entanto, isso não assegura que o produto seja divulgado ou distribuído e, assim, comunicado eficientemente.

Fuentes (2006) afirma que expressão e informação são vinculadas intencionalmente à comunicação:

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

Em suma, Escorel (2000) diz 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”. Dessa forma, praticamente todas as questões são de identidade.

De maneira complementar, o Conselho também descrevia o designer gráfico como alguém com sensibilidade, habilidade e experiência e/ou treinamento profissionalmente para criar designs ou imagens para a reprodução por qualquer meio de comunicação visual e que pode estar preocupado com ilustração; tipografia; caligrafia; design de superfície para embalagem; ou a concepção de padronagens, livros, propaganda e material de publicidade; ou qualquer forma de comunicação visual (ICOGRADE, 2001). Em relação ao aspecto material da atividade profissional, para Azevedo (1998), Design Gráfico é a parte do projeto que se refere ao material a ser impresso. Esse autor contextualiza historicamente a expressão gráfica, retomando às origens da espécie humana e da sua necessidade emergente de um alfabeto para se comunicar nas civilizações antigas do Mediterrâneo até o marco histórico marcado pelo advento dos tipos móveis de Gutenberg, no século XV. No contexto prático, Villas-Boas (1998, p. 13) conceitua Design Gráfico como:

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

O ICOGRADA emprega atualmente uma definição semelhante: “Design de Comunicação é uma atividade intelectual, técnica e criativa relativa não apenas com a produção de imagens, mas com a análise, organização e

métodos de apresentação de soluções visuais para problemas de comunicação” (ICOGRADA, 2013, tradução nossa). A substituição do termo Gráfico pode indicar a concordância quanto sua função comunicativa.

A definição profissional atualmente não aborda nenhuma habilitação:

Design é uma disciplina dinâmica e em constante evolução. O designer profissionalmente treinado aplica intento para criar ambiente visual, material, espacial e digital, empregando abordagens interdisciplinares e híbridas para a teoria e prática do design. Eles entendem o impacto cultural, ético, social, econômico e ecológico de seus esforços e da sua responsabilidade final para as pessoas e o planeta em ambas esferas comercial e não comerciais. O designer respeita a ética da profissão em Design (ICOGRADA, 2013, tradução nossa).

Quanto à vocação interdisciplinar do Design (COUTO, 1997), o campo se beneficia de teorias de outras áreas do conhecimento para compor seu corpus teórico (VILAS-BOAS, 1998). A contribuição de diversas disciplinas é valorizada sem haver a devida compilação das contribuições teóricas da área, e o Design “sempre teve dificuldade em desenvolver algo específico, em cuja base pudesse cooperar com outras disciplinas” (BÜRDEK, 2006).

Aparece a ideia de trabalho digital no conceito atual do Conselho; se antes os aspectos instrumentais/materiais específicos e relativos à ação projetual eram destacados - como ilustração; tipografia; caligrafia; design de superfície para embalagem; ou a concepção de padronagens, livros, propaganda e material de publicidade; ou qualquer forma de comunicação visual - agora ganham destaque potenciais contribuições do designer nos espaços de vida do ser humano - criar ambiente visual, material, espacial e digital.

Anteriormente, dimensões do processo de trabalho e finalidades produtivas - cartazes, livros, material de publicidade - eram necessárias para compreensão da profissão, enquanto hoje o profissional é capaz de modificar experiências cotidianas pela criação de ambientes visuais ou materiais, considerando impactos ecológicos, econômicos, culturais, éticos e sociais. A fluidez dos contornos do campo é confirmada pela recente definição de designer referendada pela ICOGRADA, ao reconhecer que o Design é uma “disciplina dinâmica em constante evolução” (ICOGRADA, 2013).

O fruto do processo projetual modifica-se, sendo sua manifestação atualmente menos associada ao material produzido e mais à experiência promovida. Nesse sentido, estudos conceituais em Design Gráfico “sugerem a progressiva desmaterialização da prática profissional do designer, com a

valorização das atividades de pesquisa de mercado e gestão” (ALMEIDA; SOUSA, 2013).

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

Aspectos éticos e sociais associados à atividade profissional estão mais elaborados atualmente. Os ideias de responsabilidade profissional associados à atividade do designer gráfico ganham mais destaque, compreendendo a influência do resultado do seu trabalho em dinâmicas sociais. A respeito do poder de influência do trabalho do designer gráfico, Dougherty (2011, p 20) reforça que:

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

Bonsiepe (1997) sugere a ideia de interface como um sistema faz interagir usuário e objeto para realizar uma tarefa. Assim se estabelece uma relação triangular: o usuário pretende realizar uma tarefa, a tarefa dada e a ferramenta para efetivar sua execução; a mediação dos três elementos é a interface e essa interface determina as propriedades do design. De acordo com Frascara (2000), Design Gráfico é caracterizado pela produção de objetos visuais destinados a comunicar mensagens específicas.

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

O autor também aponta algumas delimitações que foram historicamente propostas e que ainda ressoam: Design Gráfico não produz peças únicas pois está relacionado à reprodução seriada a partir de um original; Design Gráfico está submetido a uma metodologia própria de projeção, principalmente, com relação à produção e à circulação; Design Gráfico é direcionado ao contexto da sociedade de massa; e Design Gráfico está relacionado ao fenômeno da fetichização da mercadoria. Observando-se essas quatro propriedades, notamos que a aquisição de um produto faz parte de um importante processo de reconhecimento social e de constituição de identidade, e que dentro dessa dinâmica que trabalha o designer (ALMEIDA, 2014).

Em Design Gráfico, a função simbólica equipara-se com a função prática dos produtos em certos momentos, considerando-se que os objetivos são de informar e comunicar, independentemente da natureza do produto gráfico. Dessa forma, o projeto – composição ou identidade visual – cumpre uma função imprescindível ao bom desempenho de qualquer outra função, sendo que 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). Distintamente do caráter comercial da publicidade, “o design gráfico busca simplesmente esclarecer a mensagem e transformá-la em uma experiência emocional” (SAMARA, 2010).

Design Gráfico é a atividade intencional de projeção do produto gráfico, usando linguagem específica, para orientar a expressão da forma ou ideia, impressa ou digital, sobre o suporte planejado, configurando todo o conjunto como informação ou mensagem, de acordo com seu significado no contexto em que está inserido. O objetivo expresso é constituir uma interface informativa eficiente, que permita a comunicação entre o emissor e o receptor. Assim, para cumprir essa finalidade, o designer, como profissional responsável, deve planejar ou realizar diversas atividades de preparação e supervisão do processo de desenvolvimento do projeto, até a entrega do produto gráfico (ALMEIDA; SOUSA, 2013).

Ainda que os sistemas de signos sejam diferentes do cinema, 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. Não obstante, Almeida e Sousa (2013) explicam que “no filme, os signos se alteram por estarem inseridos em um sistema particular, que é organizado como sistema disciplinar”.

Design – tal qual outros campos de pesquisa social – tem interesse de pesquisa prospectivo de entender, explicar ou solucionar problemas para criar ou mesmo aprimorar soluções existentes (EVENSEN, 1996). Uma abordagem

teórica do Conhecimento é exigida para o desenvolvimento de teoria de Design pois essa área emergiu sob parâmetros da produção do conhecimento científico como esforços para melhorar métodos, regras e critérios próprios para que Design seja pesquisado, avaliado e melhorado (BÜRDEK, 2006).

3 CONCLUSÕES

Os discursos sobre a profissão se transformam; isso pode indicar possíveis tensões a respeito da atividade ao longo do tempo. Com isso, surgem as seguintes questões entre outras: como aparecem pontos fundamentais para a prática nos discursos do campo: a desmaterialização da atividade profissional; o processo comunicativo como sua base fundamental; a adoção de uma postura generalista em oposição à especificação nas habilitações. Essas questões serão apontadas pelo uso que é feito dos discursos para levantar mudanças na forma de significar a profissão. A partir disso, indagamos: o que os discursos podem revelar sobre mudanças na forma de significar as entidades envolvidas no projeto de Design Gráfico?

Esta discussão não se encerra aqui; permite que reflitamos sobre as relação entre discurso e conformação do conceito de Design Gráfico. Nesse sentido, nosso ponto fundamental é gerar estranhamento e abertura do olhar a partir do exame das configurações conceituais publicadas tanto anteriormente quanto atualmente. O uso de novos termos e o desuso de outros manifesta - nos discursos nas omissões - constrangimentos que delinham nossa cartografia. Oras, o que pode ser dito do aparecimento recente do termo "digital" na definição da ICOGRADA? E o que isso diz respeito à sua omissão anterior? O que podemos entender da mudança de nome da própria instituição? O que essas mudanças demonstram senão uma transformação nos fundamentos sobre os quais são baseadas as visões contemporâneas da atividade e do profissional - condicionadas ora por sua atuação, ora pelos contextos de fruição de seus produtos, ora pelos meios e instrumentos através dos quais projeta?

Nosso intuito com este estudo foi realizar uma análise em diálogo com os textos de teoria e documentos e notamos que as semelhanças e diferenças entre os discursos refletem tendências no ensino a final, na realidade profissional e em aspectos sócio culturais, permitindo delinear paralelos entre o processo evolutivo do Design Gráfico brasileiro, avanços tecnológicos e tendências do mercado de trabalho.

A afirmação sólida das competências e responsabilidades dos designers gráficos se dá pelo entendimento claro do que é - e do que não é - Design Gráfico. Nesse sentido, buscamos o que é perene e o que é mutável na teoria fundamental na habilitação do campo no Brasil em diferentes definições e nos termos usados para apresentar teoricamente o Design Gráfico. Lembramos que nosso pressuposto de que a escolha e uso contínuo de uma determinada terminologia o legitima e também manifesta uma ideologia. É importante

considerar a pertinência tanto do estudo quanto da discussão da teoria do Design para se estabelecer competências e responsabilidades dos designers de maneira sólida.

REFERÊNCIAS

ADG Brasil. Sobre. Disponível em: <<http://www.adg.org.br/adgbrasil.php>>. Acesso em: 17 mar. 2014.

ALMEIDA, F. S. Pesquisa analisa o design das embalagens de perfumes: depoimento. Rio de Janeiro: Agência de Notícias Científicas da UERJ, 2014. Entrevista concedida a Katrine Oliveira.

ALMEIDA, F. S.; MATTEONI, R. M. Cartografia do conceito de design gráfico - uma análise institucional e histórica. Em: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 11., 2014, Gramado. Anais... São Paulo: Editora Edgard Blücher. p. 410-422.

ALMEIDA, F. S.; SOUSA, R. P. L. Aspectos do perfil profissional do designer gráfico brasileiro. Educação Gráfica, Bauru, v. 17, p. 69-88, 2013.

ALMEIDA JUNIOR, L.; NOJIMA, V. L. Retórica do design gráfico. Rio de Janeiro: Blucher, 2010.

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

BAKHTIN, M. Marxismo e Filosofia da linguagem. São Paulo: Hucitec, 1981.

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

BRASIL. Ministério da Educação. E-MEC: instituições de educação superior e cursos cadastrados. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 6 dez. 2017.

BRASIL. Ministério do Trabalho. Classificação brasileira de ocupações - CBO, 2002. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf>>. Acessado em: 15 maio 2014.

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

CAPES - COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. Documento de área: arquitetura, urbanismo e design. 2010. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/ARQUITETURA_22jun10b.pdf>. Acesso em: 15 maio 2014.

COUTO, Rita Maria de Souza. Movimento interdisciplinar de designers brasileiros em busca da educação avançada. 1997. 246 f. Tese (Doutorado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 1997.

DOUGHERTY, B. Design Gráfico Sustentável. São Paulo: Rosari, 2011.

SCOREL, Ana Luisa. O efeito multiplicador do design. 2. ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.

EVENSEN, Lars Sigfred. A linguística aplicada a partir de um arcabouço com princípios caracterizados de disciplinas e transdisciplinas. In: SIGNORINI, Inês; CAVALCANTI, Marilda C. (Org.). Linguística aplicada e transdisciplinaridade. Campinas: Mercado de Letras, 1996. p. 81-90.

FRASCARA, Jorge. Diseño gráfico y comunicacion. Buenos Aires: Infinito, 2000.

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

ICOGRADA - INTERNATIONAL COUNCIL OF COMMUNICATION DESIGN. About. 2013. Disponível em: <<http://www.icograda.org/about/about.htm>>. Acesso em: 15 maio 2014.

ICOGRADA - INTERNATIONAL COUNCIL OF GRAPHIC DESIGN. Definitions, 2001. Disponível em: <<http://www.lsc.ufsc.br/~edla/design/conceitos.htm>>. Acesso em: 15 maio 2014.

ICSID - INTERNATIONAL COUNCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN. Industrial design. Disponível em: <<http://www.icsid.org/iddefinition.html>> acessado em: 15 maio 2014.

SAMARA, Thimoty. Ensopado de design gráfico. São Paulo: Blucher, 2010.

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

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

Submissão: 03-2017

Aceite: 07-2017