

---

## DESIGN CONTEMPORÂNEO. APROXIMAÇÕES METODOLÓGICAS E DIREÇÕES

Sónia Rafael\*

DOI: 10.25768/fal.bocc.2019.004

**RESUMO:** Este artigo sessão propõe uma reflexão sobre o modo como o Design contemporâneo constrói os seus discursos visuais, nomeadamente através dos processos subordinados aos dispositivos técnicos. O design que se reúne às noções de arte e de técnica (*techne*) tornou-se genericamente processual, numa circularidade quase perfeita desde a conceptualização à materialização, em que todas as fases do projeto são mediadas tecnicamente.

**PALAVRAS-CHAVE:** design; comunicação; metodologias; HCI; tecnologia.

---

CADA época exige a sua forma, as suas imagens, que são o reflexo do ambiente cultural, social e político desse determinado momento histórico. Toda a imagem detém a capacidade de sugerir algo original, ainda que não seja original, singular ou inocente, porque todas as representações fazem parte de uma cadeia de significados que se relacionam segundo intenções e propósitos de cada época.

O design contemporâneo tem vindo a instituir-se como disciplina que assiste toda a cultura e a redefinir o seu estatuto ao dissociar-se de conceções ultrapassadas que o associavam a uma prática ao serviço do neoliberalismo, rendido às tendências estéticas e ao *glamour* da forma, e dependente de condicionantes industriais e comerciais.

Essa visão redutora está praticamente ultrapassada e hoje o design, não sendo forçado a alterar a sua *poiesis*, caracteriza-se pelo carácter expansivo ao explorar novas referências, contextos e territórios, o que implica que se esteja a tornar numa disciplina sem configuração definitiva.

No seu ensaio *Design in the expanded field*:

---

\*Sónia Rafael, Professora Auxiliar, Faculdade de Belas-Artes, Universidade de Lisboa

© 2019, Sónia Rafael.

© 2019, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo deste artigo está protegido por Lei. Qualquer forma

*rethinking contemporary design*, Marlene Leerberg (2009) refletiu sobre a condição expansiva do design na contemporaneidade.

De acordo com a autora o design contemporâneo transcende cada vez mais a ideia de criação de objetos materiais tangíveis para incluir criações mais elusivas, como interações, estratégias e sistemas (Leerberg, 2009:1).

Leerberg identifica padrões semelhantes de mudança entre o desenvolvimento da escultura modernista, como descrito por Rosaline Krauss (1979) na metáfora do “campo expandido”, e o design contemporâneo. A autora definiu um novo tipo de prática difícil de ser enquadrada no termo “escultura”, que se estava a tornar “infinitamente maleável” e heterogénea, forçando o alargamento das suas fronteiras conceptuais.

A noção expandida de design suporta uma perspetiva abrangente e inclusiva, com enfoque no design como atividade, processo e pensamento, simultaneamente. Permite a sua aproximação aos campos da história, da filosofia, das artes e da tecnologia, que são hoje, disciplinas fundamentais para a *praxis* do design.

de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e do(s) seu(s) autor(es). O artigo, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es).

Por outro lado, considerando esta dispersão de competências em disciplinas com estatuto mais determinado que o tendem a incorporar, poder-se-á vaticinar o seu desaparecimento enquanto disciplina (Daciano da Costa).

Por outro lado, à semelhança do sucedido com o processo escultórico (*process art*), o design contemporâneo privilegia o processo mais do que o resultado. Existe a pressão para que se liberte dos objetos, que por sua vez também se tornaram imateriais e efémeros.

O designer Bruce Mau (2000: 88) afirma que “o processo é mais importante do que o resultado. Quando é o resultado a conduzir o processo, acabamos apenas por ir sempre onde já fomos. Se for o processo a conduzir o resultado, podemos não saber para onde vamos, mas sabemos que é para aí que queremos ir”.

Um ensaio de Maggie Breslin e Richard Buchanan (2008) descreve o design de acordo com as necessidades/solicitações projetuais nos vários âmbitos que o integram:

	Symbols	Things	Actions	Thoughts
Symbols	Graphic design			
Things		Industrial design		
Actions			Interaction design	
Thoughts				Environmental design

Fig. 1. *Four orders of design*, Maggie Breslin e Richard Buchanan

A primeira área do design é a comunicação com imagens e símbolos. A segunda é a do design de artefactos como o design industrial, a engenharia e a arquitetura.

A terceira área do design surgiu da necessidade de se projetarem atividades e processos. Este facto foi acompanhado por uma crescente problematização teórica expressa em novas áreas multidisciplinares que permitiram enquadrar o contexto de interação do Homem com os sistemas informáticos: a HCI – Interação Homem-Computador (Stuart Card), o Design de Interação (Bill Moggridge) e mais recentemente o *User-Experience Design* (Don Norman).

A quarta área engloba ambientes e sistemas dentro dos quais estão integradas todas as outras áreas do design. Através de uma perspetiva holística, abrange espaços de informação com os quais se interage através de interfaces físicas e digitais.

Verifica-se assim as principais áreas de que o design se ocupa.

Richard Buchanan e Victor Margolin (1995: xiii) argumentam que o Design é uma arte liberal da cultura tecnológica, preocupada com a conceção e o planeamento de todos os contextos do

mundo artificial: símbolos, sinais e imagens, objetos físicos, atividades e serviços e sistemas ou ambientes.

O carácter expansivo do design contemporâneo passou essencialmente pela tecnologia e pela computação.

Se hoje há uma linguagem universal é a das tecnologias digitais que tende a funcionar como um tradutor de toda a cultura. Tudo pode ser convertido nesta linguagem em que o design é a superfície que se faz visível.

Bragança de Miranda (2011: 44) afirma que “este processo só é possível pela maneira como o design e as tecnologias digitais se refletem especularmente, como se fossem duas faces da mesma moeda”.

Numa circularidade quase perfeita, ideia, conceção, desenvolvimento e produção tendem a ser hoje uma e a mesma coisa.

Desde a conceptualização à materialização, todas as fases do projeto são mediadas pelo computador (*automaton*) e pelo *software*/programa que impõe limitações. Não sendo o *software* que conceptualiza e materializa, os processos padronizados e as categorias *à priori* que são disponibili-

zadas, condicionam determinantemente a expressão e a criatividade e ainda oferecem a falaciosa ideia de liberdade e controlo criativo. O software da Adobe é um bom exemplo disso.

O design que surgiu no final do séc. XIX como solução estética à Revolução Industrial foi considerado um sistema formal que procurava dar resposta às necessidades da sociedade capitalista. A estética modernista começou a esgotar-se por volta da década de 70.

Nos anos 80 e durante os anos 90, designers como David Carson, Wolfgang Weingart, Jan van Toorn, começaram a explorar uma nova liberdade nas composições gráficas. Esta fase veio a culminar numa espiral de excessos formalmente elaborados que resultou no que muitos consideram ser um estilo “pós-moderno”.

Posteriormente os designers, sentindo-se descontentes com este “estilo”, procuraram uma nova sobriedade voltada para a contenção, depuração e controlo.

A criatividade, a originalidade e a inovação foram valores com uma grande importância, em particular durante o séc. XX, seria de esperar que na contemporaneidade, com as novas tecnologias e meios, se encontrassem estratégias para a procura do que é novo.

A página web *Trend List. Exploring visual trends in contemporary graphic design* ([www.trendlist.org](http://www.trendlist.org)) apresenta vários projetos de design contemporâneo listados pelo país de origem, onde estão identificadas as principais tendências.



Fig. 2. *Trend List. Exploring visual trends in contemporary graphic design.* ([www.trendlist.org](http://www.trendlist.org))

Também na revista online *Digital Arts*, se pode ler um artigo com soluções e fórmulas de *trend design* para o ano de 2017. ([www.digitalartsonline.co.uk/features/graphic-design/visual-trends-2017-these-are-this-years-must-know-colour-design-branding-photography-trends](http://www.digitalartsonline.co.uk/features/graphic-design/visual-trends-2017-these-are-this-years-must-know-colour-design-branding-photography-trends))

Verifica-se uma uniformização visual, um estilo claramente identificável, repleto de modismos e maneirismos.

Recentemente o design generativo apresentou-se como alternativa para expandir as opções de criação de imagens/objetos, procurando soluções novas e mais eficientes que vão para além da capacidade humana. Recorre à programação de algoritmos simples, regras e restrições e através das quais a criatividade e a originalidade emergem.

O design baseado em instruções aproveita a natureza discreta e generativa da linguagem alfabé-

tica e permite integrar limitações próprias, em vez de aceitar as impostas pela empresa de *software*.

Começa por estabelecer os objetivos do projeto e explora todas as possíveis variações para encontrar a melhor opção. O *software* avalia milhares de escolhas testando configurações e aprendendo a cada interação o que pode ou não funcionar.

Mas é necessário que o designer, ou se transforme em programador ou integre uma equipa de engenheiros informáticos.

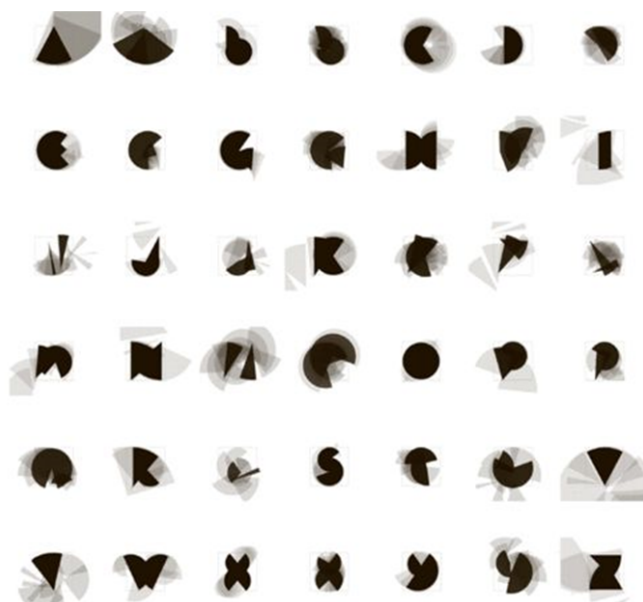
Para além dos resultados se poderem configurar originais e adequados, são também passíveis de serem identificados com o “estilo de design generativo”.

William Mitchell (1998) afirma que neste contexto tecnológico é mais útil dizer que o ficheiro digital é a expressão definitiva do design, e que as capacidades do *software* e *hardware* disponíveis,

forneem muitas maneiras diferentes de executar esse design.

Encontram-se mais informações pertinentes

sobre o tema em: <http://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-design-generativo>



FFig. 3. *Experimentações generativas em tipografia computacional*, John Maeda, 1997, MIT Media Laboratory.

Podemos questionar onde reside a imaginação, a criatividade, a dimensão sensível do projeto que o torna particular?

Estará o design condenado ao determinismo, reforçado pela sociedade de controlo e por mecanismos de sujeição virtuais e ubíquos?

É fundamental para o designer e para o design manter vivo o paradigma: no projecto há sempre o autor que modela tecnicamente o resultado com a sua cultura, experiência e *modus operandi*; um desígnio, uma intenção ou propósito; e uma tecnologia, que envolve os meios técnicos materiais e intelectuais.

É importante que o subjetivismo que caracteriza a ideia de design romântico não seja ultrapassado por uma ciência do design (Herbert Simon).

Neste contexto poder-se-á introduzir o tema da autoria em design, abordada por Michael Rock ([www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author](http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author)).

A autoria tornou-se um termo popular, especialmente nos limites da profissão, nas academias de design e no território obscuro entre o design e a arte.

É necessário que o designer mantenha o seu modo de fazer, através da sua expressão própria. Deleuze entende “expressão” não como a manifestação de uma essência, mas como um modo particular de ser e agir no mundo de onde resulta “criação”, como expressão estilística de um indivíduo.

Por outro lado, é fundamental manter uma atitude reflexiva na prática do design. Esta pode ser trazida pelo design crítico que recorre ao *design fiction* e ao design especulativo para desafiar suposições e conceções sobre o papel que os objetos desempenham na vida quotidiana. O conceito de design crítico foi desenvolvido por Anthony Dunne e Fiona Raby. Esta abordagem procura auxiliar o designer, por um lado, a tornar-se um agente substancial de mudança e, por outro, a encontrar soluções conscientes mediadas pela dimensão crítica, quando colocado em territórios atuantes como é o caso da prática comercial.

Fundamental refletir sobre a inserção profissional do designer no contexto técnico, económico e sociocultural contemporâneo.

A atual *praxis* do design estabeleceu-se predominantemente no sector dos serviços (que ca-

racteriza a sociedade pós-industrial) e dilui-se nos conceitos estratégicos de *criatividade e inovação*, dispersando-se por múltiplos sectores e por diversificados níveis e funções.

Desde a Revolução Industrial que o paradigma de design dominante tem sido o de desenhar objetos para o mercado e encontrar estratégias para melhor os comunicar.

Em 1972, Vítor Papanek publicou o livro “Design for the Real World” em que afirmava existirem profissões mais prejudiciais do que o design, mas que eram poucas.

Desde então, foram desenvolvidas várias propostas de design para responder a necessidades sociais. A este propósito o design para o desenvolvimento tem promovido soluções tecnológicas de baixo custo direcionadas aos países subdesenvolvidos. No entanto há pouco pensamento sobre estruturas, métodos e objetivos de design social.

Paralelamente, também começou a existir uma preocupação crescente com as questões ambientais, embora o termo *ecodesign* tenha já aproximadamente 50 anos.

O desenvolvimento sustentável, no qual o design se começa a envolver, está dependente da influência ambiental na produção e no consumo, exigindo cada vez mais do design uma predisposição para projetar responsabilmente. Na realidade, o ato de *fazer design* não deveria precisar de prefixos associados à ecologia ou à sustentabilidade. Essas questões são, à partida, implícitas ao projeto.

O design sustentável projeta objetos, ambientes e serviços em conformidade com princípios da sustentabilidade social, económica e ecológica procurando eliminar o impacto ambiental negativo, através do desenvolvimento de objetos aptos e sensíveis.

A transição da produção tradicional para o sector dos serviços e da inovação teve origem na implementação das novas tecnologias e da globalização.

As fábricas têm sido progressivamente substituídas por comunidades criativas, cuja matéria-prima reside na sua capacidade de conceber, criar e inovar.

Na nova economia digital, o valor intangível determina o valor material, na mediada que os utilizadores procuram cada vez mais “experiências”. Nos dias de hoje a capacidade para criar experiências sociais e para criar redes, é um fator de competitividade decisivo. Grande parte da prosperidade futura dependerá da forma como os recursos são utilizados, assim como a criatividade que permite estimular a inovação.

Neste contexto, um número crescente de países prosseguem políticas relacionadas com as indústrias culturais e criativas e o contributo que podem trazer para a competitividade europeia. (Estratégia de Lisboa). Para financiar todo o tipo de projetos que resultavam deste âmbito, em 2006, surgiu na Holanda um sistema alternativo de financiamento colaborativo – o *crowdfunding*. A plataforma Kickstarter (aberta a projetos de cidadãos residentes nos EUA, Reino Unido, Nova Zelândia e Canadá) é a mais popular e financia projetos de índole artística.

Em 2011 foi inaugurada a PPL.com.pt (propriedade da empresa Orange Bird) como a primeira plataforma de *crowdfunding* para projetos criativos em Portugal.

A inovação é sempre um fator decisivo num projeto e combina pensamento com tecnologia e com negócio para a criação de valor. O conceito de inovação surgiu no século XIX e foi desenvolvido por economistas e seria responsável por desfazer ou modificar algo já estalecido. No contexto contemporâneo fala-se em inovação tecnológica. Outra visão comum relaciona criatividade e inovação: a criatividade representa o desenvolvimento de novas ideias e a inovação utiliza a aplicação prática dessas ideias para criar novos objetos, novas redes e serviços e novas organizações.

Apesar da palavra inovação se aproximar, por vezes, de um modismo bacoco, integra o *Design Thinking*, que é uma ferramenta capaz de conjugar o desejável, do ponto de vista humano, com o tecnológico e com o economicamente viável.

Por fim, falarei de uma última direção, relembrando que o designer deve ter preocupações em tornar os seus projetos acessíveis a todos. De acordo com o princípio kantiano de que, o universal é o que é bom para todos os homens. O design universal, está diretamente relacionado com o conceito de sociedade inclusiva e por isso, deve incluir o maior número de pessoas possível, independentemente da idade, habilitação ou condição.

Neste contexto, o designer estuda uma série de princípios que geralmente não são abordados num projeto comum e envolve questões sociais, históricas, antropológicas, económicas, políticas, tecnológicas, e principalmente de ergonomia e usabilidade.

Design universal é um termo relativamente novo que surgiu do “design acessível” para dar acessibilidade a pessoas com deficiência.

A função abrangente do designer é hoje, através da sua prática, criar pontes entre a sociedade e

a tecnologia, num movimento contínuo de antecipação.

Esse olhar contínuo e sistemático para o futuro é uma das poderosas armas que o pensamento projetual sustenta, muito além da simples solução de problemas pontuais.

## Bibliografia

- Bragança de Miranda, A. (2011). O design como problema. In M. Cruz (org.), *Novos Media, Novas Práticas* (pp. 29-47). Lisboa: Vega. [www.interact.com.pt/memory/interact10/ensaio/ensaio3.html](http://www.interact.com.pt/memory/interact10/ensaio/ensaio3.html).
- Breslin, M. & Buchanan, R. (2008). On the Case Study Method of Research and Teaching in Design. *Design Issues*, 24, winter: 36-40.
- Buchanan, R. & Margolin, V. (eds.) (1995). *The idea of Design. A Design Issues Reader*. Mass: The Mit Press.
- Krauss, R. (1979). Sculpture in the Expanded Field. *October*, 8, spring: 30-44. [www.oneday-sculpture.org.nz/assets/images/reading/Krauss.pdf](http://www.oneday-sculpture.org.nz/assets/images/reading/Krauss.pdf)
- Leerberg, M. (2009). *Design in the Expanded Field: Rethinking Contemporary Design*. Denmark: Kolding School of Design. [www.nord-es.org](http://www.nord-es.org).
- Mau, B. (2002). *Life Syle* (p. 88). London: Phaidon.
- Mitchell, W. (1998). Picture This. Build That. Algorithms, Machines, and Architectural Performances. *Harvard Design Magazine*, (6): 8-11.
- Papanek, V. (1972). *Design for the Real World*. <https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/design-for-the-real-world-victor-papanek.pdf>.
- Rock, M. (1996). The Design as Author. *Eye Magazine*, (20), spring. [www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author](http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author).