

4

O designer editorial

Design é um conflito entre forma e conteúdo.

Paul Rand

O quarto capítulo da presente dissertação dedica-se à análise do designer, a formação e a especialização na área editorial. Os objetivos deste capítulo são: evidenciar quais os conhecimentos adquiridos a partir da formação compõem o conjunto de competências e habilidades que o capacitam o designer para exercício da profissão; estabelecer uma relação entre o conjunto de conhecimentos que compõem a formação e as exigências da atuação no mercado editorial e delimitar a atuação do designer no mercado, apresentando os contextos nos quais o designer editorial desempenha seu trabalho.

O capítulo inicia-se com a formação do designer no Brasil por meio da apresentação e análise do parecer CES/CNE 0195/2003 do Ministério da Educação que referencia os cursos de graduação. O documento apresenta as diretrizes curriculares para os cursos de formação e aponta o perfil necessário do aluno egresso para o exercício da profissão. A seguir, aprofunda-se sobre a especialização na área editorial, definindo o papel desempenhado pelo designer ao projetar livros. Por fim, analisa-se a diferença entre o projeto gráfico e o projeto editorial com o objetivo de esclarecer o real campo de atuação do designer-editor de livros.

4.1 A formação do designer no Brasil

No Brasil, segundo Niemeyer (1998), o processo de instalação do Design está ligado ao pensamento desenvolvimentista que influenciou o país na década de 1950. O que pode ser melhor compreendido a partir da explicação de Cardoso sobre o sentimento desta época.

Em retrospecto, fica claro que a implantação no Brasil de uma ideologia do design moderno, [...] coincide com e integra o esforço maior para inserir o país no novo sistema econômico mundial negociado em Bretton Woods. O Brasil moderno de Getúlio e da Petrobras, de JK e Brasília, de Assis Chateaubriand e do Masp, de Carlos Lacerda e da Esdi pretendia-se um novo modelo de país – aquele “do futuro” –, concluindo a ruptura com o passado arcaico e escravocrata iniciada pelo pensamento republicano positivista (CARDOSO, 2005, p.10).

Com um papel específico para desempenhar junto à indústria nacional, o Design deveria se consolidar integrando tecnologia aos processos de produção industrial. A formalização da área se dá por meio da implantação das escolas de formação. As primeiras iniciativas contam dos cursos do Instituto de Arte Contemporânea (IAC) e do Museu de Arte de São Paulo (MASP), porém, o marco histórico, segundo

Niemeyer (1998) é o surgimento da Escola Superior de Desenho Industrial a ESDI:

O marco histórico de design no Brasil é, sem dúvida, a criação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), no então Estado da Guanabara, em 1962. O estatuto profissional do designer foi traçado a partir de sua implantação (NIEMEYER, 1998, p. 17).

A formação em Design no Brasil se consolida a partir da criação da escola, que “além de se tornar o modelo de ensino de design no Brasil, a ESDI passou a ser um mito” (NIEMEYER, 1998, p. 21). Segundo Niemeyer a importância da ESDI se dá com a definição, a partir do curso, sobre o que é ser designer no Brasil. Através da criação da proposta pedagógica do curso “os primeiros professores de projeto da Escola estabeleceram um modelo do que é design e de como se faz design” (NIEMEYER, 1998, p. 21).

O processo de construção do curso da ESDI imprimiu na profissão os valores e definiu o escopo dos conhecimentos necessários para a formação. Os parâmetros traçados pelo corpo docente influenciaram tanto questões epistemológicas quanto as questões estéticas que predominaram e nortearam o desenvolvimento da cultura do projeto no país. Assim, “os primeiros professores de projeto fizeram com que prevalecesse na escola a estética racionalista de Escola de Ulm, que se caracterizava pelo predomínio de formas geométricas retilíneas e de tons acromáticos” (NIEMEYER, 1998, p. 20).

Um aspecto relevante sobre a profissão cunhado pela ESDI é um caráter prático, resultado do fato de que “a pouca fundamentação teórica do curso da ESDI colaborou para que fosse cunhada a máxima de que ‘Design se faz fazendo’. Tal assertiva conferia ao exercício profissional em design um caráter vocacional e iniciatório, baseado na própria prática” (NIEMEYER, 1998, p. 21). Problema esse, que “não determina um campo de conhecimento específico do designer, fragilizando seu posicionamento frente a profissionais de áreas afins - tais como arquitetos, engenheiros, publicitários - dificultando a interlocução com pessoas com outra formação e o reconhecimento de sua competência pelo mercado potencial de trabalho” (NIEMEYER, 1998, p. 21). Essa falta de um corpo teórico definido é apontada por alguns autores com uma característica intrínseca ao design e pode também contribuir para defini-lo:

Entre os muitos enunciados que pretendem dar conta de seu campo, um dos mais em voga é o que se utiliza de um certo desconstrutivismo niilista. Nesse rastro, o design não possuiria nem contorno nem terreno próprio, não sendo, sequer, suscetível da de-

finição. Os que defendem esse ponto de vista veem a atividade como um amontoado de saberes e aptidões emprestados de áreas as mais diversas, cuja coesão poderia ser, quem sabe, ditada por modelos flexíveis e mutáveis, capazes de se ajustar a qualquer época e circunstância (ESCOREL, 1999, p. 62).

A falta de precisão, segundo Cardoso (2004), já se inicia na própria definição da palavra design, já que:

A origem mais remota da palavra está no latim *designare*, verbo que abrange ambos os sentidos, o de designar e o de desenhar. Percebe-se que, do ponto de vista etimológico, o termo já contém nas suas origens uma ambiguidade, uma tensão dinâmica, entre o aspecto abstrato de conceber/projetar/atribuir e outro concreto de registrar/configurar/formar (CARDOSO, 2004, p. 4).

Para Forty, cotidianamente a palavra design é empregada nestes dois sentidos, o primeiro se refere à preparação de instrução para a produção de bens manufaturados e o segundo se refere à aparência das coisas. O que pode ser considerado ambiguidade como para Cardoso, segundo Forty é a essência do que é Design:

Pode ser tentador separar os dois sentidos e tratá-los de maneira independente, mas isso seria um grande equívoco, pois a qualidade especial da palavra *design* é que ela transmite ambos os sentidos, e a conjunção deles em uma única palavra expressa o fato de que são inseparáveis: a aparência das coisas é, no sentido mais amplo, uma consequência das condições da sua produção (FORTY, 2007, p. 12).

Se falta de uma delimitação precisa e contundente desde o início trouxe para a profissão a falta de uma definição acerca do que é Design, também possibilitou uma margem para a busca por uma conceituação a partir da prática profissional. Para Oberg (1962 *apud* NIEMEYER, 1998, p.24):

[...] o design tem sido entendido segundo três tipos distintos de prática e conhecimento. Na primeira, o design é visto como atividade artística, em que é valorizado no profissional o seu compromisso com artifice, com a estética, com a concepção formal, com a fruição do uso. Na segunda, entende-se o design como um invento, como um planejamento, em que o designer tem o compromisso prioritário com a produtividade do processo de fabricação e com a atualização tecnológica. Finalmente, na terceira aparece o design como coordenação, onde o designer tem a função de integrar os aportes de diferentes especialistas, desde a especificação de matéria-prima, passando pela produção à utilização e destino final do produto. Neste caso, interdisciplinaridade é a tônica (OBERG, 1962 *apud* NIEMEYER, 1998, p.24).

Assim sendo, percebe-se o designer como um profissional que desenvolve seu trabalho entre os aspectos da forma, do uso e da produção, seja para a criação “de objetos de uso ou de sistemas de comunicação” (BOMFIM, 1997, p. 28). Para Lima (1994, *apud* VILLAS-BOAS, 2007, p. 51): “quem determina o que vem a

ser um designer é o grupo que a sociedade coloca neste papel. Que no caso do brasileiro, vem a ser a universidade e as associações profissionais, instituições que selecionam os críticos de valor, o campo de atuação, os limites éticos, conhecimento e atitudes, enfim todos os elementos separam o profissional dos não-profissionais.”

Concordando com Lima, buscando-se a noção mais próxima possível acerca da profissão e do profissional, optou-se por apontar e analisar os documentos do Ministério da Educação que traçam as diretrizes vigentes para a formulação dos cursos superiores de formação em Design. O parecer CNE/CES 0195/2003¹⁶ de 05/08/2003 descreve as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Graduação em Design e a resolução no. 5 de 08/03/2004 aprova as diretrizes e dá outras providências. Os dois documentos são responsáveis por orientar a formulação de cursos, estruturas curriculares e projetos pedagógicos a fim de traçar princípios e objetivos gerais para a formação em nível nacional.

O parecer CNE/CES 0195/2003 trata das diretrizes curriculares nacionais para os cursos de graduação em Música, Dança, Teatro e Design. O tópico 1.1.4 do documento lida especificamente com o curso de Design abrangendo subtópicos sobre o perfil desejado ao aluno egresso, competências e habilidades necessárias, e parâmetros para desenvolvimento de conteúdos curriculares. A seguir o subtópico sobre o perfil do aluno ao final do curso.

- Perfil Desejado do Formando

Art. 3º. O curso de graduação em Design deve ensinar, como perfil desejado do formando, capacitação para a apropriação do pensamento reflexivo e da sensibilidade artística, para que o designer seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas culturais e tecnológicas, observados o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades, bem como as características dos usuários e de seu contexto sócio-econômico e cultural.

Observa-se que o ao aluno concluinte ao fim do curso superior em Design deve ser capaz de projetar, desenvolver projetos para a produção considerando o usuário e seus traço culturais. Embora o trecho cite a expressão ‘produzir

¹⁶ O parecer CNE/CES 0195/2003 de 05/08/2003 pode ser consultado *on-line* no endereço eletrônico: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES_0195.pdf>

projetos' não deixa claro sobre que tipos de objetos devem resultar ao final dos projetos, apontando genericamente as áreas da informação visual, estética e tecnologia.

Segundo o documento, o aluno deve ser capacitado ao uso do pensamento reflexivo perante as questões projetuais levando em conta os aspectos artísticos, culturais e tecnológicos. O conceito de pensamento/profissional reflexivo pode ser analisado segundo as ideias postuladas por Donald Schön (2000) e Dewey (1959).

Schön formula a ideia de prática reflexiva e argumenta que o aprendizado é mais efetivo e completo quando se dá por meio da ação e da crítica à ação realizada, uma teoria que se assenta na pesquisa realizada por John Dewey sobre uma forma de pensar reflexiva. Segundo Dewey, o aluno “tem que enxergar, por si próprio e à sua maneira, as relações entre meios e métodos empregados e resultados atingidos. Ninguém mais pode ver por ele, e ele não poderá ver apenas ‘falando-se’ a ele, mesmo que o falar correto possa guiar seu olhar e ajudá-lo a ver o que ele precisa ver” (DEWEY *apud* SCHÖN, 2000, p.25).

Assim, os cursos de graduação devem apontar para uma formação baseada na vivência e que seja capaz de instrumentalizar o aluno egresso para a constante avaliação de si como profissional e do trabalho que desempenha, que seja crítico e regulador das ações que pratica. Pois, “a experiência reflexiva é o pensar sobre a ação e o efeito desta, pois quando pensamos e refletimos sobre uma ação e sua consequência, esse elemento de pensar muda para uma experiência de mais qualidade, mais significativa e, portanto, reflexiva” (DEWEY, 1979, p. 159).

Segundo Dorigon, “a capacidade para refletir emerge quando nos deparamos com o problema e aceitamos a incerteza, ou seja, a hipótese. No pensamento reflexivo, estão ocultos a avaliação de crenças, as hipóteses e os princípios, contrapondo-se aos dados e interpretação destes. (DORIGON; ROMANOWSKI, 2008, p. 13)

O documento aponta para o desenvolvimento de projetos que atendam as necessidades dos usuários, e levem em consideração as questões estéticas e socioeconômicas, porém não define que o designer formado seja responsável por equacionar a viabilidade dos projetos em função destes quesitos. Embora não haja um conceito hermético acerca do que é design pode-se afirmar que a tônica do desenvolvimento de projeto é o da interdisciplinaridade, o que pressupõe uma adaptabilidade por parte do egresso aos mais variados ambientes e conjuntos de conhecimentos necessários de se lidar com cada projeto específico. Assim, o pensamento reflexivo auxilia no

desenvolvimento projetual, pois a “reflexão surge associada ao modo como se lida com os problemas da prática, à possibilidade da incerteza, estando aberta a novas hipóteses, dando forma a esses problemas e descobrindo novos caminhos, chegando então às soluções” (DORIGON; ROMANOWSKI, 2008, p. 14).

O subtópico seguinte do parecer trata das competências e habilidades que devem ser trabalhadas durante o curso e que por consequência deve compor o conjunto de conhecimentos que o aluno deve dominar para o completo exercício da profissão. Segundo o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais:

Competências são as modalidades estruturais da inteligência, ou melhor, ações e operações que utilizamos para estabelecer relações com e entre objetos, situações, fenômenos e pessoas que desejamos conhecer. As *habilidades* decorrem das competências adquiridas e referem-se ao plano imediato do “saber fazer”. Por meio das ações e operações, as habilidades aperfeiçoam-se e articulam-se, possibilitando nova reorganização das competências (BRASIL, 2002, p.11).

Então, competências são conhecimentos, um conjunto de informações que instrumentalizam o alunos para agir. Por meio delas é possível estruturar o conhecimento estudado estabelecendo relações entre áreas do saber e seu respectivos usos. Já as habilidades estão presentes na ação do fazer, elas podem ser treinadas, melhoradas e somadas para serem aplicadas. Ambas se relacionam e capacitam o aluno para a atuação. Segue o trecho do parecer CNE/CES 0195/2003 que aponta as competências e habilidades que o designer formado deve possuir, comentado a cada tópico:

- **Competências e Habilidades**

O graduado em Design deve revelar pelo menos as seguintes competências e habilidades:

I - capacidade criativa para propor soluções inovadoras, utilizando do domínio de técnicas e de processo de criação;

Criatividade e inovação. Segundo o parecer, designers devem ser criativos em seus projetos e como consequência devem gerar inovação. Pressupõe-se que o domínio de um pensar próprio do design, composto de técnicas e métodos de abordagem específicos auxiliem no desenvolvimento de projetos. O uso da criatividade deve contribuir na busca de novas alternativas, como objetivo, e deve permitir ao designer alcançar lacunas inexploradas como resposta às questões projetuais.

Franzato (2011) analisa o uso do design como fonte geradora de inovação na área da administração de empresas, um ambiente onde a metodologia do “design, an-

tes interpretado como uma tarefa no âmbito do desenvolvimento de novos produtos, pode disseminar o seu “pensar projetual” (*design thinking*), capilarmente na organização e, especialmente, na sua administração, propondo o projeto como um novo paradigma de inovação (BROWN *apud* FRANZATO, 2011). Franzato afirma que:

O intuito dos processos de inovação dirigida pelo design é geralmente a definição de novos cenários de atuação competitiva para empresas e outras organizações. Tais processos visam ao encontro de um ponto de vista inédito, alternativo ou futuro, sobre os contextos de atuação competitiva das empresas, e à geração de visões capazes de mostrar as possibilidades que se abririam se esse ponto de vista fosse aplicado. O objetivo final é identificar uma trajetória de inovação praticável, que permita o desenvolvimento coerente da organização (FRANZATO, 2011, p.51).

Para existir inovação é necessário o uso de um potencial criativo, que segundo Ostrower, deve possuir um propósito, pois, “somente ante ao ato intencional, isto é, ante a ação de um ser consciente, faz sentido falar-se de *criação*. Sem a consciência, prescinde-se tanto do imaginativo na ação, quanto do fato da ação criativa alterar os comportamentos do próprio ser que agiu” (OSTROWER, 1987, p. 11). Para Munari a criatividade deve ser usada como ferramenta ao projetista, “criatividade não significa improvisação sem método dessa maneira apenas se faz confusão e se cria nos jovens a ilusão de se sentirem artistas livres e independentes. A série de operações do método projectual é feita de valores objetivos que se tornam instrumentos de trabalho nas mãos do projetista criativo” (MUNARI, 1981, p. 21).

O uso da criatividade capacita o designer a criar alternativas e pensar por entre elas gerando hipóteses. Assim,

as associações nos levam para o mundo da fantasia (não necessariamente a ser identificado com devaneios ou com o fantástico). Geram nosso mundo de imaginação. Geram um mundo experimental, de um pensar e agir em hipóteses -- do que seria possível, se nem sempre provável. O que dá amplitude à imaginação é essa nossa capacidade de perfazer uma série de atuações, associar objetos e eventos, poder manipulá-los, tudo mentalmente, sem precisar de sua presença física (OSTROWER, 1987, p. 20).

A geração de hipóteses, como fase projetual e parte do pensamento do design é alimentada pela capacidade criativa do projetista e quando direcionada pelos objetivos a serem alcançados habilita o designer para criar inovação.

II - capacidade para o domínio de linguagem própria expressando conceitos e soluções, em seus projetos, de acordo com as diversas técnicas de expressão e reprodução visual;

Linguagem. O tópico II indica que designers devem ser capazes de construir linguagem e comunicar em seus projetos. O processo de conceituação e proposição de soluções que o projeto em design desenvolve pressupõe a criação de conexões entre os objetos criados, sejam eles objetos de uso ou sistemas de informação, e seus usuários/consumidores. Para chegar a uma solução “a imaginação necessita identificar-se com a materialidade” (OSTROWER, 1987, p. 39). Assim o designer “criará em afinidade e empatia com ela, na linguagem específica de cada fazer” (OSTROWER, 1987, p. 39).

“A matéria objetivando a linguagem, é uma condição indispensável para podermos avaliar as ordenações e compreender o seu sentido” (OSTROWER, 1987, p. 37). Segundo Nojima, essa é uma manifestação semiótica que “confere à construção dos significados e, conseqüentemente, à apreensão dos efeitos que esses possam produzir, a comunicabilidade exigida e desejada” (BRAIDA e NOJIMA, 2014). Assim, o design constitui “a capacidade dos objetos em transmitir, de forma ativa, informações sobre si ao mercado” (BÜRDEK, 2006) e “promove a sensação de bem-estar, identificando o usuário com o produto, durante o processo de uso” (LÖBACH, 2007, p.64).

Como o conceito “linguagem do produto” nos anos 80, confirmou-se que o design se encarrega principalmente das relações homem-objeto, quer dizer, as ligações entre o usuário e o objeto (produtos e sistemas de produtos, veículos, projetos de interiores, design público, produtos técnicos etc.) estão no meio dos interesses do conhecimento. (BÜRDEK, 2006, p 293).

Para Braida e Nojima (2014), design também é linguagem. “No design, os processos de significação estão envolvidos em uma relação mediadora com a construção da linguagem dos produtos projetados. O sucesso da ação do designer está diretamente vinculado à materialização de suas ideias em produtos, que, pelas possibilidades de uso, geram significação” (BRAIDA e NOJIMA, 2014).

Segundo Braida e Nojima (2014), o Design se constitui da integração entre forma, significado e função, a Tríades do Design. É da hibridização destes três aspectos e no cumprimento das funções estética, simbólica e prática que o design atende às demandas humanas. A função estética está diretamente ligada à forma, aos aspectos aparentes do objeto, é a função mais imediata e se manifesta a partir da percepção, dos sentidos. A função simbólica é constituída a partir da percepção do objeto e da sua significação, a partir da associação com ideias

preexistentes. A função prática diz respeito às necessidades de uso, à função do objeto.

Designers desenvolvem seus projetos criando linguagem que “é objetivada como ordenação essencial de uma materialidade. Essa objetivação da linguagem pela matéria constitui um referencial básico para a comunicação; é uma referência, antes de tudo, para os critérios de realização, os critérios de valor” (OSTROWER, 1987, p. 37).

III - capacidade de interagir com especialistas de outras áreas, de modo a utilizar conhecimentos diversos e atuar em equipes interdisciplinares na elaboração e execução de pesquisas e projetos;

Interdisciplinaridade. O tópico III aponta que designers devem trabalhar de forma interdisciplinar e serem capazes de desenvolver projetos em equipes interdisciplinares. Para Villas-Boas, pode-se entender o Design como uma atividade que reúne em seu escopo elementos de campos diversos, pois, “embora pertença a uma área de conhecimento específica e em processo de autonomização enquanto campo intelectual, o design gráfico é essencialmente interdisciplinar, tendo estreita interface principalmente com a comunicação social, as artes plásticas e a arquitetura” (VILLAS-BOAS, 2007, P. 48).

O termo interdisciplinaridade não possui uma definição consensual e a dificuldade de “conceituação de interdisciplinaridade diz respeito à amplitude que se queira dar à definição de disciplina” (COUTO, 1997). Segundo Couto (1997), trata-se de um termo novo e que pode ser entendido à luz de vários autores.

Piaget conceitua interdisciplinaridade em contraponto às definições de multidisciplinaridade e transdisciplinaridade. Para ele, a interdisciplinaridade, ocorre quando há reciprocidade nos intercâmbios, capaz de gerar enriquecimento mútuo. A multidisciplinaridade pressupõe, para Piaget a solução de um problema através de diferentes disciplinas, havendo, contudo, empréstimo, sem enriquecimento mútuo. Este nível de relação pode se constituir no ponto de partida para a interdisciplinaridade. A transdisciplinaridade, por sua vez, se efetua como integração total entre disciplinas, com eliminação de fronteiras estáveis.

Para Bomfim, “o design, através de sua práxis, seria o elo conciliador ou interventor entre especialistas de diversas áreas. A interdisciplinaridade, como condição inerente e essencial à prática do design, dispensaria a constituição de uma outra teoria, que, de resto, seria inviável, pois seu campo de conhecimentos não conheceria fronteiras” (BOMFIM, 1997, p. 30). Bomfim argumenta que a dificuldade de

constituição de um corpo teórico para o design se dá “pela natureza interdisciplinar do design, os métodos que ele emprega são de origem diferenciada, dependendo do corpo teórico a que se relaciona” (BOMFIM, 1997, p. 33). Com isso, o grupo de conhecimentos utilizados pelo designer para o desenvolvimento de seus projetos se configurariam e se reconfigurariam a cada novo projeto utilizando-se de outras áreas do conhecimento para fornecer as informações específicas necessárias para cada trabalho. Para Bomfim,

mais importante do que o conteúdo das ciências que intervêm no processo de configuração de objetos é o conhecimento das linguagens utilizadas por elas e por outras formas do saber que não pertencem à categoria científica. Assim, o design abre mão de tentar construir um corpo teórico próprio, em troca dos conhecimentos de disciplinas diversas, combinando-as de modo particular em cada situação específica (BOMFIM, 1997, p. 30).

IV - visão sistêmica de projeto, manifestando capacidade de conceituá-lo a partir da combinação adequada de diversos componentes materiais e imateriais, processos de fabricação, aspectos econômicos, psicológicos e sociológicos do produto;

V - domínio das diferentes etapas do desenvolvimento de um projeto, a saber: definição de objetivos, técnicas de coleta e de tratamento de dados, geração e avaliação de alternativas, configuração de solução e comunicação de resultados;

Projeto. Os tópicos IV e V indicam que designers devem ser capazes de desenvolver projetos através de metodologia própria, a fim de criação de conceito e adequação às questões técnicas de produção e uso. Por metodologia, entende-se o estudo do conjunto de métodos e técnicas que podem ser aplicados para a solução de um problema. Para a escolha de um método específico a ser aplicado deve-se levar em consideração os objetivos a serem alcançados, pois existem vários métodos, pode-se citar os documentados pelos seguintes autores Munari, Fayga, Lobach, Argan e Brown (IDEO). O próprio parecer aponta uma possibilidade de método: 1- definição de objetivos, 2 - técnicas de coleta e de tratamento de dados, 3 - geração e avaliação de alternativas, 4 - configuração de solução e comunicação de resultados.

O método projectual para o designer não é nada de absoluto nem definitivo, é algo que se pode modificar-se se encontrarem outros valores objetivos que melhorem o processo. E isto liga-se à criatividade do projectista que, ao aplicar o método, pode descobrir algo para o melhorar. Portanto, as regras do método não bloqueiam a personalidade do projetista mas pelo contrário, estimulam-no a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros. (MUNARI, 1981, p. 21-22).

“O método projectual não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas por ordem lógica, ditada pela experiência. O seu objectivo é o de se atin-

gir o melhor resultado com o menor esforço” (MUNARI, 1981, p. 20). Não se deve reduzir o método projetual com um modelo ou receita a ser seguida, o método deve ser adaptado a cada projeto podendo ser melhorado.

Como exemplo pode-se analisar o método apresentado por Argan (1992), e que diz que o projeto é composto por estágios ou camadas. O primeiro é o **conhecimento histórico**. Somente a partir do levantamento do que já foi realizado sobre o tema pode-se pensar sobre o novo. Deve-se observar e coletar dados que serão posteriormente analisados de tudo que existe sobre o objeto que se esteja projetando. O segundo estágio é a **análise**. É necessária a análise do conhecimento histórico com o objetivo de acumular toda a experiência já existente. Nesse momento observam-se no universo pesquisado as características comuns, estruturas, semelhanças e variações para se estabelecer sob que realidade se quer criar. A seguir, passa-se à **crítica** do existente. A crítica tem o objetivo de categorizar, classificar, criando tipologias. Esse momento também é crítico ao estabelecer as lacunas existentes sobre o tema e apontar, assim, espaços possíveis para inovação. O estágio seguinte é o da **imaginação**. Passa-se à geração de hipóteses. Neste momento busca-se preencher as lacunas encontradas com possibilidades realizáveis para o projeto. Durante a geração de hipóteses, muitas ideias se formam, nem todas com possibilidade real de aplicação, deve-se compará-las com o objetivo de se eleger a hipótese mais realizável, a que deverá passar à fase de **execução**. “Eis que se desenha completamente este ato, essa trajetória do projeto, que é a mesma da memória à imaginação. Da memória à imaginação quer dizer: daquilo que nos lembramos àquilo que prevemos e desejamos” (ARGAN, 1992, p. 159).

Assim, método e metodologia de projeto devem guiar o designer na sua rotina de trabalhos pois, “não se deve projectar sem um método, pensar de forma artística procurando logo a solução, sem se ter feito uma pesquisa para se documentar acerca do que já foi feito de semelhante ao que se quer projectar, sem saber que materiais utilizar para a construção, sem ter precisado bem a sua exata função (MUNARI, 1981, p. 20-21).

VI - conhecimento do setor produtivo de sua especialização, revelando sólida visão setorial, relacionado ao mercado, materiais, processos produtivos e tecnologias abrangendo mobiliário, confecção, calçados, joias, cerâmicas, embalagens, artefatos de qualquer natureza, traços culturais da sociedade, softwares e outras manifestações regionais;

VII - domínio de gerência de produção, incluindo qualidade, produtividade, arranjo físico de fábrica, estoques, custos e investimentos, além da administração de recursos humanos para a produção;

Gestão. O aluno egresso da graduação em design deve ter uma visão global do setor em que atua, deve conhecer os aspectos tecnológicos ligados à produção e, também, os aspectos macroeconômicos aos quais deve atenção. Do designer formado espera-se que seja capaz de articular questões das duas ordens, e assim, viabilizar seus projetos e produtos. “Todo produto, para ter êxito, deve incorporar as ideias que o tornarão comercializável, e a tarefa específica do design é provocar a conjunção entre essas ideias e os meios disponíveis de produção (FORTY, 2007, p. 16).

Sendo um profissional que atua na criação da forma, sua significação e seu uso, o designer deve dominar a linguagem, os meios de produção e conhecer amplamente os usuários e consumidores de seus produtos para poder desenvolver projetos que atendam suas reais necessidades.

VIII - visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos sócio-econômicos e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade.

Reflexão/Crítica. O tópico VIII afirma que os alunos formandos devem possuir um pensamento crítico sobre os objetos que projetam, devem pensá-los em perspectiva, buscando visualizar os impactos que podem ocorrer a partir de sua criação. Devem possuir um hábito auto regulador de avaliar seu próprio trabalho e estar sempre em busca da otimização de sua metodologia. Reiterando o que afirma Dewey(1979), refletir é o pensar sobre a ação e o efeito, é refletir sobre o que fazemos e sobre as consequências do que fazemos, pois “o design é uma atividade mais significativa do que se costuma reconhecer, especialmente em sua aspectos econômicos e ideológicos” (FORTY, 2007, p. 11).

Sendo o Design uma atividade conectada com os processos industriais e tecnológicos contemporâneos ela tem papel fundamental na construção do futuro. O desenvolvimento de soluções para os problemas contemporâneos consequentemente afetam como lidar-se-á com as consequências das escolhas realizadas hoje. Para Barroso Neto, o papel do designer é de ‘equacionar’ essa questão, pois o Design é:

“uma atividade contemporânea que nasceu da necessidade de estabelecer uma relação entre diferentes saberes e diferentes especializações. Design é o equacionamento simultâneo de fatores sociais, antropológicos, ecológicos, ergonômicos, tecnológicos e econômicos, na concepção de elementos e sistemas materiais necessários à vida, ao bem-estar e à cultura do homem (BARROSO NETO, 1981 *apud* NIEMEYER, 1998, p. 25)

Concluindo a análise do tópico apresenta-se um gráfico com as competências e habilidades que o designer deve possuir a partir da formação segundo o parecer:

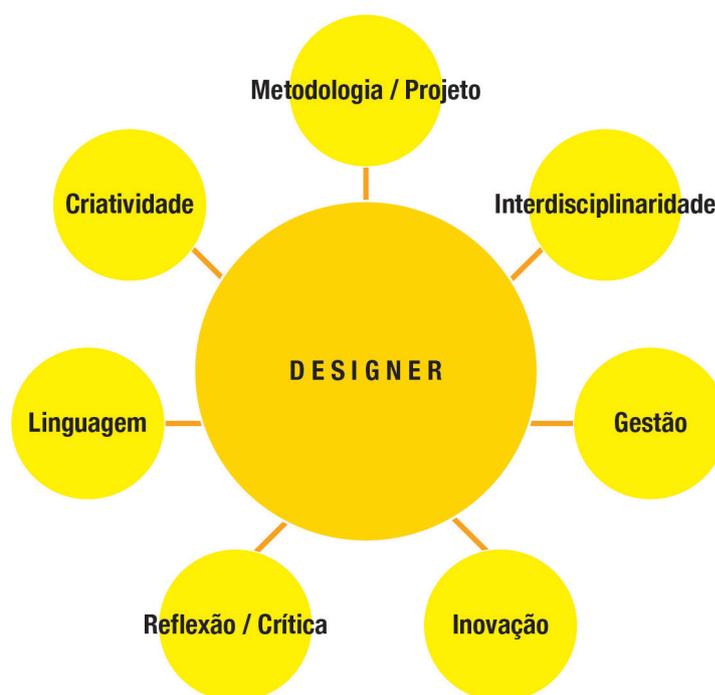


Figura 4 Competências e habilidades do designer com base no parecer CNE/CES 0195/2003 que traças as diretrizes curriculares para formação de cursos.

- **Conteúdos Curriculares**

O curso de graduação em Design deverá contemplar, em seus projetos pedagógicos e em sua organização curricular, conteúdos que atendam aos seguintes eixos interligados de formação:

I – conteúdos básicos: estudo da história e das teorias do design em seus contextos sociológicos, antropológicos, psicológicos e artísticos, abrangendo métodos e técnicas de projetos, meios de representação, comunicação e informação, estudos das relações usuário/objeto/meio ambiente, estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado;

II – conteúdos específicos: estudos que envolvam produções artísticas, produção industrial, comunicação visual, interface, modas, vestuários, interiores, paisagismos, design e outras produções artísticas que revelem adequada utilização de espaços e correspondam a níveis de satisfação pessoal;

III – conteúdos teórico-práticos: domínios que integram a abordagem teórica e a prática profissional, além de peculiares desempenhos no estágio curricular supervisionado, inclusive com e a execução de atividades complementares específicas, compatíveis com o perfil desejado do formando.

O parecer CNE/CES 0195/2003 aponta um conjunto de conteúdos que devem ser trabalhados nas estruturas curriculares dos cursos de graduação. Os conteúdos são divididos em: básicos, que tratam de fundamentos da profissão entre históricos,

métodos e técnicas; específicos, que se dedicam aos aspectos da produção artística e da comunicação; e teórico-práticos, que falam da vivência profissional.

O grupo de conteúdos visam estabelecer uma base de referência para criação de cursos e estabelecer um volume mínimo para as estruturas curriculares em Design.

4.2 O designer de livros

Como visto no item anterior, designers tem um conjunto de conhecimentos que o capacitam para diferentes atuações no mercado profissional e apontam para diversas possibilidades de especialização. Uma delas é o design gráfico, onde o profissional de design desenvolve sistemas de informação visual e de comunicação.

“Design gráfico é uma atividade intelectual, técnica e criativa concernente não somente à produção de imagens, mas à análise, organização e métodos de apresentação de soluções visuais para problemas de comunicação. Informação e comunicação são bases de um modo de vida global interdependente, seja na esfera dos negócios, cultural ou social. Ao designer gráfico cabe a tarefa de fornecer respostas aos problemas de comunicação de todo tipo em todos os setores da sociedade” (ICOGRADA)¹⁷.

Para Escorel, “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” (ESCOREL, 1999, p. 39). O designer gráfico atua especificamente na criação da linguagem e no planejamento para construção de objetos de produção gráfica. Como uma especialização do design, o design gráfico utiliza-se do conjunto de conhecimentos da área para atuar no desenvolvimento de projetos e segundo Escorel (1999) tem deveres específicos:

Sendo assim, cabe aos designers gráficos a responsabilidade de conciliar os interesses nem sempre convergentes representados, de um lado, pela encomenda, de outro, pelo uso. Cabe aos designers, sempre no âmbito do projeto, tentar administrar os excessos causados por uma dinâmica cujo objetivo é transformar tudo em mercadoria. Cabe aos designers, o compromisso de restaurar permanentemente as tradições culturais de seu país, resistindo à homogeneização característica da economia globalizada com as armas que sua técnica profissional e sua intuição lhe oferecem de transformar, através do projeto, o particular em universal (ESCOREL, 1999, p. 39).

Dentro das diversas possibilidades de atuação do designer gráfico está o setor editorial, a produção de livros, jornais e revistas. O designer editorial, então, é o

¹⁷ Site Icoagrada. Disponível em <<http://www.ico-d.org/connect/features/post/303.php>>. Acesso em: 10/12/2015.

profissional que atua nesse setor desenvolvendo projetos gráficos inserido em uma equipe multidisciplinar e normalmente dirigida por um editor. O presente tópico destina-se à análise, nesse contexto, do papel do designer de livros, o responsável por criar a forma do livro, sempre tendo em vista que à ela deve incorporar, segundo Forty (2007), os aspectos que o farão comercializável e o planejamento necessário para que seja produzido.

Segundo Haslan (2010), “o designer é responsável pelo projeto da natureza física do livro, seu visual e sua forma de apresentação, além de cuidar do posicionamento de todos os elementos na página. Em conjunto com o editor, o designer seleciona o formato do livro e decide como será o seu acabamento” (HASLAN, 2010, p. 16). O trabalho desempenhado pelo designer limita-se, na cadeia produtiva do livro, ao desenvolvimento do projeto gráfico, uma parcela específica e objetiva do processo, que une os aspectos formais, sua adequação aos quesitos técnicos necessários para a reprodução e os aspectos subjetivos capazes de construir identidade e comunicar.

Os designers planejam grades, selecionam a tipografia e o estilo do layout da página. Eles também trabalham com os pesquisadores de fotos, ilustradores e fotógrafos fazendo a direção de arte e preparando imagens. O designer recebe um *briefing* do editor e encaminha a arte-final, geralmente em formato digital, para um gerente de produção ou diretamente para uma gráfica. O designer e o editor trabalham juntos na supervisão do processo de prova. Nos dias atuais, muitos livros de não *ficção* têm orientação visual, sendo frequentemente os designers os idealizadores de livros ou de coleções para as editoras (HASLAN, 2010, p. 16).

Segundo Haslan, “há uma tendência de contratação de serviços externos para a produção editorial de determinados projetos por parte de algumas editoras” (HASLAN, 2010, p. 14). Assim, designers podem exercer sua atividade como funcionários dentro das editoras ou através de prestação de serviços, atuando sob contrato individual para cada projeto desenvolvido. “Os escritórios de produção editorial atuam nesse segmento de prestação de serviços, assumindo, sob remuneração das editoras contratantes, determinados projetos editoriais. A participação de designers na direção desses escritórios é usual (HASLAN, 2010, p. 14).

4.3 Projeto gráfico x projeto editorial

A cadeia de produção do livro é composta por profissionais de diferentes áreas e com conhecimento de diversas naturezas, cada qual exerce um papel espe-

cífico dentro do processo de construção do livro. De acordo com Haslan, “o livro impresso é um produto resultante de um processo colaborativo” (HASLAN, 2010, p. 13). Cabe a esse tópico delimitar as responsabilidades do designer e do editor nesse processo.

Como foi detalhado no tópico anterior, ao designer cabe o *projeto gráfico*, ele tem a função de dar forma ao livro, de estabelecer graficamente ligações entre o conteúdo do texto e sua forma, e conseqüentemente causar a conexão com os seus leitores. Também é da responsabilidade do designer o planejamento da produção gráfica dos livros, a fim de adequar o projeto às necessidades técnicas e viabilizar a reprodução das obras. Esse momento na cadeia produtiva do livro é bem específico e compreende um fase limitada de todo o processo.

Ao editor cabe a função desenvolver o *Projeto editorial*, que está ligado ao planejamento ou gerenciamento da edição de publicações, é o processo de transformar as ideias de um autor em um produto editorial a ser inserido no mercado.

Dentro das responsabilidades do editor estão as atividades de marketing e elaboração do catálogo geral das publicações onde serão apresentadas a linha editorial ou linhas editoriais. Em algumas situações o editor prepara um catálogo para cada uma delas. A elaboração cuidadosa de um catálogo geral ou segmentado é fundamental para a formação da imagem do editor junto aos distribuidores, às livrarias, à mídia em geral e em especial aos leitores (HASLAN, 2010, p. 14).

É da competência do editor planejar a produção de uma publicação levando-se em consideração o leitor, a linha editorial da editora, a formação de catálogo que sustente a linha editorial e o mercado consumidor. O objetivo do editor é equacionar essas variáveis a fim de obter sucesso na edição de uma publicação. Deve-se diferenciar, então, o *Projeto editorial* do *Projeto gráfico editorial*. Este último da competência do designer tem como objetivo planejar a transformação das propostas ou decisões contidas do projeto editorial em um objeto: o livro.

O organograma a seguir apresenta um exemplo de Projeto editorial praticado no mercado brasileiro. Ele demonstra as fases do projeto e os diferentes profissionais envolvidos na construção do livro do momento que o texto sai das mão do autor até a chegada do livro ao ponto de venda, a livraria.

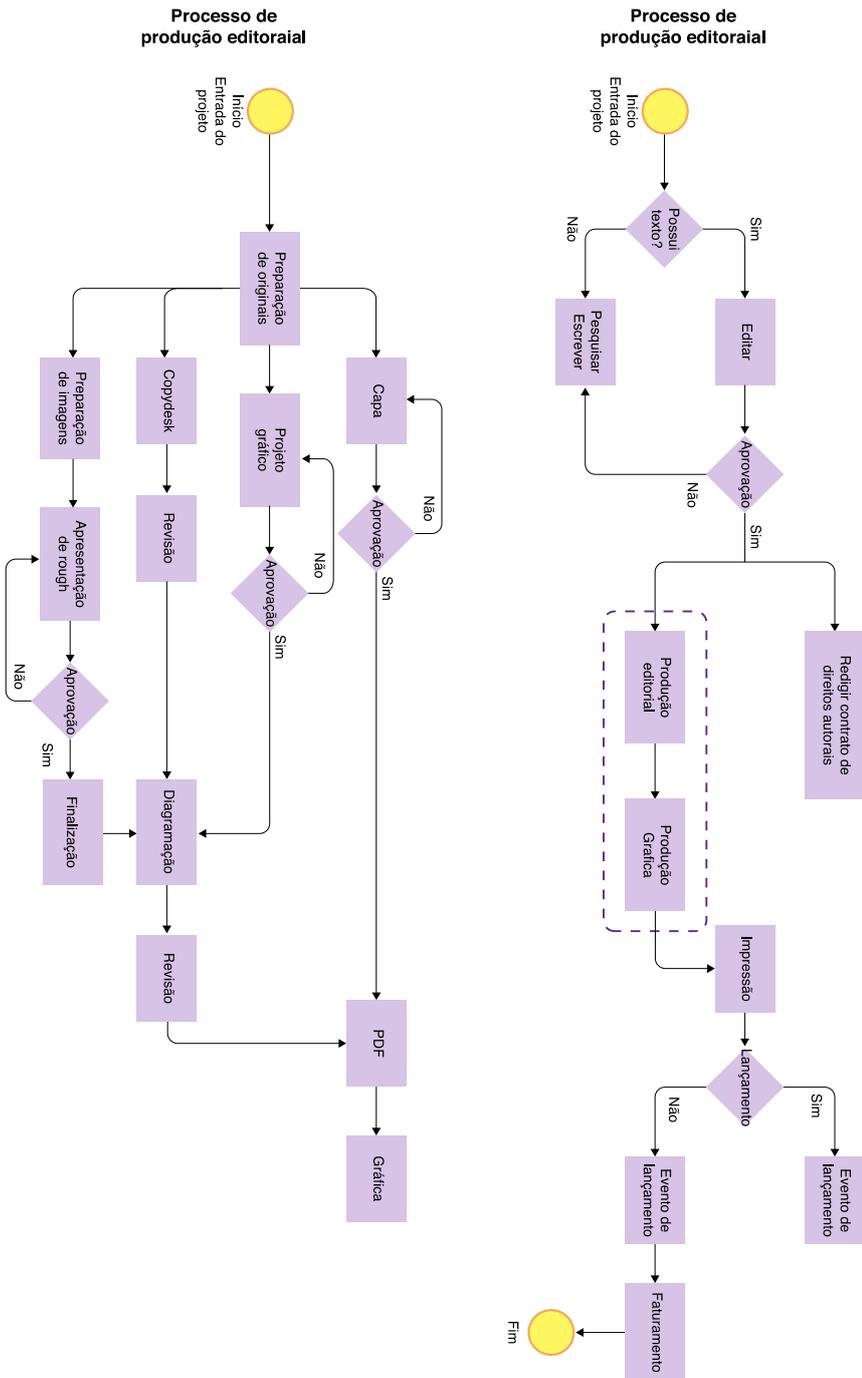


Figura 5 Organograma de um projeto editorial.

O processo se inicia com a escolha do texto, por parte do editor. “O autor tem uma ideia e prepara um texto na expectativa de que ele seja aceito por um editor para ao final materializar-se em forma de livro” (HASLAN, 2010, p. 22). O editor é responsável por planejar a construção da obra e seu trabalho “trata-se de uma profissão de natureza intelectual e comercial que visa buscar textos, encontrar autores, ligá-los ao editor, controlar o processo que vai da impressão da obra até a sua distribui-

ção” (CHARTIER, 1998, p. 50). Apoiando o trabalho do editor encontram-se outros profissionais ligados ao texto, responsáveis por cuidar da normatização linguística do texto e de prepará-lo estilisticamente para o público-alvo a que se destina. Em paralelo ao trabalho no texto, um outro grupo de profissionais, são responsáveis por outras atividades relevantes para a viabilidade do projeto, como *marketing* - para a consolidação do livro como produto para a venda, jurídico – responsáveis por assuntos relativos aos contratos de direitos autorais e de pós-produção – profissionais que acompanham o processo de impressão e acabamento das obras.

O editor deve estar atento a todo o processo, gerenciar cada etapa e definir os caminhos a serem tomados por toda a equipe. A função do editor vem se tornando muito mais do que a de um curador de conteúdo para a formação de catálogos editoriais, pois “ele deve ter ideias e procurar autores que possam executá-las, ajudar autores a desenvolver projetos ainda incipientes e ver potencial onde poucos enxergam. E, isto exige uma mistura de qualidades que incluem criatividade intelectual e conhecimentos de *marketing*” (THOMPSON, 2010, p. 19). Dessa forma, os editores precisam estar atentos aos aspectos sociais, ao público e aos movimentos inspiradores que geram os projetos.

O detalhamento do processo de produção editorial demonstra que profissionais de várias áreas são necessários para a construção de um livro e comprova o carácter colaborativo descrito por Haslam (2010). Porém, o relacionamento entre esses profissionais, tende a se organizar de forma disciplinar, cada um desempenha a sua função e impõe ao outro o seu ponto de vista, de acordo com a hierarquia que é imposta pelo próprio processo. Percebe-se que o designer ao exercer seu papel nesta cadeia sofre, pois a natureza multidisciplinar da sua função exige a troca de informações entre os outros profissionais o que nem sempre acontece. Segundo Escorel (1974), esta limitação ao papel do designer está ligada à estrutura empresarial imposta pelo mercado editorial:

Essa onisciência empresarial tem a dupla função de diminuir a participação do capista no livro, inibindo-o, obrigando-o a atentar mais para os maneirismos de gosto do editor do que para suas inclinações criadoras pessoais, e de impor ao comprador estruturas formais que autoritariamente se pretendem respostas às suas necessidades estéticas (ESCOREL, 1974, p.64).

Esta simplificação do papel do designer ocorre seja pela incompreensão das capacidades existentes no Design, seja pelos modelos já estabelecidos de produção

editorial que cerceiam a atuação do designer. Fatores estes que contribuem para que se deixe de lado, durante a produção de livros, todas dimensões que o Design possui e todo o potencial que o designer é capaz de desempenhar no desenvolvimento de projetos editoriais.

Quadro 1 Comparativo entre as capacidades e habilidades do editor e do designer.

	O EDITOR	O DESIGNER
Criatividade/ Inovação	de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica	de criatividade para propor soluções inovadoras, utilizando do domínio de técnicas e de processo de criação
Visão contextual	de visão contextual das mídias	de visão sistêmica de projeto, manifestando capacidade de conceituá-lo a partir da combinação adequada de diversos componentes materiais e imateriais, processos de fabricação, aspectos econômicos, psicológicos e sociológicos do produto
Adaptabilidade	da necessidade de adaptação	
Reflexão/Crítica	em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais	de visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos sócio-econômicos e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade
Gestão	de gestão e produção de processos editoriais, de multiplicação, reprodução e difusão, que envolvam obras literárias, científicas, instrumentais e culturais	de gerência de produção, incluindo qualidade, produtividade, arranjo físico de fábrica, estoques, custos e investimentos, além da administração de recursos humanos para a produção
Produção editorial	do domínio dos processos editoriais planejamento de produto, seleção e edição de textos, imagens e sons, redação e preparação de originais, produção gráfica e diagramação de impressos	
Linguagem	em dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação; experimentar e inovar no uso destas linguagens	do domínio de linguagem própria expressando conceitos e soluções, em seus projetos, de acordo com as diversas técnicas de expressão e reprodução visual

Quadro 1 Comparativo entre as capacidades e habilidades do editor e do designer.

	O EDITOR	O DESIGNER
Interdiscipli- naridade		de interagir com especialistas de outras áreas, de modo a utilizar conhecimentos diversos e atuar em equipes interdisciplinares na elaboração e execução de pesquisas e projetos
Língua Portuguesa	de uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados	
Multimídia	de linguagem de multimídia, como o conhecimento de processos de produção de registros sonoros, videográficos e digitais	
Publicidade	de veiculação e tratamento publicitário de produtos editorial	
Especialização		de conhecimento do setor produtivo de sua especialização, revelando sólida visão setorial, relacionado ao mercado, materiais, processos produtivos e tecnologias abrangendo mobiliário, confecção, calçados, joias, cerâmicas, embalagens, artefatos de qualquer natureza, traços culturais da sociedade, softwares e outras manifestações regionais
Metodologia/ projeto	de desenvolver ações de planejamento, organização e sistematização dos processos editoriais	de domínio das diferentes etapas do desenvolvimento de um projeto, a saber: definição de objetivos, técnicas de coleta e de tratamento de dados, geração e avaliação de alternativas, configuração de solução e comunicação de resultados

O Quadro 1 apresenta um comparativo entre as capacidades e habilidades do editor e do designer e demonstra que existem pontos de convergência entre as duas áreas. Fatores como criatividade, visão contextual, crítica, gestão, criação de linguagem e uso de metodologia própria estão presentes em ambos os perfis. Apon- tam para as semelhanças entre as duas formações e paras as potencialidades de um maior diálogo entre os campos.