

5

CONCLUSÃO

“O conhecimento do mundo social deve levar em consideração um conhecimento prático desse mundo que lhe preexiste e que deve ser incluído em seu objeto, apesar de que, em um primeiro momento, ele deva se constituir contra as representações práticas e interesseiras que esse conhecimento prático oferece.”¹

No percurso da investigação “Arte e design, fronteiras evanescentes?” objetivamos contribuir com a definição teórica do design, mais especificamente do design gráfico, campo atualmente minado por definições adversas. A exemplo do que já pronunciava Nuno Ramos², referindo-se à arte (‘arte é tudo e arte é nada’), defrontamo-nos com definições generalistas ou indeterminadas que não definem a real natureza do design, nem tampouco contribuem na definição científica das práticas do campo. Mediante significações arbitrárias, pesquisas e publicações, que busquem tal definição, são necessárias. Ocorre que boa parte das reflexões teóricas, que arrazoam acerca das práticas dos designers, têm se pautado em postulados da semiologia. Esta especialidade (fundada nos pré-supostos estruturalistas), em boa parte do contexto acadêmico, vem ocupando lugar de destaque. Em suas abordagens, focaliza o objeto estudado por meio de análise interna. Ou seja, considera as produções do design em si, como signos isolados de seus contextos, avaliando seus atributos físicos, e desconsidera, em suas pesquisas, o fato de que uma produção, seja de arte ou no design, não ocorre desvinculada do mundo real, ou seja, da realidade histórica, social, cultural, e que, em decorrência, é afetada por ele.

Num questionamento a essas abordagens formalistas, intencionamos um entendimento teórico, do design gráfico, em termos estéticos (em sua forma ou configuração) e, principalmente, extra-estéticos (como prática social). Estético porque não desconsideramos os aspectos formais e suas articulações, inculcadas na produção, interpretação e veiculação dos artefatos das artes visuais e do design. Entendemos que existem formas e que estas se constituem e instituem, socialmente, em simbologias aceitas e reconhecidas em determinadas sociedades.

¹ BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.* 2008 p. 434

² *In.*: Bienal Brasil Século XX. Vídeo documentário produzido pela Fundação IOCHPE. São Paulo: 2001.

E, extra-estéticos, porque consideramos insuficientes os critérios de análise do objeto, aplicados às artes visuais e ao design gráfico que, restringindo-se às características estéticas, ignoram o entorno legitimador da arte e do design, enquanto campos simbólicos, no meio em se inserem. Assim, nossa intenção durante a investigação, não foi apenas entender o design em sua forma ou configuração, mas apreender o sistema simbólico (enquanto mundo social) que sustenta o campo do design, considerando os conhecimentos práticos que lhe preexistem e que devem ser incluídos em um estudo, quando pretendemos atribuir-lhe caráter científico. Do contrário, correremos o risco de investir em especulações rasas, pautadas em metáforas ou explicações transcendentais que, por sua vez, definem-se quase sempre em torno de um ‘culto romântico’ acerca do designer, enquanto ‘criador’, e de seus artefatos como ‘criações’, proliferando supostas ‘histórias do design’ que, pelo nosso prisma, configuram-se em histórias dos ‘nomes’ e não abrangem a relação existente entre design e sociedade.³

De acordo com nossos referentes bibliográficos, sendo Pierre Bourdieu principal apoio, aplicamos ao nosso estudo os princípios da abordagem social, fundada em uma perspectiva antropológica. Por este prisma, apresentamos o designer, enquanto produtor, e seus artefatos, como produtos, estando ambos inseridos em contextos específicos, situados geograficamente e datados historicamente. Ou seja, em dependência de fatores externos, integrantes das estruturas constitutivas de seu sistema simbólico. Nesses moldes, evidenciamos que as práticas dos designers só podem ser compreendidas quando analisadas em contextos específicos. Por essa perspectiva, entendemos que as formas de produção e interpretação da categoria assumem sentidos variados, dependendo de sua posição espacial, histórica, cultural, econômica, etc.

No intento de abordarmos o campo do design, contribuindo com sua definição epistemológica, tomamos por objeto de estudo uma seleção de artefatos literários, que procuram definir (num conjunto de noções práticas e conceituais) os princípios fundamentais que norteiam designers gráficos e artistas visuais em seu exercício, enquanto produtores de imagens. Pressupomos que os antigos

³ Entendemos, conforme pronunciava Forty, que a meta utópica da historiografia seria escrever uma história sem nomes. (CARDOSO, Rafael. *In.: Objetos do desejo* (apresentação). São Paulo: Cosac Naify, 2007)

escritos acerca da arte⁴ tenham influenciado a constituição teórica do campo do design.⁵ Nos termos dessa hipótese, entendemos que a partir de uma análise comparativa entre literatura, de suporte às práticas do design gráfico, recentemente produzida no Brasil, e literatura artística, composta pela tradição, seria possível contribuir com o estabelecimento de uma territorialidade para o campo do design. Em outros termos, por meio de nossa opção metodologia intencionamos verificar as fronteiras em que se estabelecem as bases teóricas do design gráfico. Ao propormos a verificação dos limites do campo do design, por intermédio da interseção de textos definidores de suas práticas, com textos da tradição artística, indagamos acerca da gênese social desses dois campos, ou seja, as relações sociais em meio às quais esses dois campos são certificados socialmente. A intenção em definirmos uma territorialidade para o campo do design - questão com aparência positivista, mas que na verdade é oposta à ingênua ideia positivista acerca da ciência, que é a de estudar a fundo um objeto preciso bem circunscrito – configura-se em uma opção pelo estudo do conjunto dos elementos pertinentes do objeto construído.

Em torno dessas diretrizes, organizamos nossa investigação ao longo de quatro capítulos, sendo: 1. Introdução; 2. Arte e design: do intertextual à relação social recíproca; Abordagem antropológica dos campos da arte e do design; 4. A literatura artística na definição do campo do design.

O **primeiro capítulo** apresentou uma introdução à tese e relatou, de forma sucinta, o seu percurso.

Na intenção de esclarecer a diferença entre o pretendido cruzamento de textos e a denominada “intertextualidade” - cunhada por Julia Kristeva e alçada na disciplina da semiótica - o **segundo capítulo** desdobrou-se em quatro subtítulos. No primeiro, “Intertextualidade: uma abordagem estruturalista” apresentamos, e questionamos, os pressupostos do estruturalismo, vertente teórica na qual se originou o termo “intertextualidade”. Esclarecemos que o estruturalismo focaliza a questão abstrata e imaterial dos artefatos de arte e design entendendo-os como signos ou “formas” com certa autonomia. Apresentamos o entendimento de que essa concepção analisa ‘como as formas se relacionam com outras formas’,

⁴ Excluímos os textos representativos da arte contemporânea.

⁵ Essa pressuposição procedeu de nossa experiência enquanto professores da disciplina de História da Arte e em decorrência de estudos anteriormente desenvolvidos.

produzindo um sistema imanente, servindo indiscriminadamente para contextos históricos e geográficos variados. Destacamos que, para esta perspectiva de consideração (que entende as formas como signos que operam enquanto estruturas independentes do contexto social), o que é legítimo para um gênero é válido para outro. Neste entendimento, a semiótica propõe a análise entre diferentes gêneros, como no caso, “arte” e “design”, promovendo a denominada “intertextualidade”. Neste segundo capítulo ratificamos a intenção da pesquisa de tese: apresentar um contraponto a estas teorias que, de forma hegemônica, têm dominado os meios de comunicação em massa e especialmente o meio acadêmico e científico.

No segundo subtítulo, do segundo capítulo “Intertextualidade: homogeneidade nas abordagens” apresentamos variações da terminologia “intertextualidade” (“citacionismo”, “imagens de segunda geração”, “filiação estilística”, “apropriação”, “imagens antropofágicas”, “releitura”) que têm sido apresentadas em escritos organizados em torno das teorias de Julia Kristeva e Bakhtin, ou permeadas pelas ideias da estética pura (análise simbólica da forma). Evidenciamos que, em tais teorias, as imagens (da arte ou do design) são entendidas como ‘textos’ que podem ser ‘lidos’, mediante conhecimento dos códigos, signos linguísticos. Concluimos, pela análise dos exemplos apresentados, que tais teorias compõem-se em forma hegemônica no âmbito dos estudos da arte e, por extensão, das reflexões acerca da interseção entre arte e design. E, ainda, que estas abordagens focalizam o objeto de arte ou de design tentando explicá-lo pelo viés técnico ou estético, estabelecendo dinastias entre as formas, objetivando identificar estruturas ou sistemas de filiação. Entendemos que tais abordagens da arte e do design, bem como de suas imagens, são limitadas ao passo que se restringem a examinar o que está posto no que denominam “texto” - análise linguística interna da estrutura - esquivando-se de considerar as práticas dos agentes, envolvidos nas relações de poder, que se estabelecem no campo simbólico (considerando o contexto e a situação do emprego simbólico).

O terceiro subtítulo, do segundo capítulo, “Da estética pura à percepção extra-estética” ocupou-se em estabelecer o foco da pesquisa, ancorado na abordagem antropológica (considerando o texto como um artefato e sua construção como uma prática social) reforçando, assim, sua distinção em relação às abordagens formalistas (presentes na semiótica). Definiu a vertente teórica de

base, fundada na teoria social dos sistemas simbólicos de Pierre Bourdieu, evidenciando conceitos chave desta proposição.

O quarto subtítulo, do segundo capítulo, “Arte e design: do intertextual à relação social recíproca” propôs um exame da arte e do design como ‘práticas sociais’ e não como ‘sistemas de comunicação’ (como sugerem os lingüistas estruturalistas). Neste subtítulo, evidenciamos a noção de arte e design como “processos”, ultrapassando o entendimento metafísico, reforçado pela visão romântica, do artista e do designer como criadores. Questionamos a noção tradicional de ‘criatividade’ e apresentamos o entendimento de artista e designer como ‘produtores’ de ‘bens simbólicos’. Destacamos que a legitimação de determinados produtos, de arte ou design, é afetada por fatores extra-estéticos: a circulação (em que se envolvem críticos, *marchands*, comerciantes...) institucionaliza a noção de arte e design e a consagração de seus artefatos.

O terceiro capítulo apresentou o escopo reflexivo da investigação: uma abordagem social por meio de perspectiva antropológica. Confirmamos a intenção de analisar os campos do design e da arte considerando a forma específica de que se revestem as relações de força no interior destes campos. Embrenhando nesta abordagem, definimos a opção pela teoria social dos sistemas simbólicos, de Pierre Bourdieu. Declaramos que, para análise dos campos da arte e do design, seria aplicado o princípio da teoria do conhecimento antropológico, segundo o qual os sistemas simbólicos que um grupo produz e reproduz, no âmbito de um tipo determinado de relações sociais, adquirem seu verdadeiro sentido quando referidos às relações de força que os tornam possíveis e sociologicamente necessários.

Nesta intenção, o terceiro capítulo desdobrou-se em três subtítulos: abordagem social, sociologia da arte e abordagem social dos campos da arte e do design. O primeiro subtítulo apresentou a abordagem social e discorreu acerca da teoria de Bourdieu, aprofundando as reflexões já antevistas no capítulo anterior. Evidenciou que a abordagem social, respeitando seu objeto de estudo, considera, para além da “fisionomia” do artefato analisado, as condições sociais em meio às quais surgiram e foram desenvolvidos (consciência epistemológica acerca das variáveis externas à estrutura). Em outros termos, sancionou que a abordagem social analisa seu objeto como produto resultante de trabalho, situado histórica e socialmente.

O segundo subtítulo, do terceiro capítulo, esclareceu que a sociologia da arte é o estudo das práticas e das instituições da produção artística. Arrazoou que, pela abordagem social da arte, uma obra não é analisada somente por sua materialidade física, mas considera o universo simbólico, do contexto histórico, em que o artefato se encontra, não sendo possível isolá-lo em sua estética, assim como não se pode acreditar que o objeto de arte é separado de sua estética.

O terceiro subtítulo, do terceiro capítulo, identificou dois teóricos que têm se ocupado com estudos acerca da arte e do design pela perspectiva social: Pierre Bourdieu e Janet Wolff. Definiu que as incursões desses autores comporiam as bases para a análise dos textos representativos da arte e do design, proposto para o próximo capítulo.

Em suma, este terceiro capítulo formulou as bases teóricas para o quarto capítulo, no qual se define certa territorialidade para o design gráfico por intermédio de interseção entre os textos dos campos da arte (visual) e do design (gráfico).

O quarto capítulo foi o de maior relevância no percurso desta investigação, sendo que os anteriores apenas o prepararam teoricamente. Este capítulo estabeleceu, por meio de entrecorte das literaturas, relações e limites entre o design gráfico e as artes visuais, visando definir uma territorialidade ao campo do design. O ensejo foi o de auxiliar na definição da real natureza da atividade e visualizar a extensão de atuação da categoria profissional dos designers. Os textos reunidos, neste capítulo, para a interseção proposta, não referenciaram especificamente as práticas de artistas e designers, e sim a determinação de sua essência por meio de levantamento teórico de suas noções fundamentais.

Para o proposto apresentamos, procedendo do campo da arte, a seleção de textos de Jaqueline Lichtenstein (diretora geral e apresentadora) reunidos na Coleção ‘A Pintura’ (2007). Esses textos apontam conceitos fundamentais da arte, discutidos e analisados por artistas, filósofos e críticos, da Antiguidade a Modernidade. Conceitos que, segundo a percepção desta pesquisa, continuam sendo foco nos debates dos campos do design e da arte. A seleção e organização, para esta pesquisa de tese não objetivou uma linha histórica cronológica, mas centrou-se em textos que apresentam pressupostos considerados essenciais para a definição da arte enquanto imagem e que auxiliam na percepção das condições

extra-estéticas, ou seja, as variáveis históricas e sociais em meio às quais a arte é legitimada.

Do campo do design selecionamos textos, apresentados nos últimos quatro anos, em dois congressos de design: P&D e CIPED. Ainda, incluímos publicações recentes e que veiculam no contexto acadêmico. Embora consideremos limitadas algumas destas formulações teóricas, ditas científicas, que vem sendo apresentadas nestes congressos, e questionemos os critérios de suas seleções, entendemos que esses referentes teóricos são constituídos e constituintes da atual noção de design. Então, não os escolhemos por serem literaturas fundamentais, mas por entendermos que traduzem teoricamente os princípios norteadores das práticas da categoria.

Os princípios/noções selecionados foram organizados e apresentados em dois grupos, sendo o primeiro de ordem conceitual e o segundo de resolução prática. Os princípios, de natureza conceitual, foram subdivididos em dois grupos sendo: ‘criação’ (interligando as noções de ‘belo artístico’, ‘idealidade’ e ‘criatividade’) e ‘interpretação’ (integrando as noções de ‘gênio’ e de ‘gosto’); os princípios de origem prática associaram os elementos de linguagem visual e subsídios referentes às questões metodológicas do design. A divisão apresentada visou facilitar a abordagem comparada entre os textos procedentes da arte e do design, porém, enfatizou que as noções, sobrepostas ao tempo metafísico, interligam-se. Destacou, ainda, que a permanência desses princípios/noções instituídos, definidores do ofício de designers e artistas (artífices integrantes do campo artístico), perpetua-se por meio de um viés idealista e anti-histórico.

Neste quarto capítulo, a apresentação de cada grupo contemplou: contextualização da noção/princípio fundamental; cruzamento dos textos da arte e do design - aplicando as teorias dos autores referenciados no capítulo anterior; e, reflexão acerca da ‘noção’, à luz da abordagem antropológica.

Confirmamos, ao longo da abordagem entre os textos de ordem **conceitual**, que a noção de beleza está intimamente relacionada às categorias (constituídas culturalmente e reconhecidas historicamente) utilizadas para perceber e apreciar a os artefatos artísticos. Ou seja, que estão associadas a um ‘universo social situado e datado’. Em ambas as literaturas (das artes visuais e do design gráfico) destacam-se escritos que acentuam a noção carismática acerca do ‘belo’, o que leva ao entendimento do produtor (artista ou designer) como um ser dotado de

capacidades superiores. Esclarecemos que essa concepção da “criação”, como expressão irreduzível da “pessoa do artista”, fundada nos princípios de um aristocratismo da inteligência e de uma representação carismática da produção e da recepção das obras simbólicas, leva ao deslumbramento pelos métodos de análise interna das obras, ou seja, leva a uma “leitura criadora”. Ainda, destacamos que esta vertente teórica, que analisa as imagens deslocadas das relações nas quais foram produzidas, mediadas e apreciadas, não cogita a possibilidade de que a noção de beleza dependa do meio social ao qual pertence o produtor e o observador.

Ao compararmos os textos da arte com os do design, considerando os aspectos pertencentes ao universo simbólico, constituído pelos aspectos externos, evidenciamos que pressupostos da idealidade, ou da realidade artificialmente construída, estão presentes desde os registros antigos da arte até os atuais que descrevem as práticas do design. Os ideais acerca da beleza, ou seja, as idealidades estéticas continuam - como na antiguidade - presentes nas representações visuais. No caso do design gráfico, esta produção é, atualmente, facilitada pelos recursos tecnológicos, disponibilizados para a manipulação de imagens, produzindo uma realidade simulada que passa a produzir novos cânones estéticos para a representação gráfica.

Da mesma forma, o conceito de gênio, presente sobretudo nos escritos antigos acerca da arte, estão vivificados nas atuais práticas de designers e encerra contribuições no estabelecimento dos princípios fundamentais para interpretação de imagens. Concluímos, em meio as nossas reflexões, que o conceito de gênio interliga-se a noção de criatividade, pois num princípio anti-histórico, vem se perpetuando, sendo aplicado como necessário ao criador (“gênio criador”). O conceito de gênio, e a ideia de que a obra de arte é a descoberta de uma personalidade que transcende a tradição, a teoria, as regras e até mesmo ao próprio trabalho, fundadas na concepção renascentista da arte, conferem ao antigo artífice o status (que vem com a modernidade) de artista. Evidenciamos que a noção de gênio, com raras exceções, vem atribuindo ao artista e ao designer um caráter místico (pelo ato ‘criador’), desconsiderando a maneira pela qual os sujeitos e suas crenças são constituídos. E que o termo “vocação” (espécie de iluminação da intuição) configura-se em mera transfiguração ideológica da relação que se estabelece objetivamente entre uma categoria de agentes e um estado da demanda

objetiva, ou melhor, do mercado do trabalho. Argumentamos que instituição do que é alcunhado de “vocação” ou, mais recentemente, de “talento” concretiza-se por meio de uma carreira, que por sua vez é estabelecida por intermédio do sistema de disposições produzidas pela interiorização de determinadas condições (entenda-se oportunidades) objetivas. Em outros termos: sem o estabelecimento das condições sociais necessárias, não existiriam artistas ou designers, nem tampouco as noções de “vocação” ou de “gênio criativo” que compõe a literatura do campo da arte e, recentemente, foram incorporadas às práticas do design.

Outra noção, alvo da abordagem textual apresentada na investigação, foi o conceito de gosto. Elemento chave, citado pela literatura artística, e posteriormente absorvida pelo campo do design, a noção de gosto é o que efetivamente movimenta o reconhecimento de uma obra de arte ou de um “bom design”. Caracteriza-se - bem como as demais noções fundamentais apresentadas anteriormente - como categoria atemporal. Por meio do encontro entre os textos da arte e do design, evidenciamos que ‘gostos’, em matéria de cultura, considerados um dom da natureza (ideologia carismática), são de fato, produtos da educação. Ou seja, que as preferências, em se tratando de produções da arte e do design, estão associadas a fatores externos aos objetos, como nível de instrução e origem social. O gosto pelos artefatos das artes visuais e do design gráfico nada tem haver com um pretenso “amor à primeira vista”, mas pressupõe uma operação de decifração e decodificação, que implica o acionamento de um patrimônio cognitivo e de uma competência cultural. Destacamos ainda que as exigências do mercado precisam ser consideradas, pois afetam, com frequência, tanto o conteúdo como a forma de uma obra de arte. Por meio de nossa metodologia empírica evidenciamos que a noção de gosto resulta numa instituição social promovida, em grande parte, pelas relações capitalistas e pelos interesses do mercado.

No tocante à análise da noção de interpretação, compreendemos que a recepção dos artefatos produzidos pelo artista ou pelo designer, constitui uma espécie de “comunhão mística” cujo acesso é possibilitado somente a algumas pessoas “predestinadas”, isto é, pessoas escolhidas com base em suas aptidões para entender o apelo da arte. Em outros termos, que somente detentores dos códigos instituídos têm acesso à interpretação dos artefatos produzidos em arte e design e que tais artefatos só existem enquanto objetos simbólicos, dotados de

sentido e de valor, para um determinado grupo que assim os constituiu. Alertamos que a desconsideração dos fatores extra-estéticos, que possibilitaram o surgimento e o destaque da produção, do artista ou do designer, reforça os ideais da estética pura estimulando uma interpretação interna dos artefatos produzidos e reforçando o sistema de ideias que consagra a figura do gênio. E, ainda, esconde interesses econômicos que movem a comercialização gerada no campo artístico. Concluimos, por meio da intersecção entre as literaturas (da arte e do design), que os princípios de produção e de avaliação da obra de arte são inseparáveis das condições histórico-sociais em meio às quais tais processos se desenvolvem.

Encerramos as reflexões, acerca dos princípios conceituais (definidores teóricos das práticas de artistas e designers), compreendendo que a disposição estética está, tanto para a arte quanto para o design, em dependência das condições materiais de existência, legadas pelo passado ou transmitidas no presente, por intermédio das condições econômicas e sociais (em suas relações de poder). E ainda, evidenciamos que ambos - enquanto categorias de criação e percepção fundadas em concepções ideais ou metafísicas – congregam, em suas noções de fundo conceitual, um mesmo campo: o campo artístico. Esse entendimento decorreu do princípio esboçado ao longo da tese: o limite de um campo é o limite dos seus efeitos. Ao evidenciarmos que a ideologia carismática da criação, calcada numa intenção estética ‘pura’, anunciada nos artefatos literários oriundos do campo da arte, migrou para as práticas do campo do design, denotamos que o campo do design foi constituído, em boa parte, por meio da influência dos escritos acerca da arte. Mediante influência recebida dos princípios conceituais básicos, norteadores do campo da arte argumentamos, neste primeiro subtítulo do quarto capítulo, que o design constitui-se em subcampo, integrado ao campo da arte, que nesta investigação denominamos ‘campo artístico’. Em outros termos, concluimos que arte e design integram a estrutura de um mesmo campo que se configura, em meio ao sistema de relações estabelecido, como estrutura estruturada e estruturante das práticas de seus agentes.

Congregando noções de **origem prática**, o segundo grupo de princípios teóricos fundamentais, apresentado no quarto capítulo, propôs a averiguação de textos, concernentes à arte e ao design, que tangenciam seus elementos visuais e seus princípios metodológicos.

Ao longo deste segundo subtítulo do quarto capítulo, destacamos que abordagens acerca dos mesmos ‘elementos visuais’ aparecem no foco dos debates teóricos do design e da arte, em diferentes períodos. Muito embora as literaturas originárias da arte sejam mais difundidas têm-se, no âmbito do design, autores destacando os mesmos elementos como constitutivos das práticas do design gráfico. Confirmamos, em meio a avaliação dos textos, que os elementos visuais constituem-se princípios básicos da produção gráfica para ambas as categorias profissionais, configurando-se, assim, em subsídios constitutivos de grande parte dos artefatos produzidos pelo campo artístico (arte e design).

Pela análise dos artefatos literários selecionados sancionamos que a criação e a interpretação das imagens produzidas, na arte ou no design, são fundadas em princípios visuais, produzidos e aceitos, por determinadas sociedades. E, ainda, que existem fatores, alheios às questões estéticas, constitutivos na seleção (no ato criador) e interpretação (no ato contemplador) das imagens, sendo que a prática artística constitui-se em mediação entre códigos estéticos.

O segundo grupo de noções fundamentais – conectado aos princípios de ordem prática - discutiu postulados epistemológicos concernentes às teorias do conhecimento da arte e do design verificando como, e em que medida, a noção de metodologia influi nas práticas da arte e do design e, ainda, como é compreendida por seus agentes. Segundo alocações (escritas e faladas) de designers e teóricos do campo, o método, e a chamada ‘metodologia projetual’, atribuem distinção epistemológica ao design. Entrecruzando os textos oriundos da arte e do design verificamos que, teoricamente, não se configura diferença de um em relação ao outro, no tocante ao entendimento acerca das noções de metodologia. Por outro lado, percebemos que também as teorias do design, acerca da metodologia, estão fundeadas pelos escritos provenientes da arte. Por esses moldes, concluímos que não se configura, de fato, diferença entre a chamada metodologia projetual e as formulações metodológicas apresentadas nos textos relativos ao design gráfico.

Ancorada numa perspectiva antropológica, apreendemos que esta pesquisa contribui com a definição epistemológica do campo do design. Ao longo da

investigação procuramos situar o objeto de estudo, ou seja, os textos representativos das práticas de artistas e designers, no interior do campo ideológico de que fazem parte. Por intermédio de nossa proposição metodológica, efetivada empiricamente com o cruzamento dos textos procedentes das artes visuais e do design gráfico (ambas alusivas à produção e interpretação das imagens), considerando aspectos externos ao objeto abordado, concluímos que a literatura concernente às artes visuais, composta pela tradição, influenciou significativamente na constituição teórica do design gráfico.

Entendemos que este estudo apresenta-se como início das reflexões acerca das fronteiras entre artes visuais e design gráfico e que, a partir das ponderações apresentadas, surgem novas conjecturas investigativas. Entre as proposições futuras, destacamos a intenção de análise dos artigos apresentados no último P&D. Esses artigos somente foram disponibilizados, de forma online, ao final de 2010 e, por isso não incorporaram as reflexões desta tese. Outra intenção de pesquisa configura-se em estudo comparativo entre os textos clássicos das artes visuais e os considerados clássicos do design.