

A interdisciplinaridade do design e a materialização da imagem mental

The interdisciplinarity of design and the materialization of the mental image

SOUZA, Adriano José Sorbille de.¹

MOTA, Darwin Rodrigues.²

1 Prof. Mestre Adriano José Sorbille de Souza - FATEA; adriano.sorbille@gmail.com

2 Prof. Mestre Darwin Rodrigues Mota; FATEA/UniFOA; darwinmota@gmail.com

Resumo

O produto de design, em sua essência, é o que podemos denominar como a materialização de ideias baseadas em conceitos multidisciplinares, uma expressão que pode ter vários significados. Alguns autores determinam o design como o processo de criação de soluções de problemas. Podemos afirmar que o produto de design é a síntese da coleta de dados interdisciplinares na sua seleção, tabulação, para que ocorra o desenvolvimento de processos, levando em consideração aspectos técnicos, produtivos, econômicos, culturais, semióticos, ergonômicos, históricos, ou seja, de várias áreas do conhecimento. Essa atividade criativa expande e sintetiza a cultura de uma sociedade e o discurso de uma civilização que se instauram na relação semiótica entre a construção da linguagem dos produtos projetados e os processos de significação. É, no entanto, o design, em forma de produtos, um meio pelo qual uma ideia se transfere e se estabiliza em algum objeto manipulável, palpável, físico, ou seja, o que antes era pensamento se torna algo físico.

Palavras-chave

Multidisciplinaridade; design; imagem mental.

Abstract

The product design, in essence, is what we call as the materialization of ideas based on multidisciplinary concepts, is an expression that can have multiple meanings. Some authors determine the design as the process of creating troubleshooting. We can say that the design is the synthesis of interdisciplinary gathering data on your selection, tab, to occur the development processes, taking into account technical, productive, economic, cultural, semiotic, ergonomic, history in many knowledge areas. This creative activity expands and encapsulates the culture of a society and the speech of a civilization that is established in the semiotic relationship between the construction of the language of engineered products and processes of meaning. It is, however, the design, in product form, a means whereby an idea is transferred and stabilizes at some manipulable object, palpable, physical, or what was once thought becomes a physical thing.

Keywords

Multidisciplinarity; design; mental image.

Como você deve citar?

SOUZA, Adriano José Sorbille de; MOTA, Darwin Rodrigues. A interdisciplinaridade do design e a materialização da imagem mental. **Cadernos UniFOA Especial Design**, Volta Redonda, n. 2, p. 19-23, jan. 2015.

1 INTRODUÇÃO

Todo produto de design requer um processo de desenvolvimento que demanda um tempo para a sua conclusão. Esse produto passa, na verdade, por um período de gestação, ou seja, é um processo de desenvolvimento ou amadurecimento de ideias baseado em conceitos que leva junto uma “carga genética” da cultura, da técnica e da própria “alma” de quem o idealizou ou desenvolveu. Podemos afirmar que a “alma” do design está baseada na sua interdisciplinaridade ou multidisciplinaridade ou em um termo mais completo, a transdisciplinaridade, pois, por meio dela é possível surgir novas informações oriundas do confronto entre as disciplinas, dando origem a novas ideias e disciplinas.

Essa transdisciplinaridade estabelece diálogos, comparações, cruzamento de informações entre campos de conhecimentos distintos.

A transdisciplinaridade estabelece uma ligação direta com o produto de design propondo em sua concepção transposições, fertilizações cruzadas, analogias, comparações, regras de três, paralelos e triangulações entre um campo de conhecimento e outro.

Segundo o Dicionário Aurélio, a palavra design é uma expressão inglesa, derivada do latim “designiu”, que significa plano, propósito, projeto (FERREIRA, 2004, p. 650). Em português, o termo “designo” tem o mesmo significado, mas cotidianamente adotamos a palavra inglesa ou a nomenclatura desenho, do italiano “designare”, que significa traçar um desenho, delinear, caracterizar, representar.

Design etimologicamente pode ser traduzido por referente ao significado *DESIGN = DE + SIGN = REFERENTE A + SIGNO*.

Alguns autores e profissionais determinam o design como o processo de criação de soluções de problemas. Essa definição pode atentar ao fato do design ser uma ideia e ter funções multidisciplinares, pois isso está presente na engenharia, na arquitetura, na programação de computadores, etc.

Em sua conceituação, no sentido global, seria “concepção e planejamento de todos os produtos feitos pelo homem...” (FIELL e FIELL, 2000).

Sendo assim, podemos afirmar que cada produto do design é resultado do amadurecimento de ideias e do desenvolvimento de processos, levando em consideração aspectos de caráter técnicos, produtivos, econômicos, culturais, semióticos, ergonômicos, históricos, etc.

O processo de amadurecimento de ideias requer uma organização pré- estabelecida, pois é necessário que se indique um caminho a ser seguido, com o objetivo claro, para que se chegue ao produto final. O produto de design, portanto, tem que seguir uma metodologia que vai direcionar o seu desenvolvimento, de forma a auxiliar estruturalmente nas tomadas de decisões.

Sendo o design uma área de conhecimento multidisciplinar, o desenvolvimento de um produto requer uma profusão de conhecimentos que envolvem conceitos e bases técnicas diversas e que atenderão uma demanda específica, ou seja, é uma atividade extremamente contemplativa e, ao mesmo tempo, criativa.

Essa interdisciplinaridade foi, inicialmente, denominada por Platão (427 – 347 a.C.) como dialética, que é a ligação entre diversos conceitos que devem ser pesquisados por meio de reflexões, ou seja, a divisão de ideias para se chegar a um conceito indivisível. Isso pode ser denominado como a

primeira forma metodológica ou definição de regras, que, até hoje, é usualmente aplicada. Assim, todo desenvolvimento metodológico do conhecimento foi sendo agregado com o passar do tempo.

De Aristóteles (384 – 322 a.C.), nós herdamos que o pensamento se utiliza de três conceitos básicos: ideia, juízo e conclusão. Já de Arquimedes (285 – 212 a. C.), o pai da heurística, nós adquirimos o entendimento sobre a arte de inventar ou descobrir que foi aprimorada na visão de Galileu Galilei (1564 – 1642), com a inclusão dos experimentos como método e Descartes (1596 – 1650), que propõe que todo conhecimento humano tem origem na compreensão do pensamento, e que o conhecimento global se compõe da junção de simples elementos básicos, além de outros pensadores que contribuíram para o desenvolvimento da metodologia de pesquisa e do pensamento humano.

O design como indicado, anteriormente, é uma disciplina que agrega várias áreas do conhecimento, desde realidades materiais até funções comunicativas. Por isso, as ciências exatas, humanas e biológicas se convergem de forma a produzir novas ideias e concepções como, por exemplo, a semiótica, a fenomenologia e a hermenêutica, que são algumas das ciências humanas a serem consideradas, além das concepções práticas e técnicas. O produto do design não incorpora somente sua prática, mas também impõe seu significado cultural e estético, ou seja, o lado subjetivo dos produtos, a interpretação que se faz e do que se vê. Como atividade criativa expande e sintetiza a cultura de uma sociedade e o discurso de uma civilização que se instaura na relação semiótica entre a construção da linguagem dos produtos projetados e os processos de significação.

Portanto, podemos afirmar que os produtos de design detêm significados comunicacionais, ou seja, qualidades expressivas e representacionais, e neles são percebidos desvios denotativos que produzem concepções e o modo de ver o mundo, traduzindo anseios, desejos e, de certa forma, satisfazendo as necessidades humanas.

Outra dimensão do produto de design é aquela que abrange a estrutura do produto e seu funcionamento. A sintaxe de um produto pode ser determinada por meio de representação gráfica, como ilustrações, fotografias, desenhos técnicos, modelos tridimensionais, entre outros, que incluem a análise de construção técnica do produto, análise de detalhes visuais e, também, análise de usabilidade.

A análise de usabilidade é aquela que leva em consideração o ponto de vista ergonômico, ou seja, sua interação com o usuário e o modo como ele utiliza o produto.

No projeto de design também é levado em consideração os aspectos ecológicos como, por exemplo, o ciclo de vida do produto, desde a sala de projeto até o seu descarte, sua reutilização ou a utilização de materiais reciclados.

O pensamento e a geração de métodos para compreensão desse processo possibilitaram o surgimento de uma nova disciplina, o Ecodesign. Tal exemplo nos permite enxergar de forma prática a interdisciplinaridade e também a transdisciplinaridade.

2 A PERCEPÇÃO DO PENSAMENTO

Tratando-se de desenvolvimento de produtos de design, desde sua problematização até a sua materialização, existe um momento em que as ideias passam do meio imaginário e se transformam em algo físico palpável.

Segundo Santaella (2008), o mundo das imagens se divide em dois domínios: as imagens reais, que são representações visuais, e o domínio imaterial das imagens, ou seja, as imagens elaboradas pela nossa mente e que só é possível a partir de experiências anteriores ou do conhecimento visual pré-estabelecido, pois não se pode imaginar uma forma ou coisa sem ter havido contato com a mesma. Esse contato pode ter sido por diversos meios: físico, ilustrativo, fotográfico, vídeos, etc.

Além do domínio imaterial, existe o domínio material, que são as imagens como representações visuais, desenhos, forma física, fotos, etc.

Ambos os domínios se dão em conjunto e não têm como dissociá-los, pois as representações visuais não existiriam sem terem sido imaginada. Também não existiria a imagem mental sem uma referência do universo real ou material, ou seja, sempre haverá um lado imaginário ou imaterial e um lado físico, material perceptível.

Tratando-se de design, a materialização das ideias ou imagens mentais ocorre no processo de execução ou gestão das mesmas. Nesse caso, é necessário se levar em conta alguns pontos que, segundo Bernard Lobach (1997), são importantes:

- o usuário do ambiente criado artificialmente, como, por exemplo, produtos industriais, produtos de comunicação, produtos arquitetônicos, que utiliza esses ambientes conforme suas necessidades, com naturalidade e sem maiores reflexões;
- a indústria e o comércio que usam o design para aumentar as vendas, proporcionando e agregando valores aos produtos;
- o atendimento do usuário, com seu ambiente técnico de soluções e processos de resolução de problemas, e a adaptação do ambiente artificial, as necessidades físicas e psíquicas dos homens na sociedade.

Esse ambiente "objetual", onde o usuário vai interagir, ou que foi materializado, são produtos industriais, que passaram por transformações e por consequências, com funções específicas, mas a principal está no relacionamento entre produtos e usuários, entre elas, podemos elucidar algumas dessas funções.

Funções que se encontram no âmbito fisiológico, que são funções práticas, como, por exemplo, o modo de manusear, os ajustes ergonômicos, etc.

Existe também a função estética, que é a percepção sensorial ou a ciência das aparências perceptíveis pelos sentidos, ou seja, é um fator psicológico da percepção sensorial durante seu uso. Esse contexto faz parte de um sistema sociocultural, que vai depender das experiências anteriores com características estéticas, como, por exemplo, a forma, a cor, textura o som etc, e a percepção consciente dessas características.

A estética pode contribuir para uma maior atenção do usuário em relação ao produto, e, diretamente ligada à estética, estão às funções simbólicas.

O design é um meio pelo qual uma idealização do pensamento humano se faz perceptível, é uma disciplina mutável, que permeia e absorve as mais variadas áreas do conhecimento. Ele se dilui entre

as áreas do saber, cedendo e procurando espaços, objetivando concretizar, em forma de produtos ou serviços, uma idealização do pensamento humano.

É, no entanto, o design, um meio pelo qual uma ideia se transfere e se estabiliza em algum objeto manipulável, palpável, físico, ou seja, o que antes era pensamento se torna algo físico, com sensibilidade, visibilidade e sinestésico.

Nessa transformação de imagem mental para forma de representação visual ocorre a "transgressão", o "enigma", a surpresa se faz presente e o tempo e espaço são transgredidos nessa relação semiótica entre sonho e realidade.

Assim considerando todas as dimensões elucidadas, podemos concluir que, o que antes era imaterial, fantasia, imaginação se materializa em um objeto de design com textura formas e significados, podendo proporcionar, de alguma forma, satisfação às pessoas que vão interagir com o produto da criação. Além disso, no setor produtivo, propor novas interações disciplinares alavanca a produtividade no setor industrial, agregando valor aos produtos e dimensionando todo setor comercial.

REFERÊNCIAS

- Burdek, Bernhard B.. **História, teoria e prática do design de produtos**. Ed. Edgard Blucher, 2005.
- BAXTER, Mike. **Projeto de produto, Guia prático para o design de novos produtos**. Ed. Edigard Blucher, 1998.
- PREECER, Jennifer. **Design de interação: Além da interação homem-computador**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- SATAELLA, NORTH. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- NASCIMENTO, L. C. P.. A multidisciplinaridade imprescindível e a multidisciplinaridade disfuncional na prática e no ensino do design. **Actas de Diseño**, v. 13, p. 117-124, 2012.
- HOLANDA, Aurélio Buarque. **Mini Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 8 d. Nova Ortografia, 2010.