

A FORMA DAS IDEIAS. CONCEPT DESIGN E DESIGN CONCEITUAL

IDEAS FORM. CONCEPT DESIGN AND CONCEPTUAL DESIGN

Carlo Franzato¹

Resumo

Este artigo apresenta o surgimento de um uso particular do concept por designers contemporâneos. No chamado “design conceitual”, o projeto é entendido como um processo experimental de reflexão sobre um assunto, próprio e exclusivo do designer, enquanto o concept é entendido como uma proposição que sintetiza essa reflexão. Este tipo de concept não é voltado ao desenvolvimento de novos produtos para produção em série, mas à proposta de uma idéia para debates abertos.

Palavras-chave: Concept. Design conceitual. Dialética.

Abstract

This article presents the appearance of a particular use of concept by contemporaneous designers. In the so called “conceptual design”, the project is intended as an experimental process of reflection on an issue, proper and exclusive of the designer, while the concept is intended as a proposition, synthesis of that reflection. This kind of concept is not oriented to the new serial products development, but to the proposition of an idea in open debates.

Keywords: Concept. Conceptual design. Dialectics.

Design significa construir algo, distingui-lo através de um signo, dar-lhe um significado, designar as suas relações com as outras coisas, os proprietários, os usuários ou os deuses. Em base de tal significado originário, pode-se dizer: design é construir o sentido (das coisas) (KRIPPENDORFF, 1989: 9, trad. do autor).

Acepções do concept no design

Na prática profissional o concept é geralmente entendido como um output intermediário do processo criativo e, mais especificamente, é considerado como uma ideia projetual ainda em estado embrionário. Se for escolhido entre os diversos

¹ Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

concepts elaborados na fase de concept design, como alternativas concorrentes para solucionar um determinado brief projetual, passa a ser desenvolvido tecnicamente até se tornar um verdadeiro produto (KUMAR, 2004; ROOZENBURG, EEKELS, 1995).

Mesmo que o concept não venha a ser produzido em série, ainda assim pode ser apresentado em contextos específicos e divulgado pela mídia, como nos casos dos carros conceito que são apresentados em salões automotivos e encontram visibilidade em revistas do setor. O concept, então, pode ter um grande valor enquanto tal, não só enquanto output intermediário do processo criativo.

O design está prestando cada vez mais atenção nos resultados do concept design, independentemente de serem posteriormente produzidos em série ou não, pois os sistemas de produção e consumo das mercadorias contemporâneas necessitam de pensamento projetual e ideias inovadoras mais do que de novos produtos (BROWN, 2008).

O presente paper considera uma porção deste fenômeno: o design conceitual. Seu objeto de análise são as reflexões dos designers sobre o cotidiano, mas também sobre os fenômenos sócio-culturais, que eles formalizam através dos concepts. A razão, o significado e o escopo destes concepts é a proposição de ideias, deixando outros intentos em um plano meramente secundário. Segundo Fiona Raby (2007), a precedência da ideia sobre qualquer outra consideração material é a característica que distingue esta acepção de concept de outras. Isto não impede que estes concepts sejam desenvolvidos tecnicamente e efetivamente editados, mas eles são primariamente destinados a concursos, exposições e publicações, para assim provocar debates sobre o design, o papel do designer, a função social das empresas, a nossa relação com os objetos, com o seu uso e consumo.

Por estas razões, o design conceitual está para o design como a arte conceitual está para a arte. Neste sentido, não deve ser entendido como uma nova especialização disciplinar e colocado ao lado, por exemplo, do design de produto ou gráfico, mas sim como uma abordagem transversal às diversas especializações.

Poética do cotidiano

Esses concepts caracterizam-se em primeiro lugar pela própria carga semântica. Seu principal intuito é criar estímulos, despertar emoções, gerar evocações, veicular mensagens, provocar reflexões (NORMAN, 2004, p. 83-87).

No design conceitual os designers têm uma inusitada liberdade para se expressar. A geração de sentido nos meios onde os concepts circulam é a única verdadeira restrição, a partir do fato de que as tradicionais restrições produtivas, comerciais e funcionais não são impostas tão rigidamente. Aliás, uma das técnicas mais freqüentemente usadas pelos designers para gerar sentido através dos concepts é projetá-los para além dessas restrições, isto é, desafiando as lógicas produtivas, comerciais e, sobretudo, funcionais, de maneira tal a criar *nonsenses* inesperados que coloquem em curto-circuito as nossas expectativas:

[...] as expectativas do uso cotidiano são sempre importantes para o design conceitual, seja porque o designer as afronte (móveis e jóias que não são utilizáveis) ou as desafie (peças gráficas sujas, quase ilegíveis), ou porque ele crie cenários futuros ou alternativos de uso fictício ou hipotético (RABY, 2007: 73, trad. do autor).

Na Itália a nova geração de designers está se movendo exatamente nesta direção. Em uma resenha sobre o trabalho dos jovens designers italianos, Renato De Fusco chama a atenção para o surgimento de uma nova poética à qual eles estariam aderindo mais ou menos conscientemente, baseada na observação do cotidiano e mais especificamente dos nossos comportamentos e das atitudes que tomamos no dia a dia, dos nossos gestos rituais, do panorama objetual que nos circunda e das relações que quotidianamente tecemos com os objetos (DE FUSCO, 2008, p. 19-23).

De Fusco elege como manifesto desta poética o texto “Prefiro a experimentação pura, livre dos vínculos” de Paolo Ulian (ULIAN, 2005, trad. do autor), realmente um dos designers mais significativos no panorama atual do design italiano.

Há mais de dez anos, na parede do meu escritório há um pequeno pedaço de papel no qual está anotada uma frase que Achille Castiglioni não se cansava de repetir durante um encontro com estudantes. A frase diz: “O projeto nasce também se observando as coisas e as atitudes da vida cotidiana”. Acredito que esta frase simples contenha uma grande parte do

que um designer deve fazer para produzir boas ideias. Em cada situação, mesmo a mais insignificante, pode-se encontrar uma ideia interessante. Depois, com um pouco de sorte, a ideia pode também se transformar num bom projeto. A curiosidade é o instrumento principal do nosso trabalho, todo o resto vem depois. O trabalho do designer não é produzir continuamente projetos de novas cadeiras ou mesas, só para alimentar arbitrariamente um mercado cada vez mais faminto de novidades inúteis. O papel do designer, em minha opinião, é perseguir a utopia da qualidade poética para todos com a dedicação de um missionário. Penso que os objetos, além de cumprir funcionalmente o próprio papel, devem comunicar-nos emoções. No meu trabalho tento fazê-lo de diferentes modos: na maioria das vezes através da observação e da consequente reinterpretação de gestos e atitudes quotidianos, mas também através de uma pequena invenção funcional ou de um uso inusitado de um material. (ULIAN, 2005 apud DE FUSCO, 2008: 19-20, trad. do autor).

Os projetos destes designers são de objetos discretos, normalmente de dimensões reduzidas e pouco vistosos, mas escondem, por trás dessas características singelas, uma ideia brilhante, um artifício semântico arguto, uma invenção engenhosa, uma nota irônica sutil. Estes objetos podem até não chamar a atenção de um observador desatento, mas despertam o interesse e até suscitam um sorriso no observador mais cuidadoso.

Nos espaços da Libera Università di Bolzano, em 2004 a designer Giorgia Graziadei organizou a exposição “Papillan”, pedindo a diversos designers que projetassem um novo biscoito. Paolo Ulian respondeu com o biscoito de dedo “Finger Biscuit”, pensado especialmente para incentivar um hábito comum a todos os gulosos por creme de chocolate: a imersão dos dedos dentro do pote de creme (imagem 1). “Finger Biscuit” demonstra claramente como «*observar os comportamentos das pessoas para depois elaborá-los e traduzi-los em novas conexões entre o imaterial (os gestos) e o material (os objetos)*» (ULIAN apud MARI, 2009: 54, trad. do autor), permite aos designers um projetar para além das nossas expectativas.

Design dialético

Como as obras de arte conceitual, os objetos de design conceitual permitem que os designers se expressem sobre certos assuntos de interesse geral.

Desde a década de 90, paralelamente à feira “Salone del Mobile” de Milão, a associação Opos organiza exposições sobre temáticas atuais e relevantes, desafiando jovens designers a opinar a respeito, externando os seus sentimentos ou

até as suas posições civis sem usar palavras, mas as formas expressivas peculiares do design (MAFFEI, 2001).

Em 2004 a associação organizou a exposição “Acqua”, pedindo aos designers que refletissem sobre uma temática de grande interesse ambiental, social, econômico e político: a água, seu uso e a sua distribuição geográfica. Giulio Iacchetti responde com a fôrma de gelo “Lingotto”: «*a água é preciosa como o ouro*», esta é a similitude extremamente simples, tanto quanto eficaz, que o designer afirma com o seu projeto (imagem 2).

No ano seguinte, a associação voltou a pedir aos designers que refletissem sobre uma nova temática: a China, seu modelo de desenvolvimento e o que significa a inserção deste país no cenário internacional. A exposição foi batizada “Made for China”, fazendo um trocadilho com a expressão “Made in China”, como forma de levantar a questão sobre o que os ocidentais podem produzir para os chineses. Odoardo Fioravanti, Carlo Franzato e Roberto Galisai responderam com o vaso “Cloned in China”. Os três designers utilizaram a metáfora da clonagem, cujos riscos estavam sendo largamente debatidos na época, para sugerir que um modelo baseado na cópia e numa produção em massa desvinculada do design, representa um grande perigo cultural, especialmente para a cultura de projeto (imagem 3).

Nestes últimos dois casos fica evidente uma maneira particular de abordar e conduzir o projeto, característica dos designers que se dedicam ao design conceitual. No design conceitual o projeto é interpretável como um processo experimental de reflexão sobre um determinado assunto, que é próprio e exclusivo do designer (Confrontar SCHÖN, 1983: 76-104). O concept é interpretável como uma proposição que sintetiza a reflexão desenvolvida através do projeto, o meio que o designer dispõe para formular a própria tese, apresentá-la nos fóruns especializados e assim participar do debate sobre o assunto.

O projeto torna-se um processo criativo extremamente dialético, que o designer desenvolve de maneira solitária, dialogando com outros designers ou com os curadores dos concursos e das exposições, e que é apto a conceber novas ideias no sentido mais abrangente; a gerá-las, antes que a formalizá-las.

Na passagem da geração das ideias à sua formalização, a reflexão do designer perde inevitavelmente parte da sua complexidade, mas chega a destinação rapidamente e com grande intensidade, pois é corroborada pela força que é intrínseca à imagem. O fluxo da reflexão, porém, podem não se perder

completamente. No design conceitual, por exemplo, os designers exploram artifícios retóricos inéditos, usando similitudes ou metáforas.

Hernan Pablo Casakin (2007) evidenciou a importância do uso de metáforas nos processos projetuais e particularmente nas fases de síntese das soluções projetuais. O autor demonstra como os arquitetos elaboram metáforas para relacionar problemas projetuais já resolvidos, com os novos problemas que encontram, de forma a aproximar-se mais facilmente à sua solução. Casakin até evidencia que algumas obras de Frank Lloyd Wright ou de Mies van der Rohe, por exemplo, podem ser consideradas traduções metafóricas dos princípios arquitetônicos modernistas. No design conceitual, porém, as figuras retóricas são usadas com escopos propriamente dialéticos. Desta forma os trabalhos de design conceitual tornam-se extraordinariamente expressivos.

Conclusões: porquê um designer deve exercitar o design conceitual

Nos concepts apresentados estão sempre contidas ideias próprias dos designers que os motivam e os configuram formalmente, até que possam ser considerados ideias em forma de objetos. Em outras palavras, no design conceitual os concepts representam as formas que as ideias dos designers assumem.

O projeto é interpretado como um processo experimental de reflexão sobre um determinado assunto, próprio e exclusivo do designer, enquanto o concept é interpretado como uma proposição que sintetiza a reflexão desenvolvida através do projeto. O raciocínio projetual é rigoroso, mas em favor da ideia, ultrapassa os tradicionais limites de sua ação (produtivos, comerciais e funcionais), dando ao designer uma inusitada liberdade para se expressar.

Há algo de autotético em um projeto de design conceptual e no concept em si. O significado e o escopo do projeto é a reflexão que é desenvolvida através deste mesmo projeto e que se concretiza no próprio projeto. O significado e o escopo do concept é a ideia que dá forma a este mesmo concept e que se concretiza no próprio concept.

A evidente relevância do projeto no design conceitual nos confirma que este fica estritamente no perímetro do design. Ao mesmo tempo, porém, a sua essência autotética o aproxima ainda mais da arte conceitual e das artes plásticas de maneira geral.

Tal aproximação é reforçada pelo uso de figuras retóricas no design conceitual. Neste sentido, o design conceitual aproxima-se até da literatura e particularmente da poesia.

Torna-se assim mais claro o porquê desses concepts serem apresentados em contextos como concursos e exposições e divulgados em canais como sites e revistas, paralelamente ao mercado e sem que o designer possa obter ganho econômico certo e direto de seu próprio trabalho. Estes concepts, de fato, são normalmente projetados durante momentos em que o designer se desvincula de sua atividade profissional principal. É verdade que a repercussão midiática no setor pode garantir um retorno em termos de reputação num mercado de trabalho altamente competitivo, mas outras razões também explicam a sua dedicação a projetos desse tipo.

O design conceitual representa um importante exercício projetual para o designer. Através desse exercício, o design treina aspectos projetuais que extrapolam os processos normalmente desenvolvidos durante a atividade profissional e que são essenciais para complementá-la.

Saber enfrentar questões não meramente técnicas com a própria inteligência e personalidade, saber manusear as ideias e saber propô-las através do próprio trabalho é determinante para que o designer possa exercer uma função sócio-política na sua atividade profissional (FLUSSER, 2007), além de ser determinante para abordar o projeto da mercadoria contemporânea, que é porosa, semanticamente permeável, que necessita de significado para fazer sentido em um mercado saturado de mercadorias (CELASCHI, 2005, 2007).

Para concluir o artigo, são resumidas abaixo as principais características do design conceitual:

- Relevância da autoria do designer;
- Presença de uma ideia forte que define e estrutura do concept;
- Submissão à ideia dos vínculos produtivos, comerciais e funcionais;
- Interpretação do projeto como um processo experimental de reflexão sobre um determinado assunto, próprio e exclusivo do designer;
- Preferência por assuntos derivados da observação do cotidiano ou de ordem sócio-cultural;
- Interpretação do concept como uma proposição que sintetiza a reflexão desenvolvida através do projeto;
- Potencial comunicativo do concept.

REFERÊNCIAS

ANNICCHIARICO, Silvana; BRANZI, Andrea; PIAZZA, Mario (org.). *The New Italian Design: Il Paesaggio Mobile del Nuovo Design Italiano*. Milano: Grafiche Milani, 2007.

BROWN, Tim. Design Thinking. *Harvard Business Review*, n. 86, 2008. p. 84-92.

CASAKIN, Hernan Pablo. Metaphors in Design Problem Solving: Implications for Creativity. *International Journal of Design*, vol. 1, n. 2, 2007. pp. 23-35.

CELASCHI, Flaviano. Dentro al progetto: appunti di merceologia contemporanea. In: CELASCHI, Flaviano; DESERTI, Alessandro. *Design e innovazione*. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007. p. 15-56.

CELASCHI, Flaviano. Nuovi confini etici del lusso: l'eumerce (Etica del bello e del ben fatto; Per una nuova tecnologia del valore). In: CELASCHI, Flaviano; CAPPELLIERI Alba; VASILE Alessandra. *Lusso versus design*. Italian design, beni culturali e luxury system: alto di gamma & cultura di progetto. Milano: Franco Angeli, 2005.

DE FUSCO, Renato. *Il design che prima non c'era*. Milano: Franco Angeli. 2008.

FLUSSER, Vilém. Uma ética do design industrial? In: FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify. 2007. p. 199-204.

KRIPPENDORFF, Klaus. On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition That "Design Is Making Sens (of Things)". *Design Issue*, v. 5, n. 2, 1989. p. 9-38.

KUMAR, Vijay. Innovation Planning Toolkit. In: FutureGround Design Research Society International Conference. Melbourne, 17 a 21 Nov. 2004. *Proceedings of the FutureGround Design Research Society International Conference*. Victoria: Monash University Press, 2004.

MAFFEI, Stefano (org.). *Opos 1991-2000*. Milano: Abitare Segesta. 2001.

MARI, Enzo (org.). *Paolo Ulian*. Tra gioco e disarica. Milano: Electa/La Triennale di Milano. 2009.

NORMAN, Donald A. *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. New York: Basic Books. 2004.

RABY, Fiona. Strategic Design. In: ERLHOFF, Michael; MARSHALL, TIM. *Design dictionary*. Perspectives on design terminology. Basileia: Birkhäuser. 2007. p. 72-74.

ROOZENBURG, Norbert F. M. EEKELS, Johan. *Product design: fundamentals and methods*. Chichester: John Wiley and Sons Ltd., 1995.

SCHÖN, Donald Alan. *The Reflective Practitioner*. How Professionals Think in Action. New York: Basic Books. 1983.

ULIAN, Paulo. Preferisco la sperimentazione pura, libera da vincoli. In: VELLUTO, Joe. *Salefino, nuovi sapori dal design italiano*. Milano: Abitare segesta edizioni, 2005.

Site da associação Opos. Disponível em: www.opos.it, acessado em: 20/10/2010 (anota-se que no momento do acesso o site estava em construção).

Site do designer Giulio Iacchetti. Disponível em: www.giulioiacchetti.it, acessado em: 20/10/2010.

Site do designer Odoardo Fioravanti. Disponível em: www.fioravanti.eu, acessado em: 20/10/2010.

Site do designer Paolo Ulian. Disponível em: www.paouloulian.it, acessado em: 20/10/2010.



Imagem 1: Biscoito de dedo "Finger Biscuit", projetado em 2004 por Paolo Ulian para a exposição "Pappilan" que foi realizada em Bolzano (fonte: www.paoloulilian.it).



Imagem 2: Forma de gelo "Lingotto" projetada em 2004 por Giulio Iacchetti para a exposição "Acqua", organizada pela associação Opos (fonte: www.giulioiacchetti.it).



Imagem 3: Vaso "Cloned in China" projetado em 2005 por Odoardo Fioravanti, Carlo Franzato e Roberto Galisai para a exposição "Made for China", organizada pela associação Opos (fonte: www.fioravanti.eu).
 o "Finger Biscuit", projetado em 2004 por Paolo Ulian para a exposição "Pappilan" que foi realizada em Bolzano (fonte: www.paoloulilian.it).