

Onildo Orlando Mussaleca Namaunde
Paulo Alcolete Nategue

Metodologia de Design

Universidade Licungo
Quelimane
2019

Índice

Introdução	2
Metodologia De Design.....	3
Design Gráfico	3
Design de Comunicação Visual	4
Design De Moda	4
Design Industrial	5
Design De Embalagens	5
Designer	5
Fundamentos Do Design	6
Princípio De Proximidade.....	6
Princípio De Alinhamento	6
Princípio De Repetição.....	7
Principio Contraste	7
Questionário De Reflexão	7
Conclusão	8
Bibliografias	9

Introdução

O presente trabalho é referente a cadeira de Didactica de Educação Visual, têm como tema principal **Metodologia de *Design***. É interessante pensar como novas abordagens, executar uma determinada actividade permitindo criar novos produtos com base no designe, isto nos leva a uma grande reflexão sobre os caminhos e os processos de estimular a representação de ideias que são materializadas antes para posterior multiplicação dos objectos/produtos criados.

O *design* com base na arte é o processo que ajuda o homem a criar algo, ou seja, a capacidade do saber fazer do homem despertando a sensibilidade do designer, ampliar seus horizontes a cada vez que ele cria algo novo de uma forma mecanizada para a satisfação das suas necessidades.

Metodologia De Design

Design

Do Latim *designare* que é traduzido como “designar” e “desenhar”, intenção e desenho. Teoricamente o design torna-se uma actividade de resolução de problemas com base na idealização, criatividade, do homem num processo contínuo pretendendo alcançar determinado objectivo.

A expansão da tecnologia do mundo actual ajuda a desenvolver esta actividade com novas ferramentas de utilização informando, persuadindo estimulando a utilização criativa. Não só, o design também abrange diferentes ramificações ou áreas do conhecimento científico de acordo com as funções: gráficas, comunicação visual, moda, industrial, de produtos/embalagens, interior, de construção entre outros assim se relacionando com diversas áreas. Pretendendo com estes destacar os seguintes:

Design Gráfico

É uma actividade intelectual, técnica e criativa relacionada não apenas com a produção de imagens, mas com a análise, organização e métodos de apresentação de soluções visuais para problemas de comunicação. (ESTADO DA ARTE)



Fig.1. Design gráfico austríaco de Stefan Sagmeister.

Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/11/1935869-designer-stefan-sagmeister-vem-ao-brasil-lancar-filme-sobre-a-felicidade.shtml>

Design de Comunicação Visual

Compreende a produção de dados comunicativos, como cartazes, letreiro ou mesmo os signos visuais, também ligado a produção de mensagens publicitária, “*Web design*” que compreende a produção e criação de páginas web, (ESTADO DA ARTE).

Para além dos aspectos citados, o designer deverá ter também o total domínio dos elementos conhecidos da linguagem visual como o ponto, linha, forma, textura, cor, e direcção, etc., que compõem o projecto a ser executado.



Fig.2. Placa de engenheiro obra civil **Fonte:**

<http://www.comunicacaovisuallondrina.com.br/placa-de-obra-engenheiro-civil/>

Design De Moda

Tem como objectivo o desenvolvimento de vestuário e acessórios, respeitando as características culturais, técnicas e de tendências. (PAULO ALMEIDA).



Fig.3. A Obra do Arquiteto da Costura Cristóbal Balenciaga em Exposição Inspiradora no Museu de Londres **Fonte:** <https://www.fragmentosdemoda.com/moda/a-obra-do-arquiteto-da-costura-cristobal-balenciaga-em-exposicao-inspiradora-no-museu-de-londres.html>

Design Industrial

O design industrial abrange todos os aspectos do ambiente condicionado pela produção industrial. Objectivo é determinar as propriedades formais relações estruturais e funcionais dos objectos produzidos industrialmente sobe o ponto de vista do produtor como do consumidor.



Fig.4. Caneta [BIC](#) Cristal, exemplo clássico de design de produto.

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Design_industrial

Design De Embalagens

Estabelece uma fonte de ligação entre o produto, o produtor e o consumidor, estabelecendo uma relação muito específica e pessoal, onde além de servir de invólucro tem a função de veicular informação de carácter publicitário ou não. Pode ser vista muitas vezes, como o único meio de comunicação de uma Marca, de uma empresa. (PAULO ALMEIDA)



Fig.5. Embalagem Artísticas /foto Marcos Pessoa **Fonte:**
<https://ruimachado.com.br/embalagem-de-pizza-para-viagem-vira-obra-de-arte-em-manaus/>

Designer

De acordo com a abordagem de (PAULO ALMEIDA), o designer ou projectista é um profissional que desempenha actividade especializada de carácter técnico-científico, criativo e artístico. O designer deve saber sistematizar informações, seleccionar, organizar hipótese no âmbito da criação das suas obras e do sector onde pretende trabalhar, tendo também o conhecimentos dos processos industriais de fabrico do produto que pretende, no que diz respeito ao processo em si e dos materiais empregados, para que possa controlar e atingir os efeitos desejados.

Segundo a abordagem de KRUCKEN (2008) afirma que o principal desafio do Design no mundo contemporâneo está no desenvolvimento de soluções para questões complexas, que exigem uma visão ampliada do projecto, envolvendo produtos, serviços e comunicação, de forma conjunta e sustentável.

Fundamentos Do Design

Segundo CORELDRAW X4 (grupo de especialistas), para criar design que funciona, é necessário seguir 4 princípios básicos do design, sendo eles:

- **Proximidade;**
- **Alinhamento;**
- **Repetição;**
- **Contraste**

Princípio De Proximidade

Itens relacionados devem ser agrupados para formar uma unidade coesa. Aplicando este princípio, é possível reduzir a desordem e aumentar a clareza. O conteúdo e as mensagens são otimizados, aumentando a probabilidade dos usuários lerem e se lembrarem deles.

Princípio De Alinhamento

Compreende todos os elementos em uma página devem ter uma conexão com outro elemento a fim de garantir uma leitura fácil e agradável. O arbitrário e ilógico não cabe em um design bem-sucedido.

O alinhamento cria uma aparência limpa e sofisticada, que ajuda a chamar atenção para suas mensagens principais, além de ajudar a conectar visualmente os elementos. Como regra geral, um elemento chave na página, age como um ponto focal ao qual todos os outros elementos se alinham. Quando se adiciona um novo elemento ao *layout* alinhe os dois elementos ao longo de uma linha invisível.

Princípio De Repetição

A repetição mantém o conteúdo unificado, organizado e visualmente interessante, de modo que o produto tenha mais probabilidade de ser lido. A repetição dos elementos visuais do design na peça (como cores, formas, texturas, linhas e marcadores) pode ajudar a reforçar mensagens importantes. Repetir um elemento muitas vezes pode poluir a página e dificultar a compreensão da mensagem no entanto, é necessário ter cautela com o princípio da repetição: tenha cuidado para não exagerar. Quando em dúvida, opte pelo simples.

Princípio Contraste

A utilização de contraste é essencial para diferenciar elementos e organizá-los hierarquicamente no design. Contrastando cores, tamanhos, texturas ou tipos, é possível criar uma forte presença visual e chamar a atenção para as mensagens principais. Não diferencie os elementos apenas ligeiramente. Para obter um design eficaz, a diferença entre os elementos deve ser de 180 graus.

Questionário De Reflexão

1. O que é design?

R%: Design é processo técnico que utiliza imagem e texto para comunicar mensagem, ideias e conceitos criativo relacionado com a concepção, elaboração e especificação de um produto.

2. O que Designer?

R%: Designer é um profissional que desempenha actividade especializada de carácter técnico-científico, criativo e artístico para elaboração de projectos de design, ou seja é aquele que exerce uma actividade crítica, investigando o que já foi feito para assim poder elaborar um diagnóstico a partir da análise de uma determinada situação.

3. Cite quatro aplicações do design.

R%: O design é aplicado na área gráfica, industrial, moda, comunicação entre outros

4. Quais são os fundamentos do design?

R%: Os fundamentos do design compreendem os seguintes princípios de proximidade, Alinhamento, Repetição e princípio de Contraste.

Conclusão

Apos a elaboração deste trabalho percebemos que é importante abordar o tema de metodologia de *design* visto que ele envolve várias áreas ligadas ao nosso cotidiano aproximando produtores e consumidores em busca de soluções inovadoras, dando transparência e fortalecendo os valores que perpassam a produção e o consumo. É de referir que o *design* tem a função de reforçar a participação de mercado da empresa por meio da qualidade de sua imagem e marcas, o posicionamento estético favorece a dimensão semântica do sistema de design corporativo e ele tem uma extrema função de ajudar a posicionar uma determinada empresa com um especialista “designer”.

Bibliografias

ALMEIDA, Paulo Alexandre; *Design e Comunicação Visual*; Universidade Católica de Moçambique – Centro de Ensino à Distância.

https://pt.slideshare.net/GabrielMeneses/metodologia-do-design?qid=590acacd-f185-422c-84da-ece4af6f961b&v=default&b=&from_search=2

FUNDAMENTOS DE DESIGN – COREL CORPORATION disponível em:
www.corel.com/static/pdfs/cdgs/x6/Fundamentals-of-Design_IFE_BR.pdf

KRUKEN(2008)https://www.researchgate.net/publication/215640422_Design_e_territorio_uma_abordagem_integrada_para_valorizar_identidades_e_produtos_Design_and_territory_of_origin_an_integrated_approach_for_the_valorization_of_identities_and_products

ESTADO DA ARTE, *Conceitos de design.com*