

Discussões sobre Design

Mais do que trabalhar com design, é importante refletir, debater, pensar o design. Nesse contexto, recomendo sempre a leitura e a obra de criadores fundamentais.

Apresentando Paul Rand, Mies Van der Rohe e a Bauhaus

No desenho de logo, princípios do design são bastante relevantes e fazem diferença no produto final do trabalho. É interessante estudar o que criaram e discutiram a respeito alguns mestres do ofício.

Paul Rand, um designer norte-americano contemporâneo, trouxe quatro ponderações muito significativas para quem está imerso na tarefa de desenhar um logo.

“Um logo traz significados das qualidades da coisa que simboliza, e não o contrário.” (tradução livre)

Quando buscamos referência e repertório, temos de tomar cuidado para não nos fecharmos somente neste universo de coisas e esquecer nossa matéria-prima fundamental, que é o que queremos representar. No caso do logo, trata-se do negócio, marca ou conceito que será simbolizado.

É importante que o desenho reflita as características do que simbolizará, em vez de tentar, por exemplo, fazer um negócio extremamente tradicional parecer moderno através de seu logo. Isso cria uma dissonância que não sustentará a marca nem o próprio logo por muito tempo.

“A única obrigação no design de logo é que ele seja distinto, memorável e limpo.”

É vital que nosso desenho seja diferente dos outros logos, distinguível, senão caímos em uma vala comum de significados e desengajamos.

É importante também que o logo deixe sua marca e que seja facilmente lembrado assim que falemos da marca. Falamos em McDonald's e automaticamente sabemos como é seu logo: o famoso M amarelo.

Isso não seria possível com um logo absolutamente poluído e cheio de ruídos. Quanto mais linhas simples, elementos claros e harmoniosos, mais facilmente conseguiremos guardar em nossas memórias o desenho do logo. Essa associação automática que a memória faz com o logo fortalece muito a marca como um todo.

“Apresentação é a chave.”

Segundo Paul Rand, a forma de mostrar seu logo e “vender” seus conceitos faz parte do design. Encontrar uma forma de contar uma boa história de como você chegou ao logo e de como ele será uma boa marca é essencial para que a ideia conquiste e engaje, em primeiro lugar, o seu cliente.

“Simplicidade não é o objetivo. Ela é o resultado de uma ideia e expectativas modestas.”

Ele diz que quanto melhor compreendermos o que um logo pode e não pode fazer, nossos designs começam a ter a simplicidade que tanto festejamos. Isso tem muito a ver com a ideia do logo transmitir as qualidades do que representa em vez de tentar imputar-lhe as qualidades que não lhe cabem.

Leia mais sobre Paul Rand [neste artigo \(https://99designs.com.br/blog/famous-design/4-principles-by-paul-rand-that-may-surprise-you/\)](https://99designs.com.br/blog/famous-design/4-principles-by-paul-rand-that-may-surprise-you/) da 99designs, em inglês.

Há uma pequena biografia dele aqui, em inglês, caso interesse conhecer sua vida e obra. Confira também o [artigo na Wikipedia \(https://pt.wikipedia.org/wiki/Paul_Rand\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Paul_Rand) sobre o designer.

Estude também a origem da famosa máxima “menos é mais”, do arquiteto [Mies Van der Rohe \(http://www.blogdaarquitetura.com/mestres-da-arquitetura-mies-van-der-rohe/\)](http://www.blogdaarquitetura.com/mestres-da-arquitetura-mies-van-der-rohe/) e de todo postulado de design da famosa Bauhaus (<https://www.culturagenial.com/bauhaus/>).