

## O desígnio do design

Catarina Moura

Universidade da Beira Interior

A consideração do problema que nos coloca o *design* implica, desde logo, entender e assimilar que a sua natureza projectual almeja actuar não só sobre o objecto, considerado individualmente, mas antes de mais sobre o próprio mundo, ou seja, a premissa inicial e, eventualmente, primordial desta dissertação exige que entendamos o mundo como objecto-limite do *design*.

A compreensão do *design* e do significado da sua acção no mundo implica a abordagem de realidades complexas mas determinantes, como o são o objecto e a imagem – em si mesmos e enquanto *material* (não necessariamente matéria) de inscrição de uma ideia. Implica ainda entender de que modo o *design* pode ser entendido como instrumento e forma assumida pela técnica na actualidade, ou seja, de que modo o imparável progresso tecnológico, aliado ao carácter abrangente e tendencialmente totalitário do *design*, vai consolidando com factos a hipótese de estarmos a caminhar para uma *era do design total* – um mundo integralmente concebido, desenhado, determinado pelo *Homem*, do mais ínfimo detalhe ao mais amplo ambiente.

Esta exploração teórica pretende, acima de tudo, sublinhar o *design* enquanto prática, disciplina e filosofia progressivamente determinante num mundo que a técnica tem vindo a transformar numa nova cosmogonia, um ambiente que, no limite, pretende *totally engineered*, alterando inevitavelmente o modo como com ele nos relacionamos e como aí nos situamos.

Não podemos, desde logo, olvidar a envergadura etimológica do termo *design*, que é possível entender, antes de mais, em três sentidos intimamente relacionados entre si: desenho, projecto e desígnio. *Design* (nome e verbo) define-se, acima de tudo, pela sua intencionalidade intrínseca, pela projecção consciente de um objectivo. Em conformidade com o étimo latino *designare*, a natureza projectual do *design* remete para

a poderosa ideia de desígnio – “*determinar, inventar, ou figurar aquilo que não é, para que seja e venha a ter ser*”. O *design* determina-se nesta intenção de combinar pragmática e poética, de unir a capacidade de fazer com o desejo de comunicar, cristalizando em formas a metamorfose do pensamento, captando e objectivando o que ainda não tem forma e o que está para além da forma, assumindo-se neste gesto como tomada de consciência que poderia considerar-se, também, desvelamento. Como defende Daniel Tamayo, “*o projecto será o veículo imprescindível para conduzir a ideia desde o imaterial ao tangível*”.

A associação da visão a propriedades cognitivas levaria, no limite, a admitir no *design* a dupla qualidade de representação e de percepção activa – “*percepção-se para representar, representando percebe-se*” –, um aspecto essencial se tivermos em conta o facto de a percepção configurar o modo como interpretamos a realidade, ou o que entendemos como real, com toda a ambiguidade que o termo encerra. Neste sentido, essa mesma percepção vai ser inevitavelmente condicionada pelos códigos ideográficos em voga.

Por outro lado, entender o *design* como lugar de encontro entre o humano e o real e, simultaneamente, como triunfo do espírito sobre a matéria conduz à incontornável interrogação dos problemas da linguagem visual, da claridade conceptual do olhar e da codificação do mundo. Não é, portanto, inconsequente tomá-lo como disciplina semiótica por excelência, pois há no *design* uma invulgar e inegável eficácia simbólica, resultante dessa capacidade intrínseca de fusão entre a ideia e o visível, de racionalização do abstracto e do sensível, em suma, de reunião entre o artefacto físico e o processo mental, num fluxo de sentido duplo entre a intelecção e a exteriorização, potenciado pela evolução tecnológica e consequentes alterações processuais. Entendido neste acto de *fazer vir*, de trazer algo da não-presença à presença, o *design* é *poiesis*, produção que, assim entendida, abrange não só a fabricação mas também o acto poético e artístico. Nesse sentido, é também *aletheia*, desvelamento, desocultação e, consequentemente, *techné* que, em Platão, surge associada a *episteme* na designação do conhecimento na sua acepção mais lata – justamente de abertura, desvendamento, revelação.

O acto de inscrição da ideia integra o *design* num sistema de signos e de significação, tornando-o objecto da Semiótica – a ciência que estuda o signo, os códigos ou sistemas em que os signos se organizam e a cultura no seio da qual estes códigos e signos se encontram estabelecidos. A abordagem da questão do signo e da significação vai exigir a explicitação do modo como a Semiótica os sistematizou.

Os modelos semióticos têm genericamente em comum a preocupação com três elementos: o signo, aquilo a que ele se refere e os utentes do signo, seguindo a linha da tradição semiótica anglo-saxónica, fundada no pensamento e trabalho do lógico e filósofo norte-americano Charles Sanders Peirce. Com Peirce, à definição clássica de signo – *aliquid pro stat aliquo*: algo que está por algo – é acrescentado um terceiro elemento de ponderação: o *interpretante* que, não sendo o leitor mas sim o conceito mental que o leitor do signo possui do objecto pelo qual está esse signo, remete no entanto para a importância desse leitor e do contexto em que está inserido na concretização do processo de *semiose*, de “fazer sentido”.

O contexto é fulcral na percepção do significado do *design*. A convenção, o acordo social que faz com que determinada forma/significante seja globalmente associada a determinado significado dentro de determinado sistema, joga aqui um papel essencial. Por outro lado, a economia globalizada em que se inscreve a prática actual do *design* tem uma importância decisiva e incontornável na disseminação mundial de tendências, exponenciando a percepção das suas formas e códigos.

A compreensão da acção do *design* no mundo exige-nos que clarifiquemos a noção de objecto, um conceito muito próprio da cultura ocidental, cujo sentido actual terá nascido em consequência da Revolução Industrial, momento em que Jean Baudrillard localiza a passagem de uma *sociedade metalúrgica* a uma *sociedade semiúrgica* – aquilo que até então é considerado produto, mercadoria, assumiria, neste momento, o estatuto de *objecto*, passando a existir não só na sua funcionalidade, mas também na sua finalidade, no seu sentido e no seu valor, assumindo-se definitivamente como signo.

Este ponto é importante para compreender a evolução vivida na experiência cultural do objecto, invariavelmente conotado, devido ao seu carácter funcional, como “necessário”. Baudrillard considera o “objecto necessário” um mito. A aceitação generalizada da existência de *necessidades primárias*, inalienáveis à natureza do ser

humano, gera uma concessão relativa à ideia de *necessidades secundárias*, fruto do enraizamento social e cultural do ser humano, e no âmbito das quais surgiriam então os objectos, entendidos nessa sua “necessidade” intrínseca como utensílios.

Com a Revolução Industrial e o subsequente advento do capitalismo, surge uma ideologia do consumo que vai impregnar e determinar a relação actual que temos com os objectos, distanciando-nos da percepção espontânea da sua utilidade e revestindo-os de uma significação intimamente ligada à ideia de *valor*, conotado com o prestígio de uma marca ou de uma assinatura, por exemplo.

Desde sempre que determinados objectos foram portadores de significações sociais indexadas, remetendo para uma lógica social. O capitalismo veio apenas exponenciar este facto, generalizando-o na categoria englobante de “objecto de consumo” (*objecto-signo*), caracterizado pela total imposição do código que rege o valor e a lógica da troca. Este *objecto de consumo* surge revestido de uma singularidade poderosa ao transportar consigo uma imagem, uma assinatura ou um conceito, que lhe atribuem um valor diferencial. Ainda que o sentido do objecto, aquilo que ele mostra, permaneçam intocados, a sua *leitura* passa incontornavelmente pela percepção desse signo que o legenda e que o torna reconhecível e avaliável no seio de um sistema de signos.

Mas, embora esboçada no decorrer do século XIX, é apenas no início do século XX, com o movimento alemão da Bauhaus, que se dá aquilo a que podemos chamar *Revolução do Objecto*. O sonho que, em 1919, Walter Gropius converteu em escola, viria a revelar-se um momento artístico e conceptual determinante na evolução da cultura dita ocidental. Se podemos dizer que não há objecto propriamente dito antes da Bauhaus, no sentido em que o entendemos e experienciamos na actualidade, a partir da Bauhaus tudo parece entrar neste estatuto, sendo inclusivamente produzido enquanto tal. A partir deste momento tão cheio de especificidade, todo o ambiente se torna significativo, racionalizado, havendo como que uma semantização universal em consequência da qual tudo passa a ser objecto de cálculo de função e significação.

A Bauhaus opera uma síntese racional das formas (forma/função, belo/útil, arte/técnica), infiltrando a estética no quotidiano. Outrora teoria das formas do belo, a estética evolui aqui para uma teoria da compatibilidade generalizada entre os signos, da sua coerência interna e da sua sintaxe, traduzindo uma mecânica sem lapsos em função da qual nada compromete a *legibilidade* absoluta dos signos, ou seja, a perfeição funcional. O

funcionalismo ascético e puritano da Bauhaus traduz-se no despojamento que assume como chave conceptual, caracterizado justamente pelo traçado geométrico dos seus modelos e, em geral, pela economia do seu discurso. Uma filosofia que vai ditar, em grande medida, as traves mestras sobre as quais o *design* iria evoluir ao longo do século, enquanto prática e disciplina.

Com o *design*, os objectos nascem simultaneamente para a funcionalidade e para o estatuto de signo. Sob a aparência de maximizar a funcionalidade e legibilidade dos objectos, o *design* veio na realidade generalizar o sistema do *valor de troca*, assumindo-se como prática correspondente de uma economia política do signo e, nesse sentido, virtualmente universal. Segundo Baudrillard, tudo pertence ao *design*, tudo é do seu pelouro, quer ele o assuma quer não.

Este carácter expansivo e imperativo que se revela característico da natureza do *design* é uma das razões pelas quais ele dá corpo a algumas das questões mais prementes da cultura contemporânea, justificando as inquietações subjacentes à ideia de que possamos estar a entrar no que alguns designam como “era do *design* total” – um universo inteiramente intencionado, concebido e desenhado pelo ser humano, mais que nunca entendido como artífice e ser de cultura. As possibilidades actuais do agir humano sobre todas as coisas, nomeadamente sobre a vida e sobre si mesmo, associadas a uma crença crescente no seu poder criativo, fundamentam a ideia de uma nova ontologia, inscrita num modo de ser integralmente intencionado por este *Homo* simultaneamente *sapiens*, *fáber* e *sens*.

Mais que transcender a natureza, a proposta da técnica vai no sentido de a *mimetizar* tão radicalmente que, no limite, toda a mediação seria dispensada. A associação do *design* a esta ideia de um ambiente *totally engineered* não é gratuita. *Design* significa não só intencionar, visar segundo um plano, mas também esboçar com sucesso uma simulação de algo sobre o qual possuímos um conjunto de intenções. Neste sentido, une-se intimamente à noção de técnica (*technê*), mecânica e máquina enquanto elementos à disposição de um pensamento artificioso.

Durante muito tempo, só as *coisas* pareciam constituir a verdadeira alteridade, o *radicalmente outro* do humano, determinando o modo como este se pensava a si mesmo e ao mundo, algo que a técnica tem vindo a alterar contínua e progressivamente,

diluindo fronteiras e abrindo a possibilidade de um *devir objecto* do humano e de um *devir humano* do objecto. O antagonismo cede lugar à simbiose, provocando a obsolescência de históricos e confortáveis dualismos, cuja diluição se impõe como uma das marcas mais distintivas da contemporaneidade.

Num mundo de “objectos”, é fácil entender a primazia do *design* como disciplina por excelência para redesenhar o mundo, a vida e o *Homem*, na utopia do aperfeiçoamento pela eterna tentativa de purificação, renovação e reinvenção das formas.

Bragança de Miranda relaciona a importância contemporânea do *design* com a questão dos *interfaces*, não enquanto “janelas” através das quais podemos espreitar e comunicar com o mundo virtual construído pela mobilização global de computadores ligados rizomaticamente entre si, mas no âmbito mais amplo de uma cultura dos *interfaces*, que se traduz no *design* integral de experiências e ambientes, um conceito que se expandiu no mundo virtual, devido à óbvia flexibilidade dos seus fluxos imateriais, mas que pouco a pouco se vai estendendo ao mundo dito real. Hoje em dia, mais que nunca, a questão que se coloca é justamente a de desenhar ou redesenhar o *real*, como se este tivesse adquirido a plasticidade do virtual. Em consequência, o corpo assume-se também ele como *interface*, ao emergir na *technoculture* como mediador por excelência justamente entre real e virtual, algo que conceptualmente só faz sentido num momento profundamente marcado e determinado pela crise da própria ideia de mediação, fruto da tendência para a absoluta intelectualização e abstracção das ligações.

A questão dos *interfaces*, das ligações, está incontornavelmente hifenizada à compreensão da natureza da técnica, que antes de mais se define pela capacidade de fabricar não só o real mas, acima de tudo, o possível, abrindo espaço para a infinita possibilidade, um conceito que desemboca hoje no *ciberespaço*, clímax da potencialidade imaterial.

À partida, não é difícil perceber que está em causa uma viragem decisiva, cujo sentido mal podemos antecipar, à medida que a técnica, historicamente localizada como *instrumento*, instrumentaliza ela mesma a estrutura em que estava inscrita. Um pouco por todo o lado, começa a impor-se esta ideia de que *tudo é design*, na esteira de Vilém Flusser, intuindo-se que, sob o *glamour* do *design*, algo de mais radical está em curso

no cenário da actualidade, em que todos os domínios, do material ao imaterial, vão sendo penetrados pela *design*ação humana, subsumidos no que o *designer* norte-americano Paul Rand assume ser um “*dilúvio de design*”. A acreditar em Flusser, “*everything depends on Design*”. Cada vez mais.

O alargamento do âmbito do *design* que, como referido, está em curso desde a Bauhaus, rapidamente se assume como imagem especular do contemporâneo, não só porque abrange simultaneamente o objecto e o mundo (que toma também como seu objecto), mas acima de tudo porque, no seio de uma lógica socio-económica, viria a fundir-se com a técnica, inscrevendo-se inalienavelmente na existência humana. Esta tendência para o envolvimento total da existência esteve, desde sempre, tão implícita no *design* como o imaginário estético e o desejo de purificação das formas que o define. “*Se a vida é um ‘modelo no tempo’ e o design é a prática da impressão de modelos nas coisas, é razoável pensar que a maior ambição do design seria ter como alvo as formas da própria vida*”.

É-lhe intrínseca, e está presente em todos os grandes *designers*, a perturbante tensão entre a funcionalidade e a sublimação, a rigidez do objecto e o sonho de o transcender e, no mesmo gesto, libertar. É certo que a evolução para um *design total* tem subjacente a premissa da libertação do *design* relativamente aos objectos, limitada até ao momento pela contingência material do mundo *real*, que impede, no imediato, a livre e total realização do *desígnio do design*. Se, neste momento, estamos já alienados nos objectos desse desígnio, o fluxo total do *design* pode exponenciar essa alienação, não já no objecto, mas enquanto seres mergulhados no universo absolutamente controlado a que o *design*, no limite, aspira e para o qual, no fundo, tende conceptualmente.

Mark Wigley propõe, a propósito da ideia de *design total*, a distinção entre “*implosive design*” e “*explosive design*”. O *modelo implosivo* teria como objecto espaços determinados, onde desenharia todos os pormenores, procurando controlá-lo através da sujeição do detalhe a uma visão abrangente, que teria por resultado um espaço sem lacunas. O *modelo explosivo*, como se intui, visaria o mundo, o espaço global, bem como tudo o que nele exista ou possa vir a existir. Este modelo (que, de acordo com Wigley, é a filosofia adoptada pela Harvard Graduate School of Design) visa o todo - a colher de chá, o edifício, a cidade,... -, indefinidamente.

Implosivos ou explosivos, os modelos de Wigley emergem de uma filosofia de controlo total que, de momento, está ainda longe de ser possível concretizar. Embora sigamos inconscientemente essa tendência, é cada vez mais importante adquirir essa consciência e questionar o percurso e as possibilidades abertas pelo *design*, enquanto forma e dispositivo da técnica na actualidade, fundamentando o nascimento desta ontologia do artificial que define crescentemente o nosso quotidiano e o modo como aí nos situamos.

A questão do *design* desemboca inevitavelmente na questão da imagem. Embora o *design* seja ainda, em grande medida, projecto para a realidade física que nos circunda, o devir imagético e informacional do *real* antecipa a desejada plasticidade e leveza da matéria. Não é por acaso que o *design* e as tecnologias digitais se reflectem especularmente, como duas faces de uma mesma moeda. A fluidez digital encaixa perfeitamente na filosofia de um *design total*. Neste sentido, a imagem (como um dia o foi o objecto) é um momento essencial da técnica contemporânea, pelo que significa na conquista da desejada plasticidade do mundo.

A imagem nunca é uma realidade simples. Tendo por referência a classificação Peirceana dos signos, a imagem corresponderia à categoria dos *ícones*, na medida em que tem sido genericamente aceite pelos semióticos a definição de imagem como *algo que se assemelha a qualquer outra coisa*. Esta definição aponta, antes de mais, para a evidência de que a imagem não é a coisa em si – logo, evoca, significa, remete para algo que não ela, o que, do ponto de vista da significação, a torna um veículo provável de mensagens complexas, indeterminadas e fugidias. Independentemente dessa dificuldade, ou estimulada por ela, persiste a pretensão semiótica de ler a imagem, criando gramáticas que a procuram decompor em todos os seus elementos constitutivos, do mais simples ao mais complexo, na crença ou esperança de que, tal como acontece com a língua, quanto melhor manejarmos o conhecimento destes elementos mais amplo e profícuo será o uso que deles poderemos fazer. Mas interpretar e analisar uma imagem consiste não tanto em especular sobre uma eventual mensagem pré-existente mas acima de tudo em compreender o sentido que produz, ou seja, o efeito que provoca naquele que a recebe. Em *O Terceiro Sentido*, Roland Barthes parte de um fotograma retirado do clássico de Sergei Eisenstein *Ivan, o Terrível* para daí extrair três níveis de sentido que pretende aplicáveis à *leitura* da imagem: um *nível informativo*, da comunicação, onde

estaria acumulado o conhecimento mais ou menos literal do que está na imagem; um *nível simbólico*, da significação e da conotação, correspondente ao momento em que a imagem começaria a “falar-nos” e que se desdobra em vários sub-níveis de significação; e um *nível do sentido obtuso*, que viria abrir o significado óbvio (obtuso tomado como arredondado, rombo – sentido original proveniente do étimo latino *obtusus*). Este terceiro sentido corresponde à resistência da imagem à interpretação. É um sentido que nos toca mas que não conseguimos atingir, evidente mas teimoso, pairando como que em busca de um significado que dele se descolou e que nos escapa e resiste, permanecendo oculto.

No caso específico do *design*, esse sentido estaria, à partida, contido na intenção que preside ao projecto, ou seja, seria intrínseca a essa intenção projectual a vontade de comunicar, concretizar, tornar explícito um significado no acto de inscrição da ideia. Mas haverá controlo absoluto de quem intenciona sobre o resultado ou, depois de terminada, conseguirá a obra autonomizar-se e guardar num espaço próprio o tal sentido oculto e inatingível de que falava Barthes? Seria essa, afinal, a *aura* benjaminiana perdida na voracidade replicante da técnica? E, sendo assim, será que o sentido da cópia é, então, totalmente óbvio e aberto?

Objecto ou imagem, a questão é uma só: a forma, o visível, aquilo que é feito para dar a ver e a perceber a ideia original. É compreensível que o significado se assumia como última fronteira de toda a investigação sobre os signos. São até muitos os que sustentam que não deveria ser tomado em consideração, sob pena de conduzir a equívocos, na medida em que um dos riscos da interpretação é o seu carácter individual e subjectivo, ainda que a *leitura* das formas esteja sempre dependente de um código e do acordo social acerca desse mesmo código. Não sendo tão completa e objectiva como a linguagem escrita na sua capacidade de comunicar, é impossível negar a existência de uma “linguagem” visual, de uma “linguagem” das formas. O que permanece por determinar é a relevância ou não do contributo que a análise desta “linguagem” poderá dar à compreensão do desígnio do *design*.