

O DESIGN E A FABRICAÇÃO DA EXPERIÊNCIA ¹

António Fidalgo

Catarina Moura

Universidade da Beira Interior

LabCom

“Um designer, no sentido mais lato do termo, é um ser humano que percorre com êxito a estreita ponte que liga aquilo que nos foi deixado pelo passado às possibilidades futuras” (Papanek, 1993: 215). Num momento em que a nossa cultura vê exaltados os códigos que mais apelam à fruição e em que, na sua esmagadora maioria, a experimentação lúdica passa por projectar em direcção a todo o tipo de realidades alternativas, o Design e a sua capacidade de antecipar mundos e, com eles, futuros possíveis emerge como fenómeno estético de significativo impacto cultural, enquanto forma de construção – ou construção da forma – de identidades individuais e sociais.

O agir humano no mundo está, hoje, pleno de possibilidades que, associadas a uma crença e valorização crescentes na/da sua capacidade criativa e criadora, dão corpo à ideia de uma nova ontologia inscrita num modo de ser integralmente intencionado. A associação do Design à ideia de um ambiente *totally engineered* não é gratuita, uma vez que o seu carácter projectual e operativo traduz sempre uma intenção, ou um conjunto de intenções, sobre algo. Neste sentido, articula-se com naturalidade com as noções de técnica, mecânica e máquina, constituindo um conjunto de elementos cuja acção, se ou quando convocados por um pensamento artificioso, não tem como não ser metamorfoseante (Cruz, 2002).

Vilém Flusser reforça esta ideia. Um dos aspectos interessantes da abordagem deste autor a esta disciplina é a ligação que encontra entre

¹ Artigo publicado originalmente em Fidalgo, A.; Canavilhas, J. (Org.), (2013). *Comunicação Digital*, Lisboa: Editorial Minerva.

Design e as ideias de astúcia, insídia, embuste ou cilada², afirmando a esse propósito que “um designer é um conspirador dissimulado que estende as suas armadilhas” (Flusser, 2010: 9-10). Nesta mesma linha, estabelece uma eloquente associação entre Design, *machina*, *téchné* e *ars*, considerando não só que estes conceitos não podem ser pensados uns sem os outros, mas também que todos eles são originários de uma similar versão existencial do mundo: “esta máquina, este design, esta arte, esta técnica pretendem desafiar a força da gravidade, iludir as leis da natureza e, exactamente graças ao aproveitamento de uma lei da natureza, emancipar-se de forma enganadora da nossa limitada condição humana” (*Idem*: 12). O raciocínio de Flusser não é fortuito e, de certa forma, contribui para que comecemos, se não a compreender, pelo menos a antecipar um certo desconforto que pulsa na actualidade relativamente ao Design.

Ainda que, ao longo da história, a técnica tenha sido invariavelmente encarada como instrumento, o tipo de progresso experienciado neste último século abriu espaço a uma viragem cujas consequências mal podemos antecipar, desde logo porque é agora ela que instrumentaliza. Ao fundir-se com a técnica, o Design rapidamente se assume, também ele, como imagem especular do contemporâneo, não só porque abrange simultaneamente o objecto e o mundo (que toma como seu objecto), mas sobretudo porque, nesse mesmo gesto, se inscreve inalienavelmente na existência e na experiência humanas, transformando-as.

A SEMIOTIZAÇÃO DO AMBIENTE

“As coisas da natureza falam-nos, às artificiais fazemo-las falar nós: estas contam como nasceram, que tecnologia se utilizou na sua produção e de que contexto cultural procedem. Explicam-nos também algo sobre o utilizador, sobre o seu estilo de vida, sobre a sua real ou suposta pertença a um grupo social, o seu aspecto” (Bürdek, 2002: 131-132). Ao designer caberia compreender e saber fazer uso destas duas linguagens, a natural e a artificial, contribuindo activamente para uma autêntica semiotização do

² Flusser associa igualmente a palavra Design a sinal (*zeichen*), indício (*anzeichen*), presságio (*vorzeichen*) e marca distintiva (*abzeichen*), afirmando que o modo como abordamos o conceito depende da intenção dessa abordagem, ou seja, do que dela e com ela pretendemos. Cf. FLUSSER, V. (2010). *A Forma das Coisas. Uma Filosofia do Design*, Lisboa: Relógio d'Água Editores, p. 14.

ambiente e, com ele (ou através dele), da experiência.

Perspectivada como um sistema de comunicação não verbal capaz de interagir eficazmente com o ser humano através dos mais diversos signos, a Arquitectura terá sido uma das primeiras responsáveis pelo estudo desta semiotização do ambiente. A naturalidade com que Arquitectura e linguagem se cruzam e geram todo o tipo de analogias leva Charles Jencks (1986) a defender a possibilidade de falarmos de palavras, frases, sintaxe e semântica arquitectónicas. Podemos aceitar que assim seja, que as suas plantas, referências espaciais, fachadas, combinações, funcionem como *palavras* e *frases* que, como em qualquer outra linguagem, vão mutando em função dos diversos contextos (geográficos, temporais, temperamentais) que as geram. Ainda assim, é fundamental ter em consideração que a linguagem da Arquitectura não é/não tem como ser tão evidente como a da Literatura ou tão imediata como a da Música, por exemplo. Faltar-lhe-ia, por exemplo, o que Metz (1970) denominou *focalização assertiva*, ou seja, capacidade para falar de si mesma, para se explicar, recurso que a linguagem verbal possui quase em exclusividade.

Influenciados pelo trabalho que começara a ser realizado no âmbito dos estudos sobre Arquitectura e suas possíveis ligações e suportes de análise, alguns autores (Maldonado, 1959; Baudrillard, 1968; Eco, 1968; Barthes, 1987) adoptaram uma abordagem similar para a análise do Design e dos seus produtos, procurando fazê-la a partir da Semiótica. O facto de, durante décadas, o Design ter sido obsessivamente olhado em função da sua dimensão prática e funcional (centrada na satisfação de necessidades específicas) levou a que ficasse esquecida, ou relegada para um bafiento segundo plano, a sua inegável dimensão comunicativa, que a partir das décadas de 1960 e 1970 começa então, paulatinamente, a ser evidenciada.

A análise semiótica do processo comunicacional assume a existência de um emissor, de uma mensagem e de um receptor que, inseridos num determinado contexto e partilhando um determinado código, são fonte, objecto e destino de permanentes operações de codificação e decodificação. Inicialmente, a aplicação deste modelo de comunicação ao Design foi pensada como um processo unilateral. Fazia sentido que o designer se concebesse a si mesmo como emissor de determinada mensagem e que esta coincidissem com a função do produto criado, sendo

sua tarefa torná-lo *user friendly*, ou seja, traduzir a sua dimensão funcional em signos facilmente assimiláveis pelo seu potencial utilizador. Lográ-lo implicaria dominar o repertório simbólico deste putativo destinatário, demonstrando uma compreensão profunda da sua formatação sociocultural.

Tendo em conta que todos os objectos são signos ou portadores de significado, reflectindo e, portanto, informando sobre usos, costumes, pertença social ou nível cultural³, penetrar no seu contexto implica não só ser capaz de detectar os seus significados mais evidentes, mas também identificar aqueles que, dada a sua natureza menos óbvia, por norma permanecem ocultos e indecifrados. Seguindo esta linha de raciocínio, mais do que criar objectos novos, a função do Design seria criar objectos inteligíveis, manipulando a mensagem nele contida de modo a torná-la facilmente perceptível, ou seja, permitindo-lhes comunicar (Bürdek, 2002: 133).

Falar, hoje, de algo sequer aproximado a uma teoria semiótica do Design significa poder recuar aos seus alicerces e, conseqüentemente, ao nome e obra de Jean Baudrillard, apontado como um dos seus mais prováveis fundadores. Através da aplicação do método semiótico-estruturalista à análise do quotidiano, este autor dá início a uma inovadora investigação sobre a linguagem dos objectos de uso diário, com o objectivo de evidenciar o modo como estes reflectem as múltiplas características do seu proprietário. Para Baudrillard (1972), o sentido actual do objecto terá nascido em consequência da Revolução Industrial, momento em que localiza a passagem de uma sociedade metalúrgica para uma sociedade demiúrgica⁴. Com esta transição, aquilo que antes era considerado produto, mercadoria, assumiria agora o estatuto de objecto, passando a existir não só no contexto da sua funcionalidade, mas também da sua finalidade, do

³ Roland Barthes propõe, a este propósito, o conceito de *função-signo*, procurando demonstrar justamente que, mais do que funcionar e informar sobre essa função ou funcionalidade, o objecto é sempre portador de uma dimensão simbólica que lhe abre o sentido, tornando-o alvo de várias conotações ou leituras possíveis, dependentes do contexto de quem o interpreta. Cf. BARTHES, R. (1987). *A aventura semiológica*, Lisboa: Edições 70.

⁴ Uma interessante alusão a demiurgo (do grego *demiourgós*, "criador"), "*o que trabalha para o público; qualquer homem que exerça uma profissão, artífice; operário manual*", in MACHADO, J. P. (1995). *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa (com a mais antiga documentação escrita e conhecida de muitos dos vocábulos estudados)*, Segundo Volume (C-E), 7ª Edição, Lisboa: Livros Horizonte, p. 299. Entre os filósofos gregos, particularmente Platão (que o refere no *Timeu*, c. 360 a.C.), demiurgo traduz "*o deus ou o princípio organizador do Universo, autor e gerador de tudo quanto existe*", sentido que se mantém no latim (*demiurgu-*), "*o criador do Universo*". Cf. AA.VV. (2009). *Dicionário da Língua Portuguesa*, Dicionários Editora (Acordo Ortográfico), Porto: Porto Editora, p. 472.

seu sentido e do seu valor – assumindo-se assim, definitivamente, como signo no seio de uma economia política globalizada e como entidade que tem tanto de concreto como de abstracto.

Este aspecto é importante para a compreensão da evolução da experiência cultural do objecto, invariavelmente conotado como necessário, o que Baudrillard considera um mito. Com a Revolução Industrial e o subsequente advento do capitalismo, surge uma ideologia do consumo que vai impregnar e determinar a relação que passamos a ter com os objectos, distanciando-nos da percepção espontânea da sua utilidade (e, com ela, da sua materialidade) e revestindo-os de uma significação intimamente ligada à ideia de valor, tão presente quanto intangível, 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 de troca. Ainda que aquilo que o objecto mostra permaneça intocado, a sua leitura passa agora, incontornavelmente, pela percepção da imagem, assinatura ou conceito que o legendam e tornam reconhecível e avaliável no seio de um sistema de signos. Consequentemente, o objecto, categoria histórica do concreto e da tangibilidade, vê-se assim subsumido numa dimensão intangível e abstracta que o século XX desenvolveu e sofisticou com o auxílio da técnica tornada tecnologia.

Em Baudrillard encontraremos também, mais tarde⁵, a noção de catástrofe semiótica do presente, com a qual traduz a tese de que os signos, vazios, ou já não se referem a nada ou remetem apenas para si mesmos (autoreferencialidade). No caso específico do Design, esta *catástrofe semiótica* traduziria uma profunda crise de sentido, reflexo de uma cultura do simulacro e da simulação, entendidos como impostura, subterfúgio, ilusão ou aparência. O autor opõe simulação a representação: se, para esta, o foco era a equivalência entre signo e realidade, para a primeira o centro de todo o interesse será a utopia.

⁵ Em *Simulacros e Simulação* (*Simulacres et Simulation*, no original), publicado em 1981 e que a Relógio d'Água edita em português, pela primeira vez, em 1991.

A progressiva desmaterialização do objecto torna mais evidente a necessidade de lhe encontrar um sentido, pois a transição da criação de *hardware* para o design de *software* (interfaces) exige novos pontos de referência, novas coordenadas capazes de orientar a relação do ser humano com o mundo artificial que, sendo obra sua, se revela cada vez mais líquido (Bauman, 2000) e difícil de controlar. O signo tangível, material, gráfico que o ser humano deixa sobre uma superfície como impressão digital, estática, duradoura, vestígio do gesto que o acompanhou e possibilitou, vê-se hoje alvo de uma viragem radical que transforma o tangível em intangível, o material em imaterial, o gráfico em infográfico. O que esta viragem radical nos devolve é uma imagem sem rasto, sem marca, sem vestígio – a imagem não indicial. Curiosa a expressão impressão digital aplicada ao contexto tecnológico contemporâneo, no qual impressão e digital (material/vestígio e imaterial) ilustram, agora, uma contradição. A imagem digital surge isenta de marca, de impressão, de pressão, representando a emergência histórica de um novo tipo de artefacto figurativo elaborado através de instrumentos mecânicos. Tradução formal do modelo lógico-matemático que a origina, esta imagem caracteriza-se, antes de mais, pelo facto de a sua constituição não accionar nenhum tipo de reprodução (analógica) de uma realidade anterior.

Ao contrário da imagem analógica, a imagem digital é independente do seu suporte, neste caso o ecrã em que a vemos projectada, podendo ser alterada e manipulada a qualquer momento, sem por isso deixar marcas físicas das suas diferentes fases. Uma obra codificada digitalmente não está, por definição, ligada à presença sensível de determinado material, nem pode ser produzida ou conservada de outra maneira que não no universo do código. Isso confere-lhe uma plasticidade com a qual contagia potencial e paulatinamente o mundo humano e tudo o que o compõe, vinculando-a não só à tecnologia, mas também, através dela, ao Design.

A fluidez digital encaixa perfeitamente no espírito criador e potencialmente totalizador do Design, entendido enquanto projecto para o mundo, desígnio, determinação – instrumento ou forma da eterna vontade de poder do ser humano. Num mundo de objectos, o Design conquista facilmente protagonismo como disciplina por excelência para redesenhar o mundo, a vida e o corpo (sustentáculo dessa vida e vínculo a esse mundo), em nome da utopia do aperfeiçoamento perseguido através de uma demanda eterna

pela purificação, renovação e reinvenção das formas.

A herança da Bauhaus sente-se aqui com particular relevância, não só pela questão do objecto, mas sobretudo da ideia de ambiente desenhado (ou designado), que a tecnologia veio potenciar. O sonho que, em 1919, Walter Gropius converteu em escola⁶ na cidade alemã de Weimar viria a revelar-se um momento artístico e conceptual determinante na evolução da cultura dita ocidental. De certa forma, podemos não só dizer que não há objecto propriamente dito antes da Bauhaus, no sentido em que o entendemos e experienciamos na actualidade, mas também que, a partir dela, tudo parece entrar neste estatuto, sendo inclusivamente produzido enquanto tal.

Com esta escola e movimento, 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. O funcionalismo ascético e puritano que a caracteriza traduz-se no despojamento que assume como chave conceptual, caracterizado pelo traçado geométrico dos seus modelos e, em geral, pela economia do seu discurso. Uma filosofia que vai lançar, em grande medida, as traves mestras sobre as quais a construção do Design irá evoluir ao longo do século XX.

O projecto de Gropius para esta escola passa por conseguir que arte e técnica formem uma nova unidade, de acordo com o seu tempo. A Bauhaus dá continuidade à doutrina do movimento de reforma social que marcara a transição do século XIX para o XX, criando produtos que fossem não só altamente funcionais, mas também economicamente acessíveis para a grande maioria da sociedade. Ao assumir a direcção da Bauhaus em 1928, já em Dessau, Meyer defenderá com veemência uma redefinição social da Arquitectura e do Design, sustentando que era função do criador servir a cidade, satisfazendo as suas necessidades elementares com produtos

⁶ A Bauhaus é fundada em Weimar, sede do Parlamento alemão, onde fica entre 1919 e 1925. Neste momento, muda-se para Dessau, onde ocupa um edifício concebido por Walter Gropius, director da escola até 1928, altura em que é substituído por Hannes Meyer. Em 1930, a ascensão do nacional-socialismo força Meyer ao exílio, em Moscovo. Com algumas dificuldades, um pequeno grupo de professores e estudantes, liderados pelo novo director, Mies van der Rohe, prossegue com a actividade da escola em Berlim, tentando que funcione enquanto instituto independente. A 20 de Julho de 1933, escassos meses após a subida ao poder de Adolf Hitler, a Bauhaus encerra definitivamente, por decisão própria dos seus últimos representantes.

adequados, nomeadamente ao nível do conceito habitacional.

Desde início, a Bauhaus assume-se como uma escola da vida e para a vida, o que transcende a sua dimensão pedagógica. Docentes e alunos praticavam uma filosofia comum e construtiva da vida que, pelo menos na fase de Weimar, equivalia ao que Moholy-Nagy, um dos membros mais carismáticos desta escola, definia como vivência comunitária. Esta identidade comum revelou-se igualmente determinante para o fervor quase proselitista com que as ideias da Bauhaus foram transmitidas e acolhidas por todo o mundo (Bürdek, 2002: 33). Depois da Segunda Guerra Mundial, a Escola Superior de Design de Ulm dará continuidade a muitos dos pressupostos herdados deste movimento⁷ que, além da síntese estética (através da integração de todos os géneros artísticos sob a direcção da Arquitectura), defendia uma síntese social (orientando a produção estética para a satisfação de necessidades concretas de uma larga franja da população e democratizando o estilo de vida simples, funcional e depurado que as suas formas promoviam).

No entanto, se o Design dos períodos Art Nouveau, Jugend e Liberty se assumia abertamente como projecto global, para o todo, da Arquitectura ao mobiliário, passando pelo vestuário e pelos mais variados objectos decorativos e/ou funcionais, o Design da Bauhaus, devido às dificuldades políticas com que se viu confrontado e condicionado, nomeadamente em função da estrutura e governação dos *Länder*, acabou por, em grande medida, se ver limitado à produção de mobiliário, já que o projecto para uma cidade inteira, à excepção da urbanização de Dessau, se revelava inconcebível.

Ainda assim, a sua ligação histórica ao universo mais acessível (tanto em termos económicos como semânticos) da produção humana fez com que, desde cedo, o Design fosse recorrentemente tido como democrático, visto como possibilidade de criação de um estilo de vida simples e funcional que pudesse ser transversal a toda a sociedade. No entanto, uma visão

⁷ A continuidade que a Escola Superior de Design de Ulm dá, pelo menos numa fase inicial, ao modelo da Bauhaus não deixa grandes margens para dúvidas. Max Bill, um dos fundadores da nova escola e seu director até 1956, fora aluno da Bauhaus entre 1927 e 1929, caso também de Albers, Itten ou Walter Peterhans, professores convidados em Ulm. Que o discurso de inauguração da nova escola tenha sido proferido por Walter Gropius é igualmente elucidativo. Ainda assim, a Escola de Ulm trilhará um caminho que a imporá, por direito próprio, como uma das escolas mais importantes e influentes para o desenvolvimento do Design ao longo da segunda metade do século XX.

democrática do Design não o isenta da sua dimensão controladora, originada pela ambição que o define, desde a génese, de orquestrar integralmente o mundo artificial (ou será mais indicado aplicar o plural?) que é, também, cada vez mais, o mundo da vida do ser humano.

Enquanto *engenheiro social*, o designer pode assumir a ambicionada função de programador, capaz de racionalizar recursos e pensar a criação e a produção num contexto sistemático e articulado: “o automóvel não é só o veículo que se compra mas o motor que polui, a carcaça que ocupa o espaço livre da cidade e justifica mais e mais vias e viadutos, o metal que não se recicla, o competidor à economia dos transportes públicos, o agente da suburbanização da metrópole, a necessidade, o instrumento de dominação nos países subdesenvolvidos” (Portas, 1993: 99).

Não é, portanto, difícil apreender o desassossego, a inquietação, por vezes até o mal-estar que tantas vezes acompanham, quais efeitos secundários, o acto de pensar o papel do Design numa sociedade imbuída de uma eufórica, equívoca e ainda ingénua crença no carácter imparável do progresso tecnológico. Sendo a nossa era aquela em que, na história da humanidade, a presença da técnica se faz sentir com maior intensidade, não deixa de ser curioso que possa vir a revelar-se, em igual medida, aquela em que o vazio se tem vindo também a instalar de modo mais agudo, enfatizando a necessidade de trabalhar a aparência da técnica e, com ela, a nossa percepção do seu papel, para que continuemos crentes na firmeza e eficácia das suas soluções para as nossas vidas.

“BETWEEN A ROCK AND A DREAM”: DO TANGÍVEL AO INTANGÍVEL

Desde os tempos mais remotos, a acção humana no mundo teve como consequência a sua progressiva artificialização, gerando *designed environments* cada vez mais abrangentes e englobantes. “Vivemos (...) em mundos artificiais – é essa a nossa actualidade” (Highmore, 2009: 1). Esta ideia tem vindo a ser trabalhada e desenvolvida a partir dos mais diversos quadrantes do pensamento contemporâneo, de Paul Rand a Vilém Flusser, passando por Jean Baudrillard, Bruce Sterling ou Hal Foster, segundo o qual nos dias de hoje, dos *jeans* aos genes, tudo é Design (*Idem, Ibidem*).

É verdade que insistir nesta abrangência do Design pode tornar o termo excessivamente abstracto, perdendo a sua capacidade objectiva e descritiva. No entanto, Ben Highmore, autor do ensaio *A Sideboard Manifesto: Design Culture in an Artificial World*⁸, considera que limitá-lo à sua vertente aplicada acarretaria um risco muito mais grave – o de não permitir que compreendêssemos o modo como estamos implicados e até incorporados num vasto conjunto de processos de Design que obviam e, portanto, nos ajudam a compreender o que significa viver num mundo artificial.

Todos os ambientes concebidos (*designados*) são campos dinâmicos que nos situam num mundo artificial feito tanto do que é material (objectos) como do que não é (sensações, afecções, ligações). Graças à sua ubiquidade, estes ambientes treinam a nossa percepção, afectando-nos, orientando-nos e permitindo-nos, assim, compreender como, através deles, sujeitos e objectos se relacionam e tornam inalienáveis. “Fazemos coisas às coisas e as coisas fazem-nos coisas a nós” (*Idem*: 8), muito em consequência do hábito que resulta do facto de nascermos já para um mundo fabricado e artificial, feito e cheio de coisas com as quais aprendemos a conviver e que, paradoxalmente, encaramos como naturais desde os primeiros segundos de vida. Este hábito conforta-nos na mesma medida em que nos constringe e constrange: proporciona-nos uma certa sensação de controlo sobre o mundo e a nossa vida, dissimulando com algum sucesso o modo como, em consequência e contrapartida, também nos controla a nós, à medida que nos deixamos conduzir pelas máquinas que integram e moldam as nossas rotinas diárias.

Pensar o Design desta forma e no âmbito de uma abordagem semiótica leva-nos a encará-lo como um conjunto de ligações e a adivinhar uma correspondência entre sintaxe, semântica e pragmática e, respectivamente, estética, ética e política. Esta associação tem como implicação imediata aceitar a possibilidade de que, na actualidade, a estética define as condições de desenvolvimento das dimensões ética e política da experiência.

Ligar sintaxe e estética assume como lógica a existência de uma estrutura

⁸ Com o qual introduz a obra *The Design Culture Reader*, da qual é editor. Cf. HIGHMORE, B. (Ed.), (2009). *The Design Culture Reader*, London and New York: Routledge.

cujos alicerces vão determinar a orientação (ou desorientação) e a solidez (ou fragilidade) dos elementos que a partir deles forem construídos. Esta lógica traduz um processo de amplificação de micro a macro, a partir do qual se pondera a influência e o impacto que a unidade mínima do Design, o *objecto-imagem*, ponderada em toda a sua especificidade e (i)materialidade - “as it constantly oscillates between a rock and a dream” (*Idem*: 7) -, terá na macroestrutura definida pelo conjunto de ligações implicadas pelo Design.

Só partindo do funcionamento do *objecto-imagem* poderemos almejar compreender e destrinçar a complexidade das relações que se estabelecem na teia rizomática de sujeitos, objectos e imagens que define a contemporaneidade. Que sintaxe e estética pareçam definir-se em função da apresentação e da aparente linearidade de uma superfície não deve permitir que menosprezemos a sua suposta ausência de profundidade, até porque esta superfície tende, cada vez mais, a ser interface, ou seja, ligação. A complexidade das interfaces que povoam e definem os contornos da cultura contemporânea advém do modo como esta estrutura parece determinar a experiência que temos do mundo, da imagem e do mundo tornado imagem, pelo mero facto de condicionar o nosso modo de ver.

O mundo designado resulta da constante tensão existente entre as propriedades físicas da sua existência material e a força motriz do desejo e da sua pulsão imaterial. Esta macro-lógica deriva do que Highmore designa como uma estética social, centrada na interacção entre sujeitos e objectos, ou seja, na experiência enquanto produto da materialidade, na afecção ou, mais concretamente, na artificialização da afecção e da sensibilidade.⁹

Se a sintaxe nos remete para a apresentação do signo, a semântica nutre-se da sua capacidade de representação, de apresentar duas vezes – ou tantas quanto as conotações que o *objecto-imagem* apresentado permita à comunidade de intérpretes que em torno dele se congregue. Se a apresentação, de carácter estético-sintáctico, remete para a presença, a representação, definida em termos ético-semânticos, ocorre *in absentia*, à distância, traduzindo-se, portanto, como abertura de sentido e encontrando a verdade como baliza e valor de referência (Frege).

⁹ Para a qual alerta Maria Teresa Cruz (2000) no ensaio “Da nova sensibilidade artificial”, BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (em linha). Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/cruz-teresa-sensibilidade-artificial.html

Entender a verdade como correspondência ou adequação entre o pensamento e a realidade tem vindo a ser relativamente constante desde Aristóteles (Fidalgo e Gradim, 2005: 92). Naturalmente, esta questão adquire corpo no âmbito da sua aplicabilidade, de natureza político-pragmática, pois pensar o sentido e as condições da sua existência remetem-nos automaticamente para o uso do signo e para a comunidade que constitui o contexto dessa utilização e em função da qual ela deve ser gerida. No seguimento de uma lógica da apresentação e da representação, esta terceira dimensão define-se como ligação / relação – dos utilizadores entre si e com o mundo.

A questão técnica e a sua associação ao Design na transformação da experiência não pode ser pensada fora de um agenciamento ético-semântico e político-pragmático. Parece-nos, no entanto, que estas duas dimensões são intrinsecamente determinadas por uma lógica formal, estético-sintáctica, que podemos entender como *frame*, moldura, grelha ou pura e simplesmente matriz. O conhecido filme *The Matrix* (1999), dos irmãos Wachowski, explora perfeitamente esta ideia de uma estrutura que, quer esteja oculta, quer encontremos exposta, determina uma forma específica para todas as construções e ligações posteriormente assumidas como mundo e experiência do mundo.

Filtrada pela técnica, a nossa experiência do real distancia-se do próprio real. No entanto, ao contrário do que sucedera com a insuficiência metafísica do real enquanto símbolo de uma ausência que, de Platão a Hegel e Lacan, remetia para a ilusão – igualmente metafísica – de um outro mundo onde se encontrariam as chaves desse mesmo real, na actualidade este encontra-se dissolvido (Bauman), simulado (Baudrillard) e desrealizado (Virilio), arrastando com ele a própria vida e convertendo-se, como insinua Baudrillard em *Simulação e Simulacros* (1991), numa utopia que parece já não se inscrever na ordem do possível. Sonhado como objecto perdido, o real seria hoje apenas uma forma de designar um sentimento arcaico de estar no mundo, um sentimento de pertença e ligação, exercendo ainda, no entanto, uma profunda atracção sobre o humano, seja ela nostalgia ou necessidade de referência e âncora, à medida que se vê constrangido pelas paisagens mediáticas do mundo artificial e pelas suas consequências.

A tecno-estética propõe-nos um jogo sedutor feito da gestão constante entre

aparência e desaparecimento, celebrando dionisiacamente a aparência de um simultâneo estar e não-estar e contribuindo, assim, para multiplicar as fantasmagorias com as quais a cultura ocidental se tem visto confrontada desde os tempos mais remotos e que hoje se reavivam sob a capa do *entertainment*, do produto agradável, apetecível e fácil de consumir.

Este inegável poder de sedução relaciona-se igualmente com o poder das experiências sinestésicas para ampliar a nossa capacidade perceptiva, alongando protesicamente os nossos sentidos enquanto extensões dos mesmos. Marshall McLuhan soube intuí-lo e não há hoje como negar o impacto da tecno-mediação na estrutura do nosso comportamento perceptivo e a profunda alteração que acarretou para a nossa sensibilidade. Com a desmaterialização do espaço nos ecrãs que povoam a paisagem tecnológica contemporânea, impõe-se uma nova ligação ao mundo caracterizada pelo desvanecimento da consciência corporal e, conseqüentemente, pela perda de protagonismo dos sentidos a favor da visão.

À medida que a realidade se transforma num conjunto de ficções e a primazia é concedida às aparências e à simulação, o contemporâneo assume como possível a irreversibilidade da ruptura com a ordem familiar do espaço e do tempo, fascinado pelas inúmeras possibilidades lógicas abertas pelas experiências abstractas suportadas pelo universo tecno-mediado e insensível à crescente hiperestetização da visualidade levada a cabo pela cultura de massas.

A progressiva simbiose entre o objecto e a vida conferiu-lhe o estatuto quase ontológico de uma segunda pele. Conseqüentemente, a desmaterialização do objecto acarreta conseqüências drásticas, desde logo, devido à perda de uma forma material de sentir e conhecer o mundo, que passa agora a manifestar-se através de múltiplos simulacros. Com a revolução cibernética, vemos apagar-se não só o vestígio do outro no transporte de informação, mas também o próprio conteúdo, dependente da contínua alimentação electrónica dos seus suportes técnicos. Com eles, desaparece a possibilidade da arqueologia do objecto e da mensagem, a memória e a própria história, no sentido de acumulação e registo que a modernidade fabricou para ela.

Cada vez mais, é a experiência em si, sem rasto material, que é objecto, primeiro de Design e depois de consumo. Com a progressiva desmaterialização do objecto, o designer passa a integrar uma estratégia global de manipulação de códigos e parâmetros abstractos num ecossistema electrónico desdobrado em múltiplas variações e (não) lugares, reforçando a natureza fantasmagórica da experiência estética contemporânea e catapultando o Design, e o próprio objecto, para o território da imagem.

A omnipresença da imagem é, hoje, um dado cultural incontornável. A sua ascensão a um estatuto que lhe permite transitar por todos os campos da existência humana fecha o mundo num regime de hipervisibilidade em que tudo parece assemelhar-se sob um manto difuso e alucinatório de permanente estetização – precisamente aquele que Walter Benjamin já anunciara como forma determinante do fascismo e que consiste em subsumir todas as formas e correspondentes experiências num único modelo de representação. Resta saber qual será a configuração final da alteração imposta pela imagem a um processo cultural longamente ancorado na tradição do *logos* e, conseqüentemente, de que modo conseguiremos assimilar toda a extensão dessa transformação.

A AMBIGUIDADE DA EXPERIÊNCIA

Observamos, assim, que o que começa a emergir como categoria verdadeiramente problemática é a experiência – afinal, como pode um tipo de experiência não ser tão válido como qualquer outro? Porque não haveríamos de o “ter em conta como igualmente signficante e expressivo”? (Robins, 2003: 42) Ao devolver-nos a medida do nosso estar no mundo, quanto mais ambígua se torna a experiência, mais se vê afectada a nossa capacidade de aprender e constituir a partir dela.

Thomas Ogden detecta na tecnocultura a capacidade de criar “formações substitutas, que implicam transformar a condição de não-experiência na ilusão de experienciar e conhecer” (1989: 8). É importante que nos questionemos sobre a possibilidade de, sob este aparente movimento de abertura ao mundo, estarmos na verdade a proceder ao encerramento da experiência – sobretudo se tivermos em conta que esse mundo tecnológico

que nos chega enquanto fluxo (Castells, 1999), liquidez (Bauman, 2000) e velocidade (Virilio, 1998) é, também (e em consequência), um mundo de contenção e controlo, apresentando-se assim enquanto problema simultaneamente estético, ético e político.

Robins é cirúrgico ao definir que o que agora está em causa são as consequências de um processo histórico de racionalização do campo da visão, ficando por determinar se, à medida que a visão se afasta da experiência, será possível voltarmos a estar conectados “a um mundo que já não tomamos como real, um mundo cuja realidade tem sido progressivamente filtrada” (Robins, 2003: 29). Uma discussão tornada pertinente pela crescente desmaterialização das interfaces e do próprio processo de mediação, sobretudo se pensarmos que tão relevante como a imposição de uma estrutura (*frame*) é a sua retirada e, com ela, a noção de limite, fronteira e referência que nos norteia em função da tradicional divisória entre *lado de cá* e *lado de lá* ou, se preferirmos, dentro e fora. Essa duplicidade de espaços tem funcionado como referência, mais do que para a imagem, para a própria vida, tendo sido em função dela, por exemplo, que a Arquitectura concebeu semioticamente a paralinguagem não só da habitação como do próprio acto de habitar (Bártolo) como algo assente na diferença essencial entre um espaço próprio, interior, próximo e o seu oposto, exterior, distante.¹⁰ No limite, e seguindo essa mesma lógica, é o corpo o nosso último *frame*, a derradeira garantia referencial que mantém a nossa percepção ancorada no mundo físico do aqui e agora a que ainda chamamos realidade.

É interessante observar que, enquanto a Arquitectura trabalha o espaço a partir do sujeito, o Design virá a impor-se, ao longo do século XX, pela forma como trabalha o espaço a partir do objecto, associando-se à tecnologia na construção de um mundo tecno-mediado cujo espaço se traduz numa configuração comunicativa definida a partir de uma lógica cada vez mais temporal (ou, se preferirmos, espaço-temporal).

O tempo tecnológico trabalha a actualidade e a imediaticidade como outrora o tempo histórico trabalhou a permanência e a durabilidade. Como vemos, a

¹⁰ O ser humano foi pensado pela modernidade a partir desta vivência enquadrada, estruturada em função da separação concreta entre o espaço próprio e o espaço do outro, que se traduzem em noções igualmente compartimentadas e opostas de mesmidade e alteridade.

natureza dos meios configura não só um espaço, mas também um tempo perceptivo. O tempo histórico, cronológico e linear ajusta-se a lógicas extensivas e cumulativas, como a enciclopédia, o arquivo e a biblioteca, orientando-se a partir de uma noção de saber, de conhecimento e de valor da informação determinados pelo critério de verdade e pelo tratamento científico da mesma. O tempo tecnológico, pelo contrário, é condicionado pelo elemento-chave do funcionamento da máquina: a velocidade, que a informática potencia ao desmaterializar a informação, permitindo-lhe fluir sem atrito, ao ritmo da luz.

A percepção fragmentada da realidade que caracteriza o funcionamento da cultura visual contemporânea resulta da natureza tecno-mediada da nossa experiência, centrada no dispositivo e no seu funcionamento, com inevitável impacto na formatação de um *modo de ver*. *As máquinas da visão* (Virilio) ligam-nos a um mundo que passou a estar-nos imediatamente acessível, mas que conhecemos apenas à distância, enquanto somatório de imagens, fragmentos que não conseguimos ligar, à medida que vamos adquirindo consciência de que o todo é mais que a soma das partes.

Permitindo-nos o acesso a um real inacessível a olho nu – da luneta ao microscópio, das provas a negativo do século XIX às fotografias através das quais Muybridge desconstrói o movimento, da radiografia à ecografia, da dissecação às imagens produzidas pelas sondas espaciais,... – estas máquinas modificaram a nossa forma de ver o mundo, afinando o olhar e, nesse mesmo processo, fabricando uma forma de ver.

Centrada no *aqui* e no *agora*, a técnica fracturou tanto o espaço como o tempo enquanto dimensões vividas em contínuo, longitudinalmente, implodindo-os na caleidoscopia de um eterno presente, definido em função da permanente actualização e cada vez mais desprovido de contexto. A actualidade arquiva imediatamente o conhecimento que produz, deixando-nos imersos numa realidade que percebemos como um conjunto aleatório de acontecimentos sem aparente ligação a nada, sem âncora que lhes devolva o sentido, que os devolva à totalidade, impedindo que sigam à deriva enquanto parte do fluxo de informação que caracteriza a sociedade em rede.

UMA POÉTICA DO *ET CAETERA*

Viver nisso a que (ainda) chamamos *sociedade da informação* tem consequências. Uma delas – provavelmente a que de forma mais premente se impõe numa cultura marcada pelo desenvolvimento dos suportes de informação e da sua respectiva capacidade de armazenamento – diz respeito à necessária gestão que o excesso exige ante a ameaça de se transformar em caos e/ou invisibilidade (uma irónica catástrofe quando considerados os padrões de funcionamento de um sistema assente na exposição como tradução, mais que de existência, de valor). Consequentemente, à medida que nos fomos tornando mais conscientes desta necessidade de gestão da informação, mais diversificadas têm sido as estratégias concebidas para auxiliar – e, no mesmo gesto, organizar – a nossa relação com ela. O que daí resulta é, por um lado, o *desenho* da informação e, por outro, da própria experiência que define, para o humano, a interacção com essa informação, dando lugar à figura cada vez mais familiar do *user*, em função do qual são estudadas e criadas soluções crescentemente *friendly*.

É comum aos designers multimédia a ideia de que, mais do que plataformas, páginas ou jogos, estão a criar mundos, que estruturam a partir da lógica de navegação através do espaço, seja este trabalhado a partir da definição de níveis ou hiperligações. No caso específico dos videojogos, a narrativa estabelece-se a partir dessa noção de percurso ou itinerário e finalizar o jogo implica percorrer e dominar todos os seus espaços. Ao contrário do que sucede na literatura moderna, no teatro ou no cinema, cujas narrativas são construídas em torno de um movimento e de uma tensão essencialmente psicológicos, nos videojogos é o movimento espacial do protagonista que define e organiza o enredo, aspecto que Lev Manovich (2001; 2005) associa ao sentido que a narrativa tinha na Grécia Antiga enquanto *diegese*, movimento no espaço e no tempo.

Tendo em conta que, da Arquitectura ao Urbanismo, passando pela Geometria e pela Topologia, entre inúmeros exemplos possíveis, a cultura humana se caracterizou, desde sempre, não só pela organização do espaço, mas também pelo seu uso para representar ou visualizar, é com naturalidade que a lógica informática vem dar continuidade a esta herança, espacializando todas as representações e experiências. Para Manovich, o

estudo da natureza desta lógica permite que o espaço navegável se assuma como um dos suportes e categorias mais sólidos da estética dos novos meios.

Pela primeira vez, o espaço torna-se um tipo de *medium* que, tal como o texto, o áudio ou a imagem (fixa e em movimento), pode ser guardado, formatado, comprimido, recuperado, programado ou transmitido, sendo igualmente uma forma de visualizar e trabalhar qualquer tipo de informação, uma vez que funciona como interface para o mundo organizado das bases de dados.

A definição do espaço navegável como interface remete não só para a sua componente gráfica, mas também para o modo como articula e medeia entre duas lógicas, a humana e a do computador, aspecto que reforça o seu carácter ambíguo (*Idem, Ibidem*). Se, por um lado, por se tratar de um cosmos abstracto, livre dos constrangimentos e das contingências das leis físicas, o espaço do computador é, por definição, isotrópico, não privilegiando nenhum eixo em particular (ao contrário do espaço humano, organizado a partir de coordenadas verticais e horizontais), por outro lado ele é, também, um espaço antropológico, destinado a ser percorrido por um utilizador humano e que, portanto, tende a levar consigo as lógicas gerais pelas quais se norteia. Esta questão não pode ser descurada pelo designer que, a todo o momento, deverá estar consciente de que não está a conceber um objecto em si mesmo, mas sim a experiência de um utilizador, experiência essa que remeterá sempre, inevitavelmente, para o espaço e para o tempo.

Um dos aspectos mais interessantes da análise de Manovich aos novos meios é a noção de que o espaço navegável, mais do que uma área, é uma trajectória, ou seja, um espaço subjectivo, definido não só em função do sujeito, mas, sobretudo, pelo próprio sujeito enquanto utilizador. Esta ideia não invalida a consciência de que, ao ser fruto do desígnio de alguém, a experiência que estes espaços solicitam e permitem é pensada, projectada e desenhada e, portanto, por definição, condicionada. No entanto, o autor defende que o espaço virtual, navegável, pelo mero facto de ser atravessado por um sujeito, é transformado numa trajectória, tornando-se expressão de uma maneira de estar, de uma subjectividade capaz de expressar interesses e desejos ausentes e imprevistos, *a priori*, no sistema

onde se desenvolvem.

Manovich estende esta ideia de espaço subjectivo à própria base de dados, considerando que pode ser vista não só como arquivo, mas como expressão do desejo irracional de tudo preservar. Nesse sentido, não é difícil intuir que o Design diga, mais que nada, respeito à necessidade de fabricar e facilitar a relação entre o ser humano e as suas criações, no âmbito de um modelo cultural que, desde a invenção da escrita, vem privilegiando a exteriorização da memória no objecto e, com ela, a acumulação de informação e respectivas necessidades de armazenamento e organização. Consequentemente, falar de *usabilidade* transcende em muito a dimensão contemporânea da relação humano-computador, estendendo-se a um modo de funcionamento que vem constituindo, desde há séculos, o padrão de normalidade da sociedade ocidental. O universo multimédia definido pela tecnologia tem sido apenas um coerente seguidor desse padrão, mas que dele estejamos conscientes facilitará certamente o nosso posicionamento e orientação numa cultura que, ao favorecer o excesso e uma permanente e sintomática renovação/actualização, prima igualmente pela fragmentação, pela falência do contexto e pela ruína de uma percepção coesa da experiência e do mundo.

Para Umberto Eco (2009: 7), a obra de Homero é já reflexo dessa oscilação que ainda hoje sentimos de forma tão premente entre “uma poética do ‘está tudo aqui’ e uma poética do ‘et caetera’”, ao celebrar no escudo de Aquiles um modelo descritivo harmoniosamente ordenado. “O escudo alberga uma tal quantidade de cenas que (...) dificilmente se imagina o objecto em toda a sua riqueza de detalhes; e não só, a representação não diz somente respeito ao espaço, também concerne o tempo, no sentido em que há vários acontecimentos que se sucedem uns aos outros, como se o escudo fosse uma tela cinematográfica ou uma longa e descontraída banda desenhada” (*Idem*: 11).

A experiência que o cinema nos proporciona, assente na possibilidade de partilha de uma imagem comum, não é, no fundo, radicalmente distinta da proposta medieval, que durante séculos organizou a nossa relação com o mundo com base, também, numa imagem (e, com ela, através dela, numa crença) partilhada. No entanto, o catolicismo medieval é circular, concêntrico, fechado em torno desse centro, transformando a imagem num

sistema operativo essencial para estabelecer e garantir a ordem e o controlo de um mundo cujo movimento gira em função desse núcleo absoluto.

Para os Antigos, a forma perfeita era o círculo, pelo que é natural que a Idade Média estivesse ainda imbuída desta herança. O círculo representava a totalidade, o absoluto, estabelecendo uma diferença clara entre interior e exterior que se torna o fundamento da forma mítica de viver do povo Grego. O escudo de Aquiles ilustra-o na perfeição, mostrando como, desde a sua génese, a cultura ocidental se constrói a partir da necessidade humana de uma estrutura que crie mundo e que estabeleça uma fronteira precisa entre aquilo que é desse mundo e o que não é.

Essa é uma das explicações possíveis para a centralidade do *frame* na cultura ocidental, pois ele estabelece não só um formato – que a partir do Renascimento se desenha a partir do rectângulo –, como uma fronteira entre um *lado de cá* e um *lado de lá*, fracturando a experiência entre o que, a partir dessa divisória, passa a ser entendido como real e virtual. É também com os Gregos, mais especificamente com Platão, que este virtual, terreno das sombras, da ilusão e do engano, conflui com a imagem. Uma herança pesada que sublinha ainda mais a importância da moldura, pois, enquanto limite e divisória, ela permite-nos saber com precisão onde termina a imagem e começa o mundo. O mundo dito real, uma vez que a imagem representou, desde sempre, o território da ilusão, mas, também por isso, a possibilidade de inventar outros mundos dentro desse, mundos que, sendo criação humana, apresentam uma perspectiva de controlo a que o mundo da natureza não cessa de se furtar.

É, porventura, na linha desta necessidade de controlo, de imposição do *logos*, da dimensão racional do humano ao mundo, numa incessante tentativa de o organizar, estabilizar e estruturar, que o rectângulo se impõe culturalmente a partir do momento em que o mundo se matematiza. Tal como a matemática e a escrita, também o *frame* é, no âmbito da imagem, uma manifestação racional de estrutura e controlo. Com o Renascimento e o dealbar da modernidade, inaugura-se uma era em que a lógica humana substitui o divino, expandindo-se progressivamente a todos os territórios. Através da geometria e da construção matemática de um rectângulo de perfeitas proporções, é também da lógica humana que emerge a perspectiva, traduzindo a capacidade humana de controlar a imagem e,

nela, através dela, o desejo humano de infinito, de mergulho nesse mundo que aquela janela promete e faz adivinhar do *lado de lá*.

O desejo ancestral de entrar na imagem era já visível nos tempos áureos do Império Romano, quando a vila de Pompeia vê florescer espaços artísticos criados a partir de pequenos quartos sem janelas e com apenas uma porta de acesso, nos quais as paredes eram cobertas com ilustrações à escala humana em toda a superfície, num ângulo de 360°, produzindo e antecipando a sensação de imersão que a Realidade Virtual procura oferecer hoje em dia. Ao esbater a capacidade de distinguir o espaço real do espaço da imagem, estas salas quebram as tradicionais barreiras entre o observador e a narrativa imagética que o rodeia (Grau, 2003: 25), ou seja, entre real e virtual, *lado de cá* e *lado de lá*. Já no século XX, a arte retoma este desejo de criar experiências, após o colapso da ideia de obra e, com ele, do abandono do *frame*, cuja continuidade tem vindo a ser assegurada pela imagem electrónica e pelos seus suportes tecnológicos.

Cá e *lá*, dentro e fora, constituem a geometria de uma dialéctica que nos cega, na medida em que com ela alimentamos, possivelmente sem que disso nos demos conta, uma cultura arbitrária do positivo e do negativo (Bachelard, 2004: 250), consentânea com o já proverbial maniqueísmo sobre o qual se estruturou a cultura ocidental. No entanto, à medida que assistimos à desmaterialização dos dispositivos mediadores entre esses dois pólos (sendo disso exemplo, para já, as diversas tecnologias sem fios desenvolvidas nos últimos anos), a questão que se coloca é se saberemos viver sem essa fronteira bem definida que nos ancora ao real, protegendo-nos da ameaça de uma deriva permanente entre dois universos cuja diferença, sem mediador, poderíamos já não ser capazes de intelectualizar.

A transformação, assinalada por Molinuevo, do “mundo desencantado de Weber no mundo encantado dos simulacros” (2006: 85) é uma das faces da degeneração do Design numa espécie de cosmética ou esteticismo, sintomáticos da crise generalizada em que parece encontrar-se mergulhado o pensamento ocidental, onde, ao longo do século XX, abundam discursos que procuram denunciar a *sociedade do espectáculo* (Debord) e a *era dos simulacros* (Baudrillard), levando-nos a ponderar a possibilidade de que o ponto de vista estético predomine hoje, mais que nunca, sobre os demais, num mercado de sensibilidades e imaginários estandardizados à escala

global.

Paralelamente, no entanto, nesta viragem de século parece intuir-se que o Design, longe de ser apenas o momento final da cadeia de produção, exclusivamente (pre)ocupado com a forma e a aparência do produto, pode ser, na verdade, uma actividade estrutural, traduzida num processo complexo e decisivo para uma economia cada vez mais assente na compra e venda de sensações, experiências, valores e signos imaginários. Nesse sentido, o Design emergiria como signo de um estilo de vida e de uma identidade que ultrapassa a questão momentânea e localizada do gosto, da aquisição e do tratamento da superfície, estendendo-se à vida e à experiência na sua globalidade. Resta saber se essa experiência, progressivamente tecno-mediada, se esvaziou ou se, como propunha Carmagnola, “podemos utilizar os simulacros para viver melhor” (1991: 56-57), no espírito da antiga utopia ao serviço da qual o Design representava a possibilidade de fabricar uma versão superior não só do mundo como do próprio ser humano.

Bibliografia

BACHELARD, G. (2004). *La Poética del Espacio*, 4ª Ed., Madrid: Fondo de Cultura Económica/España.

BARTHES, R. (1987). *A aventura semiológica*, Lisboa: Edições 70.

BÁRTOLO, J. M. (2005). "Espaço, design e poder: notas sobre a tecnologia do quotidiano", in BRAGANÇA DE MIRANDA, J. et al (Org.). *Espaços*, Revista de Comunicação e Linguagens 34 e 35, Lisboa: Relógio d'Água, pp. 279-292.

BAUDRILLARD, J. (1968). *Le système des objets*, Paris: Gallimard.

(1972). *Para uma Crítica da Economia Política do Signo*, Lisboa: Edições 70.

(1991). *Simulacros e simulação*, Lisboa: Relógio d'Água.

BAUMAN, Z. (2000). *Liquid Modernity*, Cambridge: Polity.

BENJAMIN, W. (1992). *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*, Lisboa: Relógio d'Água.

BRAGANÇA DE MIRANDA, J. (2003). "O Design como Problema", in DAMÁSIO, J. (Org.). *Autoria e produção em televisão interactiva*, Lisboa: Programa Media/ULHT, pp. 82 e ss.

BÜRDEK, B. (2002). *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*, 3ª Ed., Barcelona: Editorial Gustavo Gili, pp. 131-132.

CARMAGNOLA, F. (1991). *Luoghi della qualità*, Milán: Bruno Mondadori.

CRUZ, M. T. (2000). "Da nova sensibilidade artificial", in BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (em linha). Consultado a 15/01/2010. Disponível em: bocc.ubi.pt/pag/cruz-teresa-sensibilidade-artificial.html

(2002). "O Artificial ou a Cultura do Design Total", in *Interact – Revista de Arte, Cultura e Tecnologia*, nº 7, Novembro de 2002 (em linha). Consultado a 18/09/2005. Disponível em: interact.com.pt/category/07/

ECO, U. (1976). *A Theory of Semiotics*, Bloomington: Indiana University Press.

(2009). *A Vertigem das Listas*, Lisboa: Difel.

FIDALGO, A.; GRADIM, A. (2005). *Manual de Semiótica*, Covilhã: Universidade da Beira Interior.

FLUSSER, V. (2010). *A Forma das Coisas. Uma Filosofia do Design*, Lisboa: Relógio d'Água Editores.

GRAU, O. (2003). *Virtual Art: From Illusion to Immersion*, Cambridge, Mass.: MIT Press.

HIGHMORE, B. (Ed.), (2009). *The Design Culture Reader*, London and New York: Routledge.

JENCKS, C. (1986). *El Lenguaje de la Arquitectura Posmoderna*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

MACHADO, J. P. (1995). *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa (com a mais antiga documentação escrita e conhecida de muitos dos vocábulos estudados)*,

Segundo Volume (C-E), 7ª Edição, Lisboa: Livros Horizonte.

MALDONADO, T. (1959). "Comunicación y semiótica", in *Ulm*, nº 5.

MANOVICH, L. (2001). *The Language of New Media*, Cambridge, Mass.: The MIT Press. (Versão espanhola: (2005). *El Lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación. La Imagen en la Era Digital*, Barcelona: Paidós Comunicación 163).

McLUHAN, M. (1997). *Understanding Media. The extensions of men*, London: Routledge.

METZ, C. (1970). "Au-delà de l'analogie, l'image", in *Communications* nº 15, Paris: Seuil.

MOLINUEVO, J. L. (2006). *La vida en tiempo real. La crisis de las utopias digitales*, Madrid: Biblioteca Nueva.

MOURA, C. (2013). *Signo, Desenho e Desígnio. Um Sentido para o Design*, Covilhã: Editora LivrosLabCom / Serviços Gráficos da Universidade da Beira Interior.

OGDEN, T. (1989). *The primitive edge of experience*, Northvale (NJ): Jason Aronson.

PAPANEK, V. (1993). "Renovar as coisas e torná-las belas", in CALÇADA, A. et al (Coord.). *Design em aberto. Uma antologia*, Lisboa: Centro Português de Design.

PORTAS, N. (1993). "Duas ou três considerações 'pessimistas' sobre o designer e os seus produtos", in CALÇADA, A. et al (Coord.). *Design em Aberto: Uma Antologia*, Lisboa: Centro Português de Design.

ROBINS, K. (2003). "O toque do desconhecido", in CRUZ, M. T.; GIL, J. (Org.). *Imagem e Vida*, Revista de Comunicação e Linguagens, nº 31, Lisboa: Relógio d'Água.