

Romilson Marco Santos

d

ÚVIDA – UMA DOCTRINA DE
DESCOBERTA EM DESIGN

088

pós-

RESUMO

O objetivo deste trabalho é procurar entender a dúvida como fator inerente ao processo de descoberta em design. Logo, faz-se necessário o deslocamento da criação em design para a descoberta em design. Trata-se, na verdade, de entender que a doutrina da dúvida como descoberta em design parte, portanto, da representação da realidade a partir dos signos icônicos e indiciais, na mesma medida em que temos a supressão da representação da realidade pelo signo simbólico. Desse modo, a doutrina da descoberta em design visa a atingir um posicionamento menos equivocado, no que diz respeito a pensar o design.

PALAVRAS-CHAVE

Pragmaticismo. Semiótica. Descoberta. Design. Dúvida. Peirce, Charles Sanders (1839-1914).

DOI: [HTTP://DX.DOI.ORG/10.11606/ISSN.2317-2762.v23i41p88-101](http://dx.doi.org/10.11606/ISSN.2317-2762.v23i41p88-101)

PÓS. R. PROGR. PÓS-GRAD. ARQUIT. URB. FAUUSP, SÃO PAULO, V. 24, N. 42, P. 88-101, ABR. 2017.

DOUBT — A DISCOVERY DOCTRINE IN DESIGN

pós-
680

ABSTRACT

This study focuses on understanding the doubt as an inherent factor in the discovery process in design. Therefore, it is necessary to move from creation to discovery in design. It is, in fact, to understand that the doctrine of doubt as a discovery in design is therefore part of the representation of reality from the iconic and indicial signs, to the same extent as we have the suppression of the representation of reality by the symbolic sign. This way, the discovery doctrine in design aims to achieving a less wrong positioning regarding to the design thinking.

KEYWORDS

Pragmaticism. Semiotics. Discovery. Design. Doubt. Peirce, Charles Sanders (1839-1914).

O objetivo deste trabalho é procurar entender a dúvida como fator inerente ao processo de descoberta em design. Logo, faz-se necessário o deslocamento da criação em design para a descoberta em design. Temos que entender que o design, mais do que a materialidade do produto, é linguagem. Segundo Ferrara (1986a), “[...] enquanto linguagem é o campo de constante luta de duas partes – o projeto e o uso – que entram em conflito na caracterização de sua forma, seu registro, na determinação de produção e de recepção [...]” (p. 187). Não surpreende, portanto, que os processos em design vigentes talvez não se atentem para o fato de que, na relação entre projeto e uso, está intrínseca uma relação contextual, constantemente corrigida pela prática social ordinária. É preciso notar, sobretudo, a urgência em superar o fator estático do design, para entender que, como linguagem, o design é fluido e mutante, principalmente, na atmosfera do uso por parte da sociedade. Em outras palavras, “um signo complexo que se compõe da mistura de outros signos parciais que incidem sobre as relações sociais no espaço e no tempo e interferem na produção/criação da instabilidade dessas relações.” (FERRARA, 2000, p. 156).

Nesse sentido, “A leitura, enquanto operação anti-linear por excelência, instaura a múltipla percepção capaz de fisgar a originalidade, o imponderável, o ícone [...]” (FERRARA, 1986a, p. IX). Para tanto, deve-se romper o hábito que caracteriza os métodos, projetos e processos em design, a fim de rever, de colocar em crise valores e/ou condicionamentos, os quais nos levam a agir redundantemente. A dúvida como doutrina de descoberta em design está justamente em romper aquele hábito que caracteriza os métodos, projetos e processos em design. Segundo Ferrara: “O método deve transcender o objeto para poder apreendê-lo” (1986a, p. XIII). No caso desta pesquisa, seria, pois, mais pertinente afirmar que o designer necessita de uma doutrina que transcenda o objeto para poder apreendê-lo. O objeto em questão consideramos ser a própria realidade na qual o designer tem sua prática social ordinária. É evidente, desse modo, que a dúvida como doutrina no tocante à descoberta em design aduna como fator inerente à apreensão daquela prática social ordinária.

A solução capaz de superar esses entraves está contida na sugestão do texto de Peirce que introduz este tópico: um método para descobrir métodos – uma teoria do método da descoberta. Ou seja, entre a submissão a um método e um método da descoberta está a diferença e a distância entre a pesquisa de tenacidade e aquela de sagacidade. Trabalhando dedutiva e indutivamente, da teoria para o objeto de pesquisa e deste para aquela, resta um espaço para o acaso, para o possível, para a descoberta indeterminada. (FERRARA, 1986a, p. XIII).

É preciso notar, sobretudo, a questão da descoberta indeterminada. Trata-se, pois, que a atmosfera daquela descoberta indeterminada está atrelada a uma pesquisa de sagacidade. Ora, parece evidente que uma pesquisa de sagacidade advém de colocar, primeiramente, em dúvida a possibilidade da existência da manifestação do designer criador. De fato, acreditar na existência de um designer criador é ignorar o processo de semiose à qual estão submetidos todos os signos. Desse modo, não podemos levar em consideração teorias as quais considerem relevantes a existência do criador. Não surpreende, portanto, que a suposta “criação” desse designer criador só seja possível

através de signos. É preciso saber, porém, que consideramos que a descoberta não se encontra nos signos. Trata-se, sobretudo, de entender que a descoberta está no objeto. (Aqui fazemos uma clara referência ao triângulo semiótico de C. S. Peirce). Ora, admitiremos, de imediato, que – a descoberta estando no objeto – faz-se necessário captar a sutileza da teoria de C. S. Peirce, pois todo objeto está na atmosfera do conceito de realidade (ver IBRI, 2015). É certo, dessa maneira, que não podemos criar nada, apenas descobrir.

Talvez o poeta, entediado, evidencie seu cansaço daquele objeto que ele próprio constrói. Servil, o objeto da arte se presta sempre a nascer por um ato de vontade de seu criador, crescer com a forma e a diversidade que lhe confere o imaginário, suprir suas veias com a mesma seiva de atemporalidade que nutre a aura da obra. Talvez o objeto, também enfadado de ser mera referência no interior daquilo que se auto-representa, manifeste seu cansaço e, num diálogo sem palavras, sugira a seu criador que perceba a poesia naquilo que permanece sendo o que é, independentemente de qualquer representação. [...] Qual divindade entediada de sua onipotência, o poeta descobre encanto em sua impotência em anoitecer a noite. A noite diz não e o desafia a encontrar uma poesia possível, escrita em uma espécie de face oculta da alteridade. Dotado pelos deuses do poder mágico de sempre dizer de modo oblíquo toda a verdade, o poeta depara agora com o efetivamente verdadeiro. Não mais poderá dizer que o universo é ideia sua, não mais poderá trair a noite: num fechar de olhos suprimir-lhe a existência. Algo exterior desafiadoramente permanece. Algo objetiva. Algo é o Objeto. (IBRI, 1996, p. 119).

Evidencia-se que o que nos resta é ter um olhar fenomenológico para nos apropriarmos desse Objeto e dar visibilidade ao que não está visível aos olhos de terceiridade. É, dessa forma, que – toda vez que o designer tenta impor sua “criação” – a realidade promove uma alteridade em represália. Tal alteridade pode vir imediatamente, assim como, demorar séculos.

Não obstante, e por esse motivo, devemos ter consciência da complexidade na qual estamos envolvidos nas práticas sociais ordinárias. “*Verificamos que a crescente complexidade do cenário atual nos obriga a repensar velhos conceitos e a buscar novas respostas – ou, pelo menos, a reformular as perguntas de modo mais preciso e eficaz.*” (CARDOSO, 2012, p. 219). De fato,

Talvez a principal lição para o design – plenamente recebida e assimilada na prática dos designers brasileiros nos últimos vinte anos – seja a de que não existem receitas formais capazes de equacionar os desafios da atualidade. Não são determinados esquemas de cores e fontes, proporções e diagramas, e muito menos encantações como “a forma segue a função”, que resolverão os imensos desafios do mundo complexo em que estamos inseridos. (CARDOSO, 2012, p. 41)

Seria, pois, necessário resgatarmos como alguns teóricos pensam o que eles consideram o processo criativo ou processo em design. Desse modo, podemos entender que existem alguns equívocos nos quais nos desafiam diante do mundo complexo em que estamos inseridos.

Optamos aqui por resgatar algumas citações que exemplifiquem o entendimento que esses teóricos têm do que eles chamam de processo em design. Vamos a elas:

“Claramente, foi reconhecido que a criatividade só tem valor quando estiver associada à competência e ao know-how profissionais. Na perspectiva atual, o ponto fraco deste enfoque da metodologia tradicional está na deficiência para detectar e localizar problemas.” (BONSIEPE, 2011, p. 191)

O método de projeto não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas em ordem lógica, ditada pela experiência. Seu objetivo é o de atingir o melhor resultado com menor esforço.” (MUNARI, 1998, p. 10)

“Infelizmente, um modo de projetar muito difundido nas escolas consiste em incitar os alunos a encontrar ideias novas, como se tivessem de inventar tudo, desde o princípio, todos os dias. Isso em nada contribui para os jovens alcancem uma disciplina profissional e eles são orientados em direções erradas [...]” (MUNARI, 1998, p. 12)

“Se o desejo é o motor do desenvolvimento sustentável, a criatividade é seu combustível: é a criatividade que dará o impulso ao empreendedor para imaginar um produto ou serviço que ofereça mais (satisfação às necessidades) com menos (recursos e trabalho).” (KAZAZIAN, 2005, p. 8)

“Não se trata de produzir menos, mas de outro modo: imaginar objetos eficientes, de simples uso e cujo fim de vida tenha sido antecipado: ampliar a oferta de produtos que respeitem o meio ambiente.” (KAZAZIAN, 2005, p. 10)

Design Thinking: é atribuída a Richard Buchanan a primeira menção ao termo design thinking, no seu artigo “Wicked problems in design thinking”, de 1992.

“Como resultado da valorização do design nos círculos da gestão foi cunhado recentemente o conceito de design thinking. Tenho minhas dúvidas de que haja algo como ‘design thinking’, a não ser que se refira ao enfoque holístico ou integrador do design [...]” (BONSIEPE, 2012, p. 20)

Não parece evidente que muitas teorias sobre “criação” fomentem a proliferação dos egocêntricos e dos designers criadores, muito embora não se atentem ao fato de essas teorias segregarem -se apenas ao âmbito profissional. É preciso notar, sobretudo, o viés mercadológico de tais teorias sobre criação. Assim, vejamos: em que medida os profissionais que se vangloriam de serem criativos profissionalmente, mantêm a mesma posição quando há deslocamento para o âmbito pessoal? Seria preciso, pois, entender que essa visão do “Designer Criador” reforça apenas objetivos psíquicos mal resolvidos. É um erro, porém, supor que a criação é uma manifestação de pessoas privilegiadas apenas no âmbito profissional.

Uma outra questão que nos chama atenção é a seguinte: só porque é inovador tem que ser necessário à sociedade? Parece-nos que tal postura esteja muito mais atrelada ao lucro do que à preocupação sobre o que efetivamente necessite existir.

A implantação do design thinking talvez não atente para um fator primordial. É preciso notar, sobretudo, de onde partem os profissionais quando praticam o design thinking? A partir de quais crenças? Não parece evidente que – sendo as crenças, em Peirce, fatores que determinam regras de ação – aplaquem a irritação da dúvida e sempre estejam cientes do que é; não surpreende,

portanto, que todas as ações praticadas no design thinking advenham das ações dessas crenças. Parece necessário, portanto, compreender que as crenças nos instrumentalizam a um olhar de terceiridade, enquanto pensar para a descoberta necessita de um olhar de primeiridade e secundidade.

Por outro lado, fica evidente em que medida os resultados daqueles métodos engendram algo próximo da realidade e, portanto, que não sofrerão o impacto da alteridade? É a famosa situação: planejamos tudo e não entendemos o que deu errado!

Outras questões detectadas:

- Teorias que focam no problema a ser resolvido e não em quem criou tal problema, ou ainda, qual o verdadeiro interesse em resolver tal problema ou engendrar algo inovador?
- Teorias que não focam em que medida as produções simbólicas, as quais tal indivíduo sofreu, podem interferir no processo de design thinking?
- Teorias que focam no método abduativo e não atentam para o seguinte fato: é importante, de início, assinalar que a descoberta parte de um raciocínio abduativo, segundo Peirce. *“A inspiração abduativa acontece em nós num lampejo. É um ato de insight, embora extremamente falível. É verdade que os elementos da hipótese estavam antes em nossa mente; mas é a ideia de associar o que nunca antes pensáramos em associar que faz lampejar a inspiração abduativa em nós”* (PEIRCE, 1974, p. 57). Note-se que tal processo é um ato de liberdade. Em que medida a prática de tal processo abduativo se encontra com uma mente livre dentro dos escritórios de design? É preciso notar, sobretudo, que – caso o indivíduo apreenda o mundo pela categoria de terceiridade – evidencia-se que a predominância de signos selecionados para representar esse mundo advém dos signos simbólicos. Sendo assim, a atmosfera na qual esse indivíduo irá praticar o raciocínio abduativo é uma atmosfera de signos simbólicos. Ora, parece evidente que a ação criativa supostamente inerente ao raciocínio abduativo está mais próxima daqueles que buscam conhecer e representar o mundo, utilizando signos icônicos e indiciais. Ora, admitiremos, de imediato, que raciocínio abduativo, com conhecimento de mundo simbólico, não passa de formatação de suposta receita criativa.
- Teorias que focam em criar métodos ou receitas. Com efeito, não é o método que deve se adequar aos fatos, são os fatos que se adaptam ao método. Note-se que, em uma estratégia mercadológica, tenta-se ajustar todos os problemas aos métodos, e não o contrário, pensar um método para cada problema ou para cada busca de inovação, caso seja necessário, realmente, inovar.

É necessário, portanto, pensar também em relação as metodologias sustentáveis e ecológicas. Trata-se, na verdade, de entender que não são os materiais sustentáveis, ou ainda, os ecologicamente corretos que irão tornar o mundo menos degradado. A dúvida, como doutrina de descoberta, vem ratificar o fato de que consumir tais produtos não exime os indivíduos de manterem crenças opostas àquelas contidas nesses produtos. De fato, em que medida a existência desses produtos promove uma mudança de hábito em

quem utiliza ou para quem toma conhecimento? O grande empecilho de um design sustentável e ecológico não está no fato da criação de produtos sustentáveis e ecológicos. A questão está justamente no fato de esses produtos não promoverem mentes sustentáveis e ecológicas. Logo, o que determina a existência dos produtos de design são os sistemas sógnicos inerentes a eles. Por certo, o design sendo linguagem, intrinsecamente arraigado nas práticas sociais ordinárias, deve apontar os equívocos dos processos de engendramento em design como somente materialidade de produto. É assim, aliás, que as teorias engendradas por Peirce podem dar visibilidade a esses equívocos dos métodos vigentes, ao mesmo tempo em que podem propor uma doutrina de descoberta em design. Dessa forma, a diferença da dúvida como doutrina de descoberta em relação a essas teorias está em voltar às origens de tudo. Assim sendo, é possível compreender o que é efetivamente a realidade, justamente colocando em dúvida o que se acha que é a realidade. A necessidade de um olhar desprovido de preconceitos e julgamentos é fator inerente para se margear o que precisa ser visto.

Não surpreende, portanto, que começar a pensar a questão da descoberta em design está diretamente ligada à prática social ordinária. De fato, *“Relacionam-se ver, saber fazer e fazer e dessa correlação emerge aquele Desenho Industrial onde o que se desenha não é apenas um objeto, mas uma informação que interfere no cotidiano, no modo de vida, nas relações socioculturais”* (FERRARA, 2002, p. 51). Parece necessário, portanto, evidenciar que o entendimento da descoberta em design não está no problema a ser resolvido, não está no engendramento de novos produtos inovadores, não está na solidificação de métodos e processos para facilitar o trabalho e fomentar os lucros. Trata-se, sobretudo, de constatar que o designer e ou design fazem parte de uma prática social ordinária, ao mesmo tempo que precisam descobrir a filigrana que envolve a relação entre o design e aquela prática social. Assim sendo, o designer precisa de um instrumental para conseguir observar tal atmosfera. Segundo Ferrara,

Romper o hábito que caracteriza o uso do espaço ambiental particular ou público deve ser condição para uma atuação capaz de rever, de colocar em crise valores e/ou condicionamentos mais ou menos compulsivos, que nos levam a agir redundantemente, numa quase inconsciência dos nossos atos. Essa atuação mais crítica e descondicional é, indiretamente, uma decorrência da possibilidade de atuação do interpretante, que, ativa e relacionalmente, opera entre o objeto de representação e o signo que o representa. (FERRARA, 1986b, p. 28)

Trata-se, na verdade, de entender que a doutrina da dúvida, como descoberta em design, parte, portanto, da representação da realidade, a partir dos signos icônicos e indiciais, na mesma medida em que temos a supressão da representação da realidade pelo signo simbólico. Desse modo, a doutrina da descoberta em design visa a atingir um posicionamento menos equivocados, no que diz respeito a pensar o design. Assim, nos aproximamos da *“teoria desvendando seu objeto e o objeto testando os conceitos que o falam”* (SANTAELLA, 1996, p. 60). É preciso notar, sobretudo, que tal capacidade de ler signos funciona como uma bússola para atingirmos os pontos necessários e os colocar em dúvida. Em outras palavras, o designer necessita dessa leitura para apreender o que efetivamente necessita ser colocado em

dúvida. Pressupõe, no entanto, que, desse modo, avançaremos para o que Ferrara conceitua como um design semiótico.

Nesse ver, instala-se a primeira dimensão para um design semiótico. Estamos em um momento histórico e tecnológico marcado pela rapidez e pela mudança, o mercado é flexível, volúvel e programa o valor e sua descartabilidade: ao design cabe ser previdente e sensível às oscilações do momento para produzir com mais agilidade, a fim de adiantar-se à mudança. O ver semiótico é uma arma fundamental para operacionalizar essa agilidade e prontidão perceptiva, porém, é auxiliado pela contextualização histórica, geográfica, social, cultural e tecnologia a fim de saber ver para poder prever. Porém, nessa contextualização, impõem-se enfrentar a realidade que o designer encontra nas artimanhas da produção industrial. (FERRARA, 2004, p. 53)

É preciso notar, sobretudo, que é na prática social ordinária que se efetiva a significação do design. Note-se que não é mais um processo de “criação”, mas, sobretudo, uma doutrina para o ato de descoberta. Ora, admitiremos, de imediato, que o ato de descoberta requer uma percepção para que, primeiramente, possamos decodificar o mundo.

Se cada sentido funciona como elemento caracterizador de percepções determinadas e singulares, e cada código cria a sua própria sintaxe e maneira de representar, toda representação é uma codificação do mundo, um simulacro do universo e, portanto, uma informação cultural diferenciada. Nesse sentido, torna-se óbvio que, para decodificar qualquer sistema, é imprescindível reconhecer o signo e a sintaxe que o identificam. (FERRARA, 1988, p. 8)

É bom que se note, antes de qualquer coisa, que uma doutrina de descoberta em design tenha, como princípio, o ato de colocar em dúvida as práticas sociais ordinárias estabelecidas. Trata-se, na verdade, da descoberta daquilo que engendra identificação e se estabelece como hábito. Todavia, os mecanismos de sintaxe partem de um obscurantismo revestido de sedução, no qual promovem uma opacidade para ver o que de fato se estabelece como uma codificação do mundo. De fato, Peirce afirma:

Mas – suponho eu – ao ver homens que pareciam claros e positivos sustentarem opiniões opostas acerca de princípios fundamentais, Descartes foi conduzido a afirmar não bastar a clareza das ideias, que deveriam ser, a par disso, distintas, isto é, não haver a propósito delas nada de obscuro. O que Descartes provavelmente quis dizer (pois que não se explicou com precisão) foi que as ideias devem resistir ao teste do exame dialético, devem não apenas parecer inicialmente claras, mas ser impossível um debate fazer emergirem pontos obscuros com elas relacionados. (PEIRCE, 1993, p. 50-51)

É legítimo supor que, de uma maneira geral, o designer ou o estudante de design partam da premissa de que a prática social ordinária, na qual vivem, é inicialmente clara, pois, afinal, não existe nenhum movimento efetivamente contestatório. Note-se que não estamos nos referindo aos movimentos contestatórios de mais sustentabilidade e ecologia. É preciso notar, sobretudo, movimentos contestatórios das origens que formaram tal prática social ordinária. Para tanto, somente um indivíduo consciente da falibilidade daquela prática social está apto à descoberta. Do contrário, segundo Peirce:

No que tange a um indivíduo, entretanto, não pode haver dúvida de que umas poucas ideias claras valem mais do que muitas ideias confusas. Dificilmente se conseguirá persuadir um jovem a sacrificar a maioria de seus pensamentos para salvar o resto; e o espírito perturbado é o menos capaz de perceber a necessidade de tal sacrifício. Podemos apenas apiedar-nos dele, como de uma pessoa portadora de defeito congênito. (PEIRCE, 1993, p. 52)

Não surpreende, portanto, que tenhamos muitos designers que, no tocante à “criação”, exerçam a reprodução. Evidencia-se que, somente ideias claras sobre o ambiente no qual estamos envolvidos, permitem uma leitura da descoberta.

O tempo ajuda, mas a maturidade intelectual, no que diz respeito à clareza, costuma chegar tarde. Essa parece uma infeliz acomodação da Natureza, especialmente porque para um homem já assentado na vida, cujos erros, em grande medida, já produziram os respectivos efeitos, a clareza é de menor utilidade do que seria para um homem que tivesse o caminho à sua frente. Terrível é ver como uma única ideia obscura, uma única fórmula sem significado furtivamente instalada no espírito de um jovem pode, por vezes, agir como obstáculo de matéria inerte numa artéria, impedindo a nutrição do cérebro e condenando sua vítima a consumir-se no total domínio de seu vigor intelectual e em meio a intelectual plenitude. (PEIRCE, 1993, p. 52-53)

De imediato, fica evidente que, em função da conveniência – na qual a falta de clareza é promovida pela prática social – vários equívocos são proporcionados. De fato, o modo pelo qual vivemos nem sempre nos é apresentado de forma clara. Portanto, segundo Peirce:

Muitos homens, ao longo de anos, acariciaram, como a um brinquedo favorito, a vaga sombra de uma ideia, demasiado sem sentido para ser decididamente falsa; e amaram-na apaixonadamente, dela fazendo a companheira de todas as horas, consagrando-lhe as forças e a vida, abandonando, por ela, todas as demais ocupações e, em resumo, vivendo com ela e por ela, tornando-se carne de sua carne e sangue de seu sangue; e despertaram em certa manhã gloriosa, para verificar que ela se tinha ido, que se tinha desvanecido como a bela Melusina da fábula e que, juntamente com ela, desaparecia a essência de suas próprias vidas. (PEIRCE, 1993, p. 53)

Parece necessário, portanto, entender que a prática social ordinária na qual vivemos parte, prioritariamente, de hábitos adquiridos. Por conseguinte, todo hábito somente se consolida em função da fixação de crenças. Daí a necessidade da dúvida como fator determinante para descoberta em design. Nota-se que é da dúvida que se podem verificar as descobertas intrínsecas nas práticas sociais ordinárias ocultadas pelos hábitos adquiridos pelas crenças. De fato,

E o que é crença? [...] Já vimos que é dotada de três propriedades: Primeiro, é algo de que estamos cientes; segundo, aplaca a irritação da dúvida; e, terceiro, envolve o surgimento, em nossa natureza, de uma regra de ação, ou, digamos com brevidade, o surgimento de um hábito. Na medida em que aplaca a irritação da dúvida, que é o motivo de pensar, o pensamento diminui sua tensão, e ao atingir a crença repousa

por um momento. Como, entretanto, a crença é uma regra de ação, cuja aplicação envolve dúvida posterior e posterior reflexão, constitui-se, ao mesmo tempo, em ponto de escala e novo ponto de partida para o pensamento. (PEIRCE, 1993, p. 56)

Muito embora a crença funcione como uma suposta certeza no modo de agir, tal fato para a descoberta parece-nos desastroso. Trata-se, sobretudo, de entender que toda crença promove uma zona de conforto intelectual, na qual perecem a percepção e a capacidade observacional. De fato, se a crença é algo de que estamos cientes, toda crença passa a ser algo previsível, portanto, algo rotineiro, o qual não acrescenta um novo modo de ver as coisas. Em seguida, aplaca a irritação da dúvida. Note-se que, se toda dúvida provoca uma irritação, tal irritação é fruto da ausência de referências do modo pelo qual devo agir. Daí surge a investigação e, conseqüentemente, a descoberta. Por outro lado, pode-se apegar à primeira crença, a qual me direciona no modo pelo qual seria ideal agir. Evidencia-se, assim, a ausência de questionamento de que tal crença seja falível ou não. Apega-se à crença pela conveniência, sob certos aspectos. E, finalmente, a crença gera um hábito. Hábito pressupõe não raciocinar, uma vez que alguém já o fez e, portanto, precisamos apenas segui-lo. É evidente, porém, que um profissional de design apegado às crenças tem uma produção criativa restrita ou ausente. Nesse sentido, pensamos que toda descoberta é o resultado do processo de dúvida imposta à crença engendrando, assim, descobertas ocultas no hábito. Na situação dada, o hábito irá determinar as ações práticas e intelectuais do designer, portanto, faz-se necessária a explicitação de que tal hábito não foi criado, sob certos aspectos, pelo designer, mas sim, por alguém ou por instituições as quais ele nem questiona.

Nossas crenças orientam nossos desejos e dão contorno a nossas ações. Os Assassinos, ou sequazes do Velho da Montanha precipitavam-se para a morte à sua mais leve palavra de ordem, pois acreditavam que dar-lhe obediência asseguraria a felicidade eterna. Duvidassem, e não teriam agido como agiram. Assim ocorre com toda crença, na dependência do grau de que se revista. O sentimento de crença é indicação mais ou menos segura de se ter estabelecido em nossa natureza uma tendência que determinará nossas ações. A dúvida nunca se acompanha de tal efeito. (PEIRCE, 1993, p. 76-77)

É preciso notar, sobretudo, o caráter de segurança do qual a crença se reveste. Sendo assim, ela determina um hábito. Portanto, temos ausência de questionamento. Ora, nota-se que talvez nem o raciocínio permeie tal prática social ordinária caracterizada pelo hábito, tal a eficácia de segurança que se estabelece na vida da pessoa, via crença. No entanto, não podemos limitar “a razão por que o hábito não pode ser tomado como uma noção meramente behaviorista, de estímulo-resposta, reduzido à alçada do orgânico” (BORTOLOTTI, 2002, p. XVII). Sendo assim, toda vez que um hábito é colocado em dúvida e sucumbe a ela, verifica-se uma evolução, a partir de um choque de realidade, estabelecendo-se, assim, uma mudança de hábito.

Poucas pessoas se preocupam com estudar lógica, pois todas se julgam suficientemente conhecedoras da arte de raciocinar. Observo, porém, que tal suficiência só é reconhecida em relação à própria inteligência, não se estendendo à dos demais homens. A capacidade de traçar inferências

é a última das faculdades sobre que adquirimos amplo domínio; é menos um dom natural do que arte de aprendizado longo e difícil. (PEIRCE, 1993, p. 71)

Não parece evidente que o caráter de segurança, além da geração de hábitos, façam com que as crenças promovam uma dispensa do ato de raciocinar por uma simples questão de conveniência. De fato, poderia ser, todavia, que, ao término desse percurso, deixasse entrever algo como: para que vou questionar algo que há tanto tempo é feito e praticado da mesma maneira? Ou algo como: se todos fazem dessa maneira, para que mudar? Mas, certamente, poucos vão raciocinar efetivamente no sentido de perguntar: qual a intenção da criação de tais hábitos? Quem ganha com tais hábitos? Poderíamos fazer diferente? Isso posto:

O objetivo do raciocinar é descobrir, a partir da consideração do que já sabemos, algo que não sabemos. Em consequência, o raciocínio será procedente se for levado a efeito de tal forma que nos conduza de premissas verdadeiras à conclusão verdadeira, afastadas outras possibilidades. (PEIRCE, 1993, p. 73)

Parece claro, diante dessa contextualização, que – na relação que se estabelece entre descoberta e design – a dúvida é fator inerente. Note-se que duvidar se estabelece como um raciocínio e, portanto, como descoberta.

Sob a determinação da crença, podemos dizer que o pensamento realiza sua atividade sem interrupção, conectando representações, conforme a determinação de um hábito. Ele trabalha, pois, dentro de uma situação já experimentada no mundo concreto ou na imaginação. Com a dúvida, essa cadeia habitual é rompida, passando o pensamento a errar, realizando novos experimentos, até que um hábito seja novamente estabelecido. (BORTOLOTTI, 2002, p. X-XI)

Outra justificativa para este trabalho é que, sendo a atmosfera de descoberta muito mais próxima da entropia, faz-se necessário que o designer estabeleça um raciocínio não previsível. Supomos, com efeito, que as rupturas, experimentos, erros, e quebras de pré-conceitos são fundamentais, no sentido de se criar uma atmosfera de descoberta. No tocante aos fatores citados, é evidente, porém, que o fator determinante para a sua execução recaia mais uma vez sobre a dúvida.

477. Pode provar-se que o único efeito mental que pode ser assim produzido e que não é um signo mas é de aplicação geral é uma mudança-de-hábito; por mudança-de-hábito uma modificação nas tendências de uma pessoa para a ação, que resulta de exercícios prévios da vontade ou dos atos, ou de um complexo de ambas as coisas. Exclui disposições naturais; mas inclui além de associações aquilo que podia ser denominado “transsociações”, ou alterações de associações, e inclui até dissociação que foi considerada habitualmente pelos psicólogos (creio que erroneamente) como de natureza profundamente contrária à associação. Os hábitos têm graus de força variados, que vão desde a dissociação completa até associação inseparável. Estes graus são mistura de prontidão de ação, por exemplo, excitabilidade, e outros ingredientes que não requerem análise separada neste local. A mudança-de-hábito consiste muitas vezes na elevação ou descuidada força do hábito. Os hábitos também diferem quanto à duração, que é igualmente

uma qualidade compósita. Mas de uma maneira geral, pode dizer-se que os efeitos de uma mudança-de-hábito duram até que o tempo ou alguma causa mais definida produza uma nova mudança-de-hábito. Segue-se daí naturalmente que as repetições das ações que produzem a mudança aumentam as mudanças. É de notar que iteração da ação é frequentemente dita ser necessária para a formação de um hábito; mas usando um pouco a observação poderá refutar-se este erro. (PEIRCE, 1974, p. 147-148)

Contudo, é fato notório que a experiência de duvidar recai sobre um esforço hercúleo do indivíduo. Logo, a predisposição requer efetivamente uma mudança de hábito. Sendo assim, necessita-se entender que, desde o nascimento até o momento em que decide duvidar, muita coisa se configura como ideias obscuras travestidas de ideias claras. É nesse sentido que visualizamos um recomeço; agora, não a partir de pré-conceitos, mas, sobretudo, a partir conceitos engendrados com base na vivência e na experiência.

51. Mas, precisamente, como ocorre a ação da experiência? Através de uma série de surpresas. Não é preciso entrar em detalhes. Antigamente, um navio navegava num mar tranquilo ajudado pelos ventos; o piloto estava na expectativa da monotonia habitual em viagens desse tipo quando topou num escolho. A maioria das descobertas, contudo, resultou da experimentação. Ora, ninguém realiza um experimento sem estar mais ou menos convencido de obter um resultado interessante, porque os experimentos exigem muita energia física e psicológica para serem levados a cabo ao acaso e sem objetivo. E naturalmente é possível que nada possa ser aprendido de um experimento que mostra ser como já esperávamos. É através de surpresas que a experiência nos ensina tudo aquilo que condescende a ensinar-nos. (PEIRCE, 1974, p. 27)

Tudo isso deixa claro que a descoberta decorre da dúvida, logo, a dúvida nos leva a um estado de investigação. Ora, só há investigação a partir da experimentação, ou seja, é somente a partir do ato de passar pela experiência que aprendemos com a experiência. Não surpreende, portanto, que passar por qualquer experiência seja um ato libertador, à medida que buscamos entendê-la não por pré-conceitos, mas, sobretudo por aquilo que ela nos está apresentando, ou seja, é libertador porque passamos a engendrar conceitos e a não mais reproduzir pré-conceitos. É nesse sentido que a descoberta em design deve se pautar por uma atmosfera, na qual nos interessamos por aquilo que não se repete.

Portanto, podemos concluir que, estando o designer ou o estudante de design imersos nas práticas sociais ordinárias, no tocante à descoberta, fica evidente a necessidade de entender que o que ocorre naquelas práticas tem um caráter de falibilidade e, portanto, faz-se necessária uma investigação, para entender os motivos pelos quais as práticas são da forma como são. Seria, pois, inferir que tais práticas são da forma que são em virtude das crenças fixadas.

Sendo assim, segundo Peirce, devemos exercer o ato de duvidar, para verificar a durabilidade do hábito e seu caráter de realidade. Diante da dúvida, a crença entra em estado de sucumbência, o que abre precedente para a investigação sobre o melhor hábito a ser estabelecido, caso haja necessidade

de se estabelecer um. Com efeito, cria-se uma atmosfera de descoberta. É nas descobertas que está a matéria-prima do que é comumente chamado “criação” e que, aqui, chamamos de descoberta. Tal proposição parte das práticas sociais ordinárias, onde efetivamente o design promove significação. Portanto, consideramos que a eficácia da descoberta em design não é um resultado de geração espontânea, mas, sobretudo, de uma articulação naquela atmosfera na qual o design é acionado a partir de seus usos e significações. Entender, por conseguinte, que design é linguagem.

É evidente, desse modo, que se estabelece uma cooperação do usuário como condição de atualização do produto design. Podemos dizer isso de maneira mais precisa: um design é um produto cujo destino interpretativo deve fazer parte de seu próprio mecanismo generativo; gerar design significa pôr em marcha uma estratégia da qual façam parte as previsões dos movimentos do outro, em relação tanto às ações previsíveis quanto às imprevisíveis – como em qualquer estratégia. É dessa forma que uma semiótica pragmaticista da descoberta em design visualiza a existência dos códigos culturais nas práticas sociais ordinárias, cujo objetivo é agregar os indivíduos. O que se segue, portanto, é a necessidade de um instrumental de leitura e decodificação de tais códigos, a fim de – mais do que prever – representar o mundo com signos icônicos e indiciais, em detrimento dos signos simbólicos, em uma clara investigação e descoberta dos motivos daquela agregação dos indivíduos e do próprio design.

Portanto, no que se refere à interface entre descoberta e design pelo aporte filosófico pragmaticista e da semiótica de Charles Sanders Peirce, a dúvida é fator primordial para pensar o engendramento em design. Por certo, conhecer é descobrir. De fato, toda descoberta nos revela um número de informações fora da nossa área de conhecimento. Logo, é daí que temos a matéria-prima para pensar o design.

REFERÊNCIAS

- BORTOLOTTI, Ricardo G. *Signos da perfeição: a função do hábito no pensamento de Charles S. Peirce e suas fundamentações escolásticas*. 210 folhas. Tese (Doutorado) – Pós-Graduação em Filosofia da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2002.
- BONSIEPE, Gui. *Design, cultura e sociedade*. São Paulo: Blucher, 2011. 270 p.
- BONSIEPE, Gui. *Design como prática de projeto*. São Paulo: Blucher, 2012. 214p.
- BUCHANAN, R. Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, v. 8, n. 2, 1992, p. 5-21. DOI: 10.2307/1511637.
- CARDOSO, Rafael. *Design para um mundo complexo*. São Paulo: CosacNaify, 2012. 264 p.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *Ver a cidade: cidade, imagem, leitura*. São Paulo: Nobel, 1988. 81 p.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *A estratégia dos signos*. São Paulo: Perspectiva, 1986a. 200 p.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *Leituras sem palavras*. São Paulo: Editora Ática, 1986b. 72 p.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *Do Desenho ao Design: um percurso semiótico? Galáxia*, n. 7, 2004, p. 49-58.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *Design em espaços*. São Paulo: Edições Rosari, 2002. 190 p.

- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *Os Significados Urbanos*. São Paulo: Edusp: Fapesp, 2000. 185 p.
- IBRI, Ivo Assad. *O paciente objeto da semiótica. O falar da linguagem*, v. 2, n. 2, p. 115-119, 1996.
- IBRI, Ivo Assad. *Kósmos Noetós: a arquitetura metafísica de Charles S. Peirce*. São Paulo: Paulus, 2015. 196
- KAZAZIAN, Thierry. *Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável*. São Paulo: Editora Senac, 2005. 194 p.
- MUNARI, Bruno. *Das coisas nascem coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1998. 378 p.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Escritos coligidos*. São Paulo: Abril Cultural, 1974. 291 p.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica e filosofia*. São Paulo: Cultrix, 1993.
- SANTAELLA, Lucia. *Produção de linguagem e ideologia*. São Paulo: Cortez, 1996. 342 p.

Nota do Editor

Data de submissão: 26/04/2016

Aprovação: 13/01/2017

Revisão: Fátima Santiago

Romilson Marco Santos

Centro Universitário do Sul de Minas. Varginha, MG.

CV: <http://lattes.cnpq.br/0355813812660365>

romilsonmarco@gmail.com