

# Resenha

## Book Review

SKAGGS, Steven. *FireSigns: a semiotic theory for graphic design*. Cambridge: MIT Press, 2017.

**Raquel Ponte**

Escola de Belas Artes – UFRJ – Brasil  
raquelponte@gmail.com

*FireSigns: a semiotic theory for graphic design*, de Steven Skaggs, foi publicado em 2017 como parte da coleção *Design Thinking, Design Theory* da MIT Press, editado por Ken Friedman e Erik Stolterman. Os editores apontam que o design enfrenta mudanças, neste início de século, que trazem novos desafios ao campo.

Podemos entender o design como uma atividade vinculada, originalmente, à produção de bens. Ele conforma o ambiente às necessidades e aos desejos dos seres humanos. Por isso acompanha as transformações socioeconômicas da humanidade. Foi principalmente no século XVIII, com a produção em série e o desenvolvimento de projetos para a indústria, que o design aflorou como prática, com a separação entre as atividades de planejamento e fazer até então imbricadas (BUCHANAN, 1995). A partir das transformações no capitalismo ocorridas ao longo do século XX, com a mudança de uma economia de mercado pesada para líquida (BAUMAN, 2001), o design passou a demandar novas teorias e pesquisas para atender às questões contemporâneas de um mundo cada vez mais complexo. Os desafios que a área enfrenta requerem habilidades de planejamento analíticas e sintéticas, que não se desenvolvem apenas na prática. É a essa necessidade teórica premente que *FireSigns* visa atender.

A institucionalização do campo do design como atividade formal a ser ensinada é recente: data da criação da famosa Bauhaus na Alemanha em 1919. Skaggs faz uma crítica, aliás já frequente entre os estudiosos do design, de que grande parte do conhecimento dessa área é transmitido em universidades por meio da prática, isto é, apenas pela incorporação de modelos de projeto, sem reflexão crítica. Falta ao design uma fundamentação teórica robusta própria. Steven Skaggs propõe-se, em *FireSigns*, como o próprio subtítulo da obra sugere, oferecer uma teoria semiótica para o design gráfico. Calígrafo, designer de fontes e professor de design gráfico na *Hite Art Institute* da Universidade de Louisville, Estados Unidos, o autor pesquisa semiótica há 25 anos, sempre tratando das relações entre o verbal e o visual. Sua formação transparece ao longo de seu texto, como constataremos mais adiante.

Skaggs lista, na introdução, seis qualidades que uma teoria útil do design gráfico deveria ter. Uma teoria útil, segundo ele, deve: (1) explicar como a comunicação visual significa alguma coisa para alguém; (2) relacionar-se com o mundo real, com situações de vida e público reais; (3) oferecer terminologia clara, consistente e precisa; (4) apresentar um modelo para que se possa fazer julgamentos críticos; (5)

fornecer ferramentas para conceituação; e, finalmente, (6) ser verificável por meio da prática.

Para atingir tal objetivo de oferecer uma teoria para o design gráfico com essas qualidades, o autor fundamenta-se na semiótica – teoria geral do signo –, que atende perfeitamente à primeira questão: dar explicações de como a comunicação visual significa alguma coisa para alguém. A escolha pela semiótica de Charles Sanders Peirce decorre do fato de Skaggs considerar a semiologia pós-estruturalista – muito aplicada nos anos 1970 e 1980 nos estudos de comunicação e de design – um empreendimento linguístico, enquanto o design gráfico se utiliza não apenas da linguagem verbal, mas também da não verbal, que é não linear. Já com o arcabouço teórico da semiótica peirciana, o autor busca atender às seis qualidades enumeradas. Mas é importante notar que tais qualidades foram elencadas por esse pesquisador com amplo conhecimento da filosofia peirciana, para quem essas questões eram relevantes.

Skaggs, portanto, fundamenta sua teoria na semiótica de Peirce. Porém depreende-se, pela leitura de *FireSigns*, ainda que o autor não utilize explicitamente as terminologias utilizadas por Peirce, que ele domina também outros campos da filosofia peirciana, tais como pragmatismo, fenomenologia, metafísica, indeterminismo, falibilismo (campos estes de essencial compreensão para se ter um olhar mais maduro sobre a semiótica). Skaggs, que visa atingir principalmente um público ligado ao design, opta conscientemente por usar uma linguagem mais acessível, desejando ser pouco acadêmico, a fim de introduzir a semiótica para leitores que desconhecem a filosofia peirciana. O objetivo do autor, podemos sintetizar aqui, é oferecer uma teoria que explique situações reais de significação para que designers possam aprimorar sua prática por meio de um pensamento crítico e reflexivo quando da criação de novas peças de comunicação visual.

Mas Skaggs também deseja alcançar semióticos com sua teoria, a fim de que eles descubram como a prática do design pode ser um laboratório para trabalhar conceitos da semiótica peirciana. No prefácio, ele expressa que viveu sua vida profissional entre a comunidade de designers – aqueles que manejam *fire signs* (objetos visuais que acendem a memória, o intelecto, e o engajamento) com o propósito de influenciar pessoas – e a de semióticos – aqueles que estudam como as coisas são capazes de influenciar pessoas. *FireSigns* é, portanto, uma tentativa de estabelecer uma ponte entre duas comunidades que têm muito que contribuir uma com a outra, mas que, historicamente, se encontram afastadas por um abismo.

*FireSigns* é estruturado em quatro partes: (I) *The view from outside sign action*, em que ele aborda metafísica e percepção visual; (II) *The view from within sign action*, em que adentra na semiótica; (III) *Conceptual tools*, em que apresenta *semantic profiles* (perfis semânticos), *functional matrix* (matriz funcional) e *visual gamut* (gama visual); e (IV) *Analysis and implication*, em que faz uma análise de uma tipografia baseada nessa teoria a fim de demonstrar como as ferramentas conceituais podem ajudar a aprofundar o entendimento e a crítica a respeito de uma criação.

Na parte I, Skaggs afirma que as ciências da percepção, a semiótica, a retórica (que ele elenca separadamente da semiótica, diferente da proposta peirciana, em que a retórica é um de seus três ramos) e os fatores humanos são as quatro fundações teóricas do design, já que tratam, respectivamente, da recepção do objeto

de design, da sua significação, da sua persuasão e de todas essas questões a partir do ponto de vista do destinatário. Como os fatores humanos – levantados pela antropologia, sociologia, psicologia e outras ciências – constituem, de acordo com Skaggs, o campo mais desenvolvido teoricamente quando se trata de design gráfico (sendo a semiótica o menos abordado), ele decide ater-se principalmente aos três primeiros citados em sua pesquisa. Para o autor, os fatores humanos são o material-base, trazido pelos antropólogos, etnógrafos, entre outros pesquisadores, para se trabalhar na criação. Por isso não vê a necessidade de incluir esse assunto em sua teoria semiótica.

Nessa primeira parte, Skaggs dedica-se à percepção visual, valendo observar que nenhum outro dos nossos sentidos é ali tratado, embora o design gráfico não seja apenas visual. O autor, logo de início, apresenta um conceito fundamental para sua pesquisa: entidade visual (*visual entity* ou *visent*, como prefere abreviar), que consiste em algo potencialmente perceptível visualmente – conceito este importante já que o *visent* é que será percebido para ser interpretado *a posteriori*. O autor aborda, então, apresentando uma discussão entre Einstein e o filósofo Tagore, a visão externalista e a internalista da percepção. Os externalistas, como Einstein, acreditam que os objetos visuais são independentes da mente (conceito este não definido por Skaggs), enquanto os internalistas, como Tagore, creem na sua dependência. Por seguir uma linha peirciana, podíamos pressupor a tendência de Skaggs a conceituar entidade visual como independente da mente, mas o autor diz que o conceito de *visent* está mais alinhado com a concepção de Tagore. No fundo, Skaggs, que não cita a teoria da percepção de Peirce, parece mover-se entre essas duas correntes, quando afirma que “o conceito de uma entidade visual contém dentro dela uma realidade externa, independente da mente e, também, uma disposição condicional (*would-be*) para uma consciência perceptiva interna e mental” (SKAGGS, 2017, p. 19).

Na segunda parte da obra, Skaggs tem a intenção de mostrar a experiência visual como produto da ação sígnica, isto é, de entender o *visent* no papel de signo, definido por ele como “o dispositivo que nos permite conectar coisas que estão fora de nós com experiências internas [...]” (SKAGGS, 2017, p. 39). O autor explicita ser a semiótica peirciana bastante complexa e sua terminologia difícil, o que faz com que ele opte por tentar sempre traduzir o léxico peirciano para termos que os designers já empregam. Essa estratégia é uma faca de dois gumes: se por um lado ajuda aqueles que nunca foram apresentados à semiótica de Peirce, por outro cria ainda mais termos, para os quais já há definições na filosofia peirciana, tornando árdua a compreensão daqueles que já conhecem minimamente seus conceitos. Portanto, alguns termos bem familiares para os semióticos, como as categorias fenomenológicas de primeiridade, secundidade e terceiridade, a definição ampliada de mente, os termos das tricotomias, entre outros, não aparecem no livro. Além disso, o esforço de Skaggs no sentido de fazer algumas analogias para simplificação dos conceitos enfraquece algumas definições, o que resulta em um problema, se observarmos a preocupação que Peirce sempre teve com a questão terminológica (EP 2:264). Vale também ressaltar que, ao adotar outras nomenclaturas, sem indicar sua origem, Skaggs acaba não tornando claro, algumas vezes, para um leitor leigo, se o conceito apresentado é de Peirce ou dele mesmo.

Outra estratégia adotada por Steven Skaggs para facilitar o entendimento dos conceitos que pretende transmitir consiste na criação de gráficos ou imagens a

fim de representar visualmente a teoria, o que é compreensível por ter o autor formação em design. Mas, ainda que seja louvável o esforço de tradução empregado pelo autor, a representação visual acaba transmitindo apenas parte dos conceitos, como é o caso de qualquer representação, ou evocando outras ideias que não condizem com a filosofia peirciana. Por exemplo, no capítulo 3, o mundo semiótico é representado visualmente como uma dobradiça que conecta os mundos externo e mental – outra questão problemática, já que a ideia de mente de Peirce não é subjetiva –, o que dá a entender que o mundo externo e o interno (poderíamos nomear assim) não são semióticos, mas sim a relação entre eles.

Ainda em relação à parte II, Skaggs aborda o que chama de momento semiótico – um instante particular, aqui e agora, que será analisado. E a análise promove uma possibilidade maior de interpretação de qualquer peça, ainda que não seja infalível. O autor escreve que o momento semiótico tem a ver com três questões que os designers gráficos enfrentam nos problemas de design: “[...] O que é que precisa ser comunicado? Que coisa visual pode ser concebida para levar a cabo essa missão? Quem são as mentes potenciais que receberão a comunicação e como elas devem receber isso?” (SKAGGS, 2017, p. 44). Essas três perguntas não são apenas importantes para se analisar uma peça de design gráfico, mas também para criá-la.

O autor apresenta as classes de signos e as três tricotomias mais conhecidas de Peirce, aplicando-as à comunicação visual: a primeira tricotomia, do signo em relação a ele mesmo (qualidades, *visents* e sistemas); a segunda tricotomia, do signo em relação ao seu objeto (ele mantém os consagrados termos ícone, índice e símbolo); e a terceira tricotomia, do signo em relação ao interpretante (*display*, afirmação, conclusão). A partir disso, mostra as possíveis combinações que geram as dez classes fundamentais dos signos visuais, apresentando exemplos de cada uma delas. Ele espera que essas classes ajudem na análise e na criação de peças gráficas, cujo propósito é informar algo e persuadir um público, sempre dependendo, portanto, de uma mente interpretadora.

Apesar de destacar a importância dessa mente para o ato de interpretação, Skaggs, citando o semiótico Charles W. Morris – o primeiro a aplicar a semiótica peirciana aos estudos de comunicação –, foca em desenvolver a sintática e a semântica nessa pesquisa, sem abordar a terceira área, que seria a pragmática (ou fatores humanos). A sintática consiste na organização dos elementos formais com o intuito de se atingir um objetivo, enquanto a semântica trata das significações que essas formas combinadas transmitem. Segundo o autor, há apenas quatro formas com que uma peça pode gerar um efeito no receptor (SKAGGS, 2017, p. 85): presença, expressão, denotação e conotação. Presença (alta ou baixa) e expressão (*soulful* ou apático) são registros afetivos – o primeiro relacionado ao ambiente físico e o segundo, ao sistema cultural em que a peça está inserida. Skaggs extrai quatro combinações possíveis para as peças de design gráfico: *projective soulful* (alta presença e expressão), *projective apathetic* (alta presença e baixa expressão), *recessive soulful* (baixa presença e alta expressão) ou *recessive apathetic* (baixa presença e expressão). Já denotação e conotação constituem registros conceituais, sendo o primeiro a transmissão de um significado mais preciso e o segundo, de um mais divergente. É importante que o designer defina, já no *briefing*, se deseja que a peça seja mais específica ou mais associativa; neste segundo caso, poderíamos dizer mais “aberta”, citando aqui Umberto Eco (1991).

Após apresentar sua base teórica, Skaggs, na parte III, mostra suas ferramentas conceituais: perfis semânticos, matriz funcional e gama visual. Os perfis semânticos são baseados na análise combinatória dos registros afetivos e conceituais. Sabendo que presença, expressão, denotação e conotação têm duas valências cada, foram geradas 16 combinações de estratégias de *display* e de afirmação (*display-assertion strategies*), para as quais o autor oferece alguns exemplos, analisando peças de design gráfico. Ao fim, apresenta um modelo 3D como forma de visualizar essas classes, mas que, pela alta complexidade das combinações, não contribui tanto para o entendimento dessa ferramenta conceitual.

Já a matriz funcional traça eixos com focos em semântica e sintaxe, que interceptam os eixos de atributos *hard* (preciso) e *soft* (sugestivo), criando quatro nódulos: concreto (*hard* na semântica), tom (*soft* na semântica), práxis (*hard* na sintaxe) e forma (*soft* na sintaxe). Esses nódulos, por sua vez, são vistos do ponto de vista das relações verbal/visual e psicológico/ambiental (mente/corpo) – divisões estas dicotômicas, o que não se coaduna com uma teoria baseada na filosofia peirciana, não dicotômica por excelência. Em relação à matriz funcional, a visualização criada por meio do gráfico contribui muito para a compreensão das ideias.

Porém, neste ponto do livro, por terem sido apresentadas tantas combinações entre conceitos, o leitor pode acabar ficando um pouco perdido. Skaggs tem noção da complexidade da teoria que propõe e afirma ser ela necessária para que se desenvolva uma linguagem mais articulada no campo do design, evidenciando o que os designers já sabiam, mas de forma implícita anteriormente: “À medida que desenvolvemos essas ferramentas conceituais, pense nelas como oferecendo possibilidades de *insight*. Com elas, podemos investigar a comunicação visual em escala conceitual muito pequena, descobrindo novos relacionamentos nas interações complexas do processo semiótico visual” (SKAGGS, 2017, p. 139). E conclui que “os designers gráficos são semióticos visuais na prática profissional” (SKAGGS, 2017, p. 143). O autor finaliza essa parte do livro com um estudo de caso de redesenho de marca.

Por último, é apresentado o gama visual (*visual gamut*), definido por imagem (*image*), marca (*mark*) e palavra (*word*), para se fazer uma analogia com a possibilidade de uma imagem combinar elementos icônicos, indiciais e simbólicos, respectivamente, podendo tender mais para um ou outro tipo de signo. Aqui reside uma questão problemática de que Skaggs têm consciência: o uso do termo *palavra* como sinônimo de *simbólico*. Já que a semiótica peirciana foi escolhida pelo autor como fundamento teórico para o design gráfico – e não a semiologia estruturalista fortemente fundada na linguística –, valeria a busca por outro termo que não limitasse o simbólico ao verbal. O uso do termo *palavra* acaba por reforçar conceitos de que a pesquisa de Skaggs busca se afastar.

Para explicar o gama visual, o autor analisa um passaporte, uma marca, entre outras peças, baseando-se também em dicotomias como “a palavra (e outras escritas notacionais) *versus* o espectro visual”. Porém a ideia peirciana de ícone, índice e símbolo não transmite tal polarização. O símbolo traz em si características indiciais que, por sua vez, incluem características icônicas. O gama visual, em especial, é retomado na parte IV, quando o autor faz uma análise de uma tipografia para mostrar como as ferramentas conceituais podem ajudar a aprofundar o entendimento de uma peça de design.

No epílogo do livro, Skaggs retoma o objetivo da pesquisa: mostrar que a semiótica peirciana, tão pouco desenvolvida e aplicada ao design gráfico até então, constitui um arcabouço teórico poderoso para esse campo. Steven Skaggs pretende que a teoria desenvolvida por ele a partir dos conceitos peircianos seja mais um passo nessa direção e sinaliza que cada um dos capítulos pode vir a ser ainda mais aprofundado futuramente.

É importante que surjam novas pesquisas sobre análise de conteúdo gráfico a partir das ferramentas conceituais apresentadas. Com a aplicação da teoria proposta por Skaggs, poderão ser aprimorados cada vez mais os perfis semânticos, a matriz funcional e o gama visual, tornando-se esses conceitos cada vez mais claros e precisos. O grande mérito de *FireSigns* reside na sua tentativa de tornar acessível ao público leigo, por meio de exemplos e visualizações, uma arquitetura filosófica robusta e complexa, de maneira a facilitar o contato dos interessados em comunicação visual com a semiótica peirciana. Que este seja um convite para que cada vez mais designers percebam o potencial que os conceitos desenvolvidos por Charles Sanders Peirce oferecem para a compreensão, não apenas do design gráfico, mas de todo o campo do design.

### Referências

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BUCHANAN, Richard. Rhetoric, humanism and design. In: BUCHANAN, Richard; MARGOLIN, Victor (Eds.). *Discovering design. Explorations in design studies*. Chicago e Londres: The University of Chicago Press, 1995. p. 23-66.

ECO, Umberto. *Obra Aberta: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas*. São Paulo: Perspectiva, 1991.

HAUSMAN, Carl R. *Charles S. Peirce's evolutionary philosophy*. Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

PEIRCE, Charles Sanders. *The collected papers of Charles Sanders Peirce*. Electronic edition. Virginia: Past Masters, 1994. Disponível em: <<http://library.nlx.com/>>.

SKAGGS, Steven. *FireSigns: a semiotic theory for graphic design*. Cambridge: MIT Press, 2017.