

Design e interface: uma polêmica conceitual

Elaine Caramella

Resumo: Este estudo busca examinar os conceitos de design que se fundiram ao longo do século XX, transformando-se em algo confuso e uniforme, e que, nos dias atuais, associam-se ao de interface, produzindo polêmicas e equívocos. Nesse sentido, este texto objetiva contextualizar e evidenciar essas diferenças conceituais, revelando, assim, o aumento de complexidade na constelação histórica.

Palavras-chave: design; interface; comunicação; linguagem

Abstract: *Design and interface: a conceptual controversy* – This study examines the concepts of design that underwent transformations along the 20th century until they became what design is today, a confusing and uniform concept. Today one cannot think of design dissociated from interface, which leads to controversies, for design is invoked continually to produce interfaces, especially on the Internet. In this context, this essay aims to contextualize and evidence the conceptual differences between design and interface, revealing the increasing complexity of the historical constellation.

Keywords: design; interface; communications; language

Este texto, como está colocado em seu título, objetiva pinçar as camadas de sentido do conceito de design que foram se sobrepondo na constelação da história, a fim de explicitar suas mudanças e re-significações. Deixemos claro, as mudanças de sentido que incitaram à investigação dizem respeito não só à dupla de sentido exposta no título deste artigo como também ao entendimento de design a partir da noção de projeto de *design*. Sabemos ser esse um terreno pantanoso e, portanto, qualquer estudo, com tal foco de interesse, é objeto de polêmica. Mas, lembremos, qualquer conceito de *design* é também portador de mentalidades sócio e estético cognitivas, assim como é revelador de posturas acerca da interação do homem com a sociedade e sua concepção de mundo.

Dessa forma, as últimas quatro décadas vêm assistindo a uma transformação do conceito de *design*. Mas, se observarmos as interpretações tradicionais, seja pelo viés da estética da mercadoria, seja pela História da Estética, ou ainda pela História do Desenho Industrial, todas elas enredam, em sua trama de significados, um conjunto de conceitos, como relação entre belo e útil, forma e função, função simbólica, valor estético, valor econômico, valor de posse, valor de exposição, posição de mercado, tendências etc. Aparentemente, como já observou Gui Bonsiepe (1998), o *design* é hoje uma atividade sem fundamento, pois faltam os conceitos que o caracterizem para um discurso rigoroso. Essa constatação, de certa forma, remete à tradicional estruturação das áreas de conhecimento que regem a organização das pesquisas, cursos e, porque não dizer, à construção de uma epistemologia. O *design* sequer aparece nas grandes tabelas de área de conhecimento. Ele pode ser “colocado” e/ou “encontrado” como uma subárea de ciências sociais aplicadas, com o nome de Desenho Industrial ou, então, com o nome de Comunicação Social, porque ação da Comunicação Visual.

Além disso, apesar das mudanças conceituais, percebemos uma atmosfera nebulosa na compreensão e entendimento de *design* no âmbito da comunicação visual, sub-divisão da subárea de comunicação social. O mesmo acontece quando ele é pensado pelo viés da arte. Essa situação não é diferente quando o *design* é pensado pela esfera do próprio desenho industrial. Mas essas diferenças ficam ainda mais difíceis de serem tratadas, e talvez mais confusas, quando o *design* é visto pelo olhar das mídias da informação, ou como muitos preferem, mídias digitais, pois trata-se de um terreno um tanto quanto pantanoso e fragmentado, em cujo espaço juntam-se as compreensões e os olhares sobre as tecnologias por meio dos estudos da engenharia e das teorias das mídias que, em geral, são vistas como uma especialização da Teoria da Comunicação. Trata-se, pois, de um mapeamento delicado e que apenas estamos iniciando, sem a pretensão de resolvê-lo. Mas é exatamente no contexto das mídias digitais que emerge o conceito de interface associado ao de *design*.

O conceito de interface, por sua vez, do modo pelo qual tem sido tratado, surgiu no campo da informática e, desde sua origem, tem importância central para a computação gráfica, a multimídia e a realidade virtual. Para os estudiosos do *design* que vêm da linhagem do desenho industrial, em especial T. Maldonado e Gui Bonsiepe, o conceito de interface é o que permite explicar não só as diferentes modalidades da informática como também do *design*. Participo com Maldonado e Bonsiepe da opinião de que *design* e interface são conceitos que foram acoplados e que têm sido utilizados, indiscriminadamente, como se fos-

sem um jargão generalizante, destinado a nomear uma diversidade de ações: ação projetual, projeto de desenho, projeto de multimídia, processos de simulação ou, até mesmo, ergonomia. Pontuando melhor, interface na esfera do desenho industrial assume o caráter de ergonomia, dado que, aparentemente, é esta a responsável pelas relações homem-máquina, outro problema, portanto.

Essa contextualização não pode excluir o modo pelo qual a palavra *design* é usada no mundo cotidiano, o que concorre ainda mais para a sua banalização. A todo momento, ouvimos expressões do tipo: *design* de sistemas, *infodesign*, *hiperdesign*, *design* de tráfego, *design* neuronal, *personal design*, *hairdesign*. Na maioria dos casos, *design* é substantivado, ainda que seja um substantivo com caráter de adjetivo, pois qualifica e, em certos casos, dá valor e certificado de qualidade a uma determinada produção.

Examinemos a palavra “design”. A língua inglesa distingue, com clareza, *draw* de *design*. A palavra *draw* significa todo e qualquer tipo de desenho. Mas “design” tem um significado distinto, significa “desígnio”, “definir e projetar o futuro”. Em português, além de não haver essa distinção e, pelo fato de “design” sempre ter sido associado à arquitetura e ao desenho industrial em geral, significa “projeto” e está intimamente associado a “desenho”, ou ainda, a “projeto de desenho”. Mesmo assim, essa associação entre *design* e projeto, em geral, é ambígua e generalizante. É comum ouvirmos, “esta ou aquela produção tem *design*”, ou ainda, “o *design* de fulano...”. Por isso, como anunciamos no primeiro parágrafo deste ensaio, enfrentar essa polêmica pressupõe aproximarmos a associação de *design* a projeto.

Mas o que é projeto? Quais as concepções de projeto? A conceituação, em geral, limita-se à definição e delimitação etimológica, isto é, *design* é projeto, é desígnio. Em outras palavras, para a tradição da área, projeto significa um conjunto de idéias organizadas pelo e no traço do desenho, que se colocam para o devir. Por mais generalizante que seja, o conceito tem um sentido datado no tempo e no espaço, uma vez que foi estabelecido pela tradição florentina do século XVI para definir a arte. Posteriormente, foi confirmado pelo Movimento Moderno e pela Bauhaus, ainda que, até os dias de hoje, seja usado por muitas vertentes de estudo. Por isso, dividimos este texto em três blocos de idéias.

Arte: projeto de desenho

A expressão “projeto de desenho” não é gratuita: foi retorzada por Leon B. Alberti nos tratados *Della Pittura* e *Raedificatoria*, no século XV, após a invenção da perspectiva linear por F. Brunelleschi. No século XVI, Giorgio Vasari, em



Fig. 1 Michelangelo

sua obra *Le Vite* recuperou as formulações de Alberti, mas deu a elas um caráter legislativo, sedimentando e associando arte a projeto de desenho. Conceituar, para Vasari, era normatizar e legislar, dado que buscava uma unificação das três artes maiores do desenho (pintura, escultura, arquitetura). Essa unificação significou para ele associar arte a projeto de desenho. Para Vasari, arte é desenho e desenho é idéia que passa pelas mãos. Mas o projeto de desenho não é de qualquer tipo de desenho. Para o historiador e tratadista toscano, projeto de desenho significa desenho proporcionado. Para ele, tudo se resolve

no desenho. Disso decorrem os dois tempos: o primeiro, da ação projetual, também conhecido como plano da idealização ou concepção, que é o da esfera do desenho; e o segundo, da execução, que, no caso da pintura, caracteriza-se por *colocar cor* (cujo significado, naquele momento, restringia-se à variação tonal); no da escultura é *tirar/escavar*, e no da arquitetura é *modelar ou construir*. Como integrante do círculo de Michelangelo, Vasari considerava que, com Michelangelo, a arte havia acabado, pois nada restava a fazer a um imitador. Tais idéias serão levadas, posteriormente, a Portugal, ao final do século XVI, por Francisco de Holanda, estudante e pesquisador português, que escreveu um longo tratado sobre a conhecida vertente denominada “tosco-romana”, também conhecida como “michelangesca” ou, ainda, “vasariana”. Para essa vertente, toda e qualquer obra se resolve no projeto de desenho bi-dimensional, seja ela uma pintura, seja uma escultura ou arquitetura. A imagem de Michelangelo (fig. 1) ilustra essa concepção de arte como projeto de desenho.

Ainda para Vasari, o desenho corrige o olhar da mente. Projeto é, pois, desenho proporcionado que corrige aquilo que Deus não teve tempo para fazer quando da criação. Arte é, portanto, projeto de desenho que corrige as imperfeições da natureza. O desenho proporcionado, o desenho com base na geometria euclidiana, será para Vasari, portanto, sinônimo de arte. Para isso, ele usa uma metáfora bastante curiosa, a saber: o pai da arte é o desenho; a mãe da arte é a pintura, porque ela é desenho e, juntos, desenho e pintura possuem duas filhas: a escultura e a arquitetura, porque também são desenho. Arte, desde Vasari, foi conceituada como projeto de desenho proporcionado. Não à toa, surgiram as dificuldades encontradas pelos estudiosos ao estudá-las após a década de 30 do século XX.

Design e projeto funcionalista

Fazendo um salto de alguns séculos, a expressão *industrial design*/desenho industrial tem a sua origem na fundação do desenho industrial, no início do século XX. *Industrial design* e *design* são conceitos que se distinguem. Porém, devemos lembrar que, durante o período que conhecemos por *Art Nouveau*, o pouco conhecido debate Bismark e Weimar, liderado por Behrens, Walter Gropius, Muthesius, Adolpho Loss e outros, produziu um grande número de artigos e ensaios, com o objetivo de buscar a definição do código da indústria. A primeira fase da indústria esteve associada à imitação, com base no modelo do objeto único. Era uma indústria que não conhecia seu próprio código. Mas, como se sabe, sempre que uma nova tecnologia surge, ela vai buscar no repertório existente os parâmetros modelares de identificação.

Mas esses homens sabiam que a indústria tinha outro código. Muthesius defendia, por exemplo, a padronização; Behrens e Gropius, a funcionalidade e a limpeza das formas. Um dos grandes equívocos desse debate foi entender o *industrial design* como arte aplicada, dentro do mesmo raciocínio existente — ciência pura e ciências aplicadas. Esse raciocínio não exclui autores de peso, tais como G. C. Argan e Pierre Francastel, ainda que seus estudos sobre essas questões sejam da década de 1950.

Apesar de o debate entre Weimar e Bismark ter resultado na formulação do código industrial, os pioneiros desse debate, na busca por um conceito de arquitetura moderna e desenho industrial, entendiam que o desenho industrial era arte aplicada. Esse debate, travado entre arte pura e arte aplicada, provocou uma divisão entre arte pura e arte aplicada. Apesar dos equívocos, definiu uma concepção de projeto que culminou com a conhecida fórmula expressa por Louis Sullivan, da Escola de Chicago: *the form follows the function*, que, de resto, é o que deu sustentação a todo Movimento Moderno de Arquitetura, à Bauhaus e às vanguardas artísticas do início do século XX.

Assim, para a Bauhaus e para o movimento moderno de arquitetura, a forma deveria ser limpa, isto é, a relação entre a forma e a cor, por exemplo, deveria ser de altíssima definição, um meio quente por excelência, no sentido dado por McLuhan, de modo a não ambigüizar a função do objeto, fosse ele um mobiliário, um objeto da vida cotidiana, um edifício residencial ou uma cidade. Não à toa, a teoria da percepção visual, a *Gestalt*, como teoria da boa forma, foi o alicerce conceitual da arte, nesse momento. Além de definir, nesse momento, a chamada boa forma, isto é, a alta carga de legibilidade ou comunicabilidade visual da função, introduziu as bases da gramática e sintaxe da visualidade que, de resto, foram muito bem explicitadas e exploradas por Arnheim e D. Dondi,

em sua conhecida obra *A linguagem da sintaxe visual*, publicada no Brasil pela Martins Fontes.

O debate Bismark e Weimar prepara os ideais e as idéias sobre a ação projetual, de acordo com o código industrial. Daí o protótipo e não mais um modelo a ser imitado. Um projeto pensado e idealizado para a indústria, em uma concepção de função que dizia respeito ao devir social das sociedades e do homem. O projeto, na verdade, era “um programa de idéias para ensinar o homem a ser moderno” (FERRARA, 1993), no contexto do ideário da modernidade, isto é, no das reformas sociais e da diminuição das desigualdades sociais. Projetar a vida do homem significava oferecer-lhe as condições de uma vida digna, em todas as escalas da ação projetual. Apesar do tom melancólico, Argan assim o define: “o projeto ainda é um processo integrado numa concepção do desenvolvimento da sociedade como devir histórico” (ARGAN, 1992, p. 251)

Essa formulação tinha também como objetivo repensar o conceito de cidadania, tal como havia sido promulgada pela Carta de Declaração dos Direitos Humanos, após a Revolução Francesa e a Revolução Americana. Na referida carta, “cidadão” é expresso com o mesmo significado de “consumidor”. Não à toa, os pioneiros da arquitetura moderna e do desenho industrial introduziram o conceito de usuário e associaram-no a cidadania. Ainda que esses dados e documentos estejam soltos e fragmentados, eles nos permitem inferir a relação entre “cidadão” e “consumidor” por oposição a “usuário” e “cidadão”. Mas é também necessário enfatizar que, naquele momento, o *design* era entendido como Desenho Industrial. Nessa medida, pensar o projeto como explícita a citação de G. C. Argan, era pensar o projeto para toda a sociedade. O chamado projeto funcionalista deveria contemplar a sociedade como um todo, pois associado ao devir sócio-econômico, político e cultural da sociedade. O título da obra de A. KOPP, *Quando o moderno não era um estilo e sim uma causa*, representa as afirmações que acabamos de fazer. Enfim, o *design* deveria materializar a qualidade de vida para os cidadãos, pois o significado de função estava estritamente ligado a um programa de necessidades do cidadão moderno que, de resto, dizia respeito aos temas expressos na carta de Atenas: trabalho, lazer, saúde, habitação, educação/cultura, discutidos posteriormente nos Congressos Internacionais de Arquitetura Moderna (CIAMs). No contexto desse ideário, a sociedade era uma estrutura organizada com uma finalidade comum a todos os seus membros. Portanto, o projeto de *industrial design* estava intimamente associado ao de projeto social que se desdobrava de um programa de necessidades e que tinha sua representação no desenho. Projeto era entendido como um signo que tem como objeto a forma e a função, cujo interpretante, de certa forma, estava determinado, no e pelo projeto. Isto é, o uso era a própria

ação interpretante, como, há muito, explicitou Lucrecia D'Alessio Ferrara. No entanto, esse uso já estava determinado no projeto, por implicar um usuário idealizado. O "modulor" de Le Corbusier é a imagem desse usuário idealizado e mensurado. Por isso, contrariamente ao que Argan coloca, afirmamos que o *design* não entra em crise; *design* e concepção projetual, nesse contexto, já nascem sob a égide da crise. Aliás, essa formulação conceitual de projeto de *design*, como aquele em que a forma acompanha a função, é um signo em crise por excelência, já que a relação uso/usuário é de caráter determinista, pois a ação do usuário estava determinada no próprio projeto, em alta definição. Esse paradoxo, não percebido pelos pioneiros do movimento moderno de arquitetura, foi uma presa fácil.

As teses modernistas podiam não ir ao encontro dos anseios do capital industrial, mas foram de fácil adequação e apropriação pelo capital financeiro. A determinação da ação do usuário, a partir de sua idealização, foi a estrada perfeita para transformar aquele projeto e programa de necessidades (ensinar o homem a ser moderno e melhorar a qualidade de vida de toda a sociedade) em programação do usuário e para devolver ao usuário o caráter de consumidor, ou ainda, de usuário-consumidor.

Pós-Segunda Guerra Mundial e transferência do centro cultural e econômico para Nova York

Ora, esses ideais não precisaram mais do que o nazismo, o fascismo e, conseqüentemente, a segunda guerra mundial para serem enterrados. Com o fim da guerra, a Europa estava destruída física e moralmente, e sua preocupação maior era sua própria reconstrução. A transferência do centro econômico e cultural para Nova York parece ser quase natural, já que os Estados Unidos saíram do conflito como o grande herói. A partir da década de 1950, o mundo passa, cada vez mais, a ser comandado pelo capital financeiro e pelos jogos de mercado, o que significa também dizer, reger e orquestrar a sociedade a partir das estratégias de mercado, representadas visualmente pela publicidade e propaganda e, em especial, pela idéia de moda, isto é, de mudar permanentemente, na expressão de Lipovetsky (1992). Vale notar, nesse sentido, que as produções dos pioneiros do movimento moderno e da Bauhaus, hoje, são produtos que fazem parte dos mais diferentes catálogos de venda, porque estão na moda.

Assim, a primeira coisa a ser superada será a chamada boa forma, como queria a *Gestalt*. O par forma e função assumiu um caráter ambíguo, tendo em vista a sua fragmentação. De um lado, rebaixar a definição da forma por meio de elementos decorativos, pois que mais palatáveis e, de outro, torná-la mais ambí-

gua em relação à função. Desse modo, as teorias da percepção visual e os estudos sobre a sintaxe da linguagem visual deixam de ser as bases conceituais do *design* e das idéias novas e assumem, definitivamente, o lugar de gramática ou normas de alta legibilidade e comunicabilidade automática de qualquer produto. No entanto, é necessário lembrar que comunicabilidade automática é sinônimo de percepção automática e mecânica, isto é, sem choque, sem surpresa, sem estranhamento.

Todos esses acontecimentos significaram o fim do chamado projeto funcionalista. O *design* passou, cada vez mais, a se dissociar da idéia de projeto e de programa de necessidades e a associar-se a mudança permanente, determinada pelos jogos do capital financeiro em aliança com a velocidade da mudança tecnológica. É assim que o programa de necessidades do cidadão como parte da ação projetual, satura-se na idéia de obsolescência programada. A noção de projeto passa a ser entendida como pré-ordenação calculada e quase mecânica, na busca cada vez mais acelerada da pasteurização das contradições sociais, de modo a, progressivamente, programar toda a sociedade.

Em outras palavras, o conceito de *industrial design* associa-se cada vez mais à idéia de solucionar problemas de um cliente, não a partir de um programa de necessidades, mas de um *briefing*. Assim, o conceito de *design* descola-se da relação forma e função, já que, como dissemos, de um lado rebaixou a definição da forma e, de outro, aqueceu a definição da função, num processo crescente de segmentação e fragmentação. Função e signo utilitário assumem novo caráter. Os chamados produtos e espaços funcionais passam a ser crescentemente definidos e, conseqüentemente, mais fragmentados. Essa alta definição, de caráter altamente determinista, é a base da lógica da especulação imobiliária, por exemplo. E, quanto mais determinista e programada a ação do usuário, tanto mais rapidamente deteriorável. Deterioração significa, aqui, não só substituir alguma coisa por outra mas também “o velho pelo novo”, em que velho e novo adquirem sentidos diversos.

Design como configuração de linguagens: o projeto minimalista

Nesse contexto, cabe, mais uma vez perguntar: como romper com essa lógica? Ou, ainda, como pensar o novo como informação nova? Soma-se a essas questões uma outra: o que significa *design* e como re-significá-lo como substantivo? Como caminhar na contra mão desse contexto? Para nós, responder a essa questão implica inserir a esfera do *design* no contexto do estudo e debate da comunicação e das teorias da representação e da linguagem. Portan-

to, dar-lhe um caráter sistêmico e trans-disciplinar. *Design*, nesse contexto, já não diz respeito a desenho industrial, é algo mais complexo.

Partindo do princípio de que o tempo é irreversível e que o passado não volta, não podemos pensar o *design* fora das atuais condições de produção, da sociedade de mercado, da tecnologia e, conseqüentemente, da mudança em velocidade permanente. Daí, entendermos *design* como *con-figuração* de códigos e linguagens em permanente diálogo. Afirmar isso implica romper com as chamadas áreas de conhecimento e suas subdivisões. Complexidade e dialogia são conceitos que se solidificam e subjazem ao *design*, porque dão corpo à interface. A interface, entendida como a brecha de mediação de códigos e linguagens diferentes, está inserida no próprio conceito de *design* no modo como o conceituamos.

Isso compreende o fim das fronteiras entre arte e ciência; o fim do conceito de ciência aplicada, dado que ciência aplicada parte de um conceito de verdade absoluta que se “aplica para explicar” o próprio conceito, ao invés de inteligir o signo. Por sua vez, o conceito de projeto de *design* muda necessariamente porque seu caráter sistêmico não é passível de fragmentação. A idéia de projeto de *design*, enfim, associa-se cada vez mais à idéia de problema na concepção da ciência e da arte contemporâneas. Problema esse resultante do impacto entre abdução e dedução, em que hipóteses projetuais são possíveis respostas conceituais a serem testadas experimentalmente, a fim de solucionar o problema proposto. Resgata-se assim, a idéia de experimentação, segundo a qual arte e ciência estão juntas. Projeto de *design* não é mais projeto de desenho. O desenho é um dos códigos que se entrelaçam na ação projetual. Ou ainda, como acontece em muitos casos, desenho é tão somente a representação gráfica do projeto. Não é o único código e nem o absoluto. Rompem-se os limites entre desenho industrial (*design* de produto e gráfico), publicidade, propaganda, marketing etc.

No mundo contemporâneo, *design* é ação interpretante, extremamente complexa, cujos receptor/usuário/consumidor são também sujeito/emissor. Não se trata de negar o projeto, mas de entendê-lo como ação de codificação. Não se trata tampouco de decretar o fim do caráter funcional, mas de baixar a sua definição, flexibilizando-a, ao incorporar o usuário na ação projetual, na qualidade de variável projetual, porque signo do acaso e da mudança permanentes. Enfim, diminuir o caráter determinista é também flexibilizar a relação tempo-espaco e dar-lhe caráter híbrido. Nesse contexto, *design* assume o caráter de espaco de criação e interação de novas estruturas em permanente diálogo. À título de exemplo, evocamos o caso da publicação *Visionaire Play*:

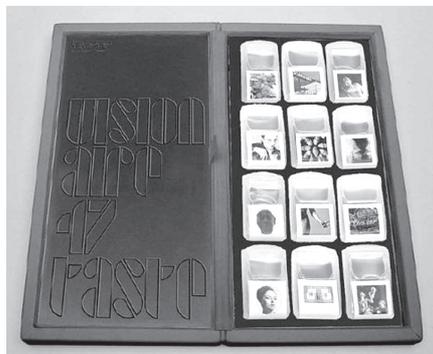


Fig. 2 Exposição dos diversos números da *Visionaire*

Essa publicação nasceu no mundo da moda há mais de dez anos. A diversidade define a sua identidade. Cada número é realizado por um *designer* e tem forma e suportes totalmente diferentes do anterior. Ela não divulga nenhum produto, pois a própria publicação é o produto. Um número da *Visionaire* pode ser uma mochila, carregada de outros produtos, quando o tema for os mochileiros. Pode ainda ser uma caixa de imagens e vidros aromáticos, quando o tema for aroma; ou uma caixa com texturas diversas, quando o tema for o tato. Trata-se de um produto que pode ser visto, pode ser um objeto de decoração ou, ainda, pode ser usado, como a carteira Louis Vuiton.

Para o número 47 da *Visionaire*, por exemplo, foram selecionados e pesquisados doze diferentes personalidades do mundo pop, entre eles Elton John, Bruce Weber, Ferran Adria e Yoko Ono. Foram pesquisadas as preferências de cada um deles, e os profissionais da International Flavors&Fragrances (IFF) chegaram a diferentes sabores e odores que identificam cada uma das personalidades. O leitor é convidado a sentir e a saborear. Aliás, o número 47 traz o slogan *get in touch with your tongue*.



Fig. 3 *Visionaire* n. 47

A organização interior dessa publicação nada tem a ver com a ordem antes/depois. O leitor pode começar a ver/tocar do jeito que desejar. Assim, apesar de o preço restringir o público (o referido número 47 custa \$147), ela é pensada apenas para um segmento de consumo, ou público, mas para diferentes usuários, isto é leitores interessados em *Design Gráfico*, em *Moda*, *Arte* etc. Cada receptor (homem, mulher, adulto, criança, tanto faz) impõe uma lógica de percepção e de uso, pois o lúdico e a interação sensorial comandam o processo. Assim, mesmo com o nome *Visionaire*, a visão não é o órgão sensorial principal na percepção deste objeto. Além disso, a *Visionaire* tem uma tiragem de quatro mil exemplares, e cada um deles é numerado, à semelhança do que acontece com as gravuras.

Embora o exemplo acima seja uma peça gráfica, isso não significa que a noção de projeto *minimal* se restrinja ao mundo do *design* gráfico. Ele se estende a outras linguagens. Vale notar, no entanto, que a diminuição da taxa de definição da funcionalidade assume um caráter de diagrama de possibilidades em que cada ação do usuário-leitor definirá um determinado sentido, porque a *Visionaire* entende a interface como ação de codificação. Nesse caso, ação de usuário não implica desgaste ou deterioração, mas produção de sentidos.

Créditos da imagens

Fig. 1 Michelangelo

www.spaceandmotion.com/Philosophy-ArtepTruth.html

Fig. 2 Visionaire Play

www.dianepernet.typepad.com/.../visionaire.JPG

Fig. 3 Visionaire 47 – Taste

www.mapahometx.com/visionaire

Referências

ALBERT, L. (1950). *Della pittura*. Firenze: Sansoni.

ARGAN, G. C. (1977). *Progetto e destino*. Firenze: Saggiatore.

_____. (1992). *História da arte como história da cidade*. São Paulo: Martins Fontes.

_____. (1996). A História da metodologia do projeto. *Revista Caramelo*, São Paulo, n. 1.

_____. (2000). *Projetos e destino*. São Paulo: Ática.

BONSIEPE, G. (1995). *Dall'oggetto all'interfaccia: mutazioni del design*. Milano: Feltrinelli.

- CAMPOS, H. (Org.) (1975). *Ideograma*. São Paulo: Cultrix.
- FERRARA, L. D. (1993). *Olhar periférico*. São Paulo: Edusp/Fapesp.
- _____ (2002). *Design em espaços*. São Paulo: Rosari.
- KERKOVE, Derrick (1995). *A pele da cultura*. Lisboa: Relógio D'Água.
- KOPP, A. (1990). *Quando o moderno não era um estilo e sim uma causa*. São Paulo: Nobel/Edusp.
- LIPOVETSKY, G. (1992). *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras.
- MALDONADO, T. (1979). *Técnica e cultura: il dibattito fra Bismark e Weimar*. Milano: Feltrinelli.
- _____ (1997). *Reale e virtuale*. Milano: Feltrinelli.
- _____ (1999). *Design industrial*. Lisboa: Ed. 70.
- MCLUHAN, M. (1974). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix.
- MCLUHAN, M.; FIORE, Q. (1969). *Os meios são as mensagens*. Rio de Janeiro: Record.
- PEIRCE, C. S. (1974). *Collected papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge: Harvard University Press. 8 v.
- PIGNATARI, D. (1976). A metalinguagem da arte. *Revista Escrita*, São Paulo, n. 9.
- PRIGOGINE, Y. (1988). *Tan solo una ilusion?* Barcelona: Tusquets.
- PRIGOGINE, Y; STENGERS, I. (1991). *A nova aliança: metamorfose da ciência*. Brasília: UnB.
- PRIGOGINE, Y.; STENGERS, I. (1990). *Entre el tiempo y la eternidad*. Madrid: Alianza.
- VASARI, G. (1906). *Le vite de' piu eccellenti pittori, scultori ed architettori*. Firenze: Sansoni. (Edição de 1560 e de 1568).

ELAINE CARAMELLA é professora livre-docente aposentada da Unesp; publicou *História da Arte: fundamentos semióticos e outros artigos* e capítulos de livros. Atualmente, é docente do Departamento de Arte da Faculdade de Filosofia e Comunicação da PUC-SP e do Curso de Design do Centro Universitário Senac.

elainecaramella@terra.com.br

Recebido em 24 de setembro de 2006 e
aprovado em 22 de outubro de 2006