

!novação:

contributos do design para o
desenvolvimento económico e social

francisco providência



universidade de aveiro

Ao Vasco Branco, pelo incentivo, discussão e amizade; à Joana Quental, pelas generosas contribuições e leitura; aos meus colegas da Universidade de Aveiro, Álvaro de Sousa, Rui Costa, Helena Barbosa e todos os outros com quem partilho as minhas preocupações e descobertas; aos meus colegas da Providência design, Lúgia Afreixo e Marta Fragata e a todos os outros com quem partilho a minha vida.

Francisco Providência
Aveiro, 2015

Ser inventor parece ser o resultado prático de um estado intrínseco de insatisfação e exclusão. Inventa aquele para quem a realidade é um obstáculo, pese embora a euforia da descoberta. Nessa condição, o inventor também parece entrar num estado de melancolia (ou *spleen* como lhe chama Baudelaire), sob um mal-estar que poderá desencadear a reação para a mudança. De certo modo inventa o inventor aquilo que lhe faz falta, mas, para outros, o que lhe pagam para inventar. De qualquer forma, a verdadeira invenção (radical e não incremental), é a que funda a descontinuidade do significado. Por isso as invenções em design radicam na própria invenção do design.

“A falta de respostas do Design leva-o a refugiar-se num ethos funcionalista. A falta de consciência do Design implica-o na urgência do ativismo”.
FP

“A poesia é uma alma a inaugurar uma forma”.
Pierre Jean Jouve

inovação:

No quadro da resposta comercial do design _ aqui representada pelo âmbito da atividade real e empírica do trabalho produzido num escritório _ os presentes pressupostos de inovação podem configurar um projeto estético (design da poética). Este é, aliás, o principal atributo de estudo deste livro: exemplificar a inscrição da teoria na prática projetual, ou da comunicação da prática projetual, não como declinação teórica (transferência de conhecimento) mas como laboratório de inovação (produção de conhecimento). Fundada na realidade e abdicando da sublimação da arte _ assim evitando a tentação da sua refuncionalização estética (como certas obras contemporâneas em que se confunde

a fronteira entre arte e design) _ os exemplos aqui apresentados protagonizam também uma estética do design (meta função) que, motivada pela impossibilidade de garantir a felicidade, se afirma pela possibilidade da beleza.

A invenção de um *design lacónico para a construção de um mundo menos cínico*, é o programa manifesto com que se enuncia este design: fazer design sob o tema da beleza, recorrendo aos meios da inexpressividade em respeito pelo outro; uma invenção que quanto aos meios explora o passado, e, quanto aos fins, desenha a moralidade de um novo futuro. Mas como seria possível o novo sem a criatividade do erro?



Esferográfica Bic, 1950
Design de Marcel Bich,
sob a patente do húngaro
László Bíró

“A escrita é como um prolongamento da vida sobre as coisas, a reescrita da realidade (...) toda a minha escrita se reporta a mim e à minha vida”,
Marguerite Duras

“Escrever é tentar saber aquilo que escreveríamos se escrevêssemos - só o sabemos depois - antes, é a interrogação mais perigosa que nos podemos fazer. Mas é também a mais corrente”.
Marguerite Duras

Os textos aqui compilados são fragmentos de uma viagem descontínua pelas ideias (epistemologia *poética*) que, no entanto, corresponde a um tecido contraditório, mas urdido pelo corpo — que assim tece o próprio corpo. Aqui confundem-se *imanência*, *essência* e *existência*, sob o mesmo contentor somático.

Não há um discurso estruturado dos pressupostos para a conclusão (como as peças sinfónicas ocidentais), mas um *ritornelo*, uma evocação circular que parece querer reter o leitor na duração do tempo (vida), em torno de um fenómeno que se deseja compreender, implicando para isso, prescindir do seu próprio conhecimento; por isso está organizado por investidas, por aproximações, ligando o inusitado numa teia de sentidos.

Essa experiência de inovação poética da escrita e do desenho tem passado, sem dúvida, pela mediação técnica da esferográfica Bic que aqui se invoca com reconhecimento.

Foi intenção do autor partilhar a experiência peripatética desse conhecimento sobre o que considera essencial no design: a poética como gerador de inovação.

Logo na introdução da sua obra *A protecção jurídica do Design*¹, Pedro Sousa e Silva esclarece-nos o enunciado do problema da inovação em design enquanto *propriedade intelectual*. O domínio criativo do Design, tem como objeto a inovação da forma, implicando uma, duas ou três funções distintas: *a técnica*, *a estética* e *a identitária*. A presente circunstância jurídica valida o projeto de design enquanto manifesto de inovação e, por isso, passível de registo sob regime de *patente* (inovação técnica), *desenho industrial* (inovação estética) e *marca* (inovação identitária).

Dito isto, fica esclarecido que a *inovação em design* se manifesta morfológicamente não só pela originalidade de tecnologias, materiais e processos implicados, mas também pela originalidade expressiva do resultado e pela singularidade distintiva da sua comunicação.

Introdução

¹ “A criatividade existe em todos os domínios do pensamento humano (...) o Homem usa a sua criatividade no domínio científico (novas meios de conhecer a realidade), no âmbito da técnica (novas soluções para problemas práticos) e no campo das artes e letras (criando obras artísticas). Deste esforço criativo podem resultar objetos com uma aparência original, decorrendo da sua forma inovadora ou características do próprio produto ou ornamentação. (...) A forma e, genericamente, a aparência de um objeto, estão (...) ao serviço de uma de duas funções: uma função técnica e uma função estética. (...) Mas a aparência de um produto pode desempenhar ainda uma terceira função distintiva ou identificadora. (...) As três funções acima referidas (técnica, estética e distintiva) podem ser protegidas através de DPI (Direito da Propriedade Intelectual)” (SOUSA e SILVA, 2017:25-26).

Começando pelo enquadramento etimológico da *poética*, este texto resulta de incursões nos domínios da arte e da técnica começando por propor a oposição entre design e arte: o design é diferente da arte ainda que tenham uma origem comum. O design nasce da aproximação entre arte e ciência, mas enquanto arte parece querer cumprir o seu papel poético de revelação da verdade.

No entanto, na atual circunstância de normalização global, entre “o ilimitado formalismo imperial e o niillismo romântico regional” (Badiou), não resta ao design outra saída que a do localismo crítico. A dimensão crítica do design começará por questionar o destino dos seus esforços, perguntando a que se destina? que homem desenha afinal? a fim de esclarecer se o seu contributo incrementa mais a liberdade ou a submissão humana.

No paradoxo entre conhecimento e verdade, o design, procurando mais a verdade poética do que o conhecimento científico, ficará refém de um mercado cujo conhecimento (ou falta dele) condicionará a sua sobrevivência; o seu esforço de verdade poética será sufragado por um público eventualmente analfabeto do conhecimento invocado. Mas apesar disso, o design parece insistir no desenho da forma que revela o seu sentido, justificada pela dimensão simbólica dos objetos enquanto valorização estética da produção industrial.

Contra a imposição da ordem funcionalista (moderna), que condicionava a forma pela função, diversas manifestações do design reclamam hoje uma origem poética para a conformação, assim invocando uma dimensão de significado em aberto que se afasta da determinação teórica dedutiva. As formas são ideias gerando-se uma discussão em que se opõem com

frequência as teses da estética funcionalista (resposta à carência) contra a estética simbolista (afirmação da beleza) implicadas na funcionalização social e na sua libertação.

Ao convocar os autores do design pelos seus depoimentos, verifica-se com frequência uma metodologia criativa fundada na poética errante e autobiográfica que, dando origem a formas (ideias coletivas), serão agentes de progresso social quando adoptadas pelo mercado.

O designer poeta é aquele que, testemunhando a morte, desvela a verdade. Se para uns a tarefa implica o domínio de uma linguagem reconhecível, outros “recusarão imitar-se a si próprios”, como escreveu Helder Macedo a propósito de Herberto Helder, “que desnuda a sordidamente gloriosa matéria humana que sustenta o mito em que o pretenderam neutralizar” (MARQUES, 2015). Se a linguagem comunica, e exatamente por isso, também neutraliza.

Os alemães Worringer e Heidegger reconhecem na arte e na poesia o meio de superação da tecnologia pelo Homem. A verdade aparece pela Poesia ainda que, recorrendo pela criatividade à mentira da Arte. A criatividade poética é assim condição de sobrevivência humana.

A educação artística constituirá condição para a construção de uma sociedade democrática e moral que supere a condenação reificante da cultura material, que nos ameaça soterrar sob o seu imenso lixo. A beleza, para além da estetização da aparência _ votada à estética da recepção que faz de cada indivíduo um cliente _ é meio de recuperação humana.

Na origem da poesia está a experiência do assombro que se comunica pela metáfora.

As imagens da poesia permitem a resolução paradoxal da impossibilidade, abrindo janelas para o possível na parede da realidade, convocando o indizível. Mas, ao contrário da linguagem que representa, o poema apresenta. Só pela poética poderá o design reconciliar-se com a sua impossibilidade ética, manifestando a epifania da experiência do assombro que se prolongará, imanente, na obra produzida. Um design votado a dizer nada, ou quase nada, que nasce da supressão de qualquer ornamento como finalidade retórica que descarta o óbvio, transformará o designer num poeta metafísico. Este é o ensaio de uma estética do design pelo vazio, fundado na percepção de que *o vazio é mais rico do que o cheio* (K. Hara), ou que *o menos é mais* (Mies van der Rohe), assim desejando contribuir para a unidade do mundo. Ou seja, a *retórica do vazio*, como grande meio de liberdade, que é a condição de ser.

O tema da *sobrevivência*, convoca a investigação em design em torno da sua própria ontologia: *o desenho de artefactos, dispositivos e serviços de mediação cultural para a sobrevivência...* digo isto recordando Victor Papanek, quando sugeriu que o melhor design do mundo era esquimó (e não italiano ou alemão), pela relevância dos artefactos desenhados num lugar de tão severa escassez, onde falta (quase) tudo à sobrevivência humana; onde, por isso, o design pode contribuir radicalmente para a sustentação da vida.

Num ambiente (social, económico e político) de tanta incerteza, como o atual, caberá ao Design refletir sobre a sobrevivência. A sobrevivência da Europa e de Portugal; a sobrevivência da justiça, da sustentabilidade, da beleza e da liberdade; a sobrevivência de cada um de nós enquanto indivíduo e pensador; e a sobrevivência deste domínio do desenho que se quer do conhecimento, assim reconhecendo a investigação como um ato de sobrevivência individual e colectiva.

Refletindo sobre a investigação em arquitetura, Jeremy Till, arquiteto, investigador e professor na Central Saint Martins e Vice Chanceler da Universidade de Artes de Londres, escreveu o texto “3 mitos e 1 modelo” (TILL, 2005), aqui declinado para o design, orientando o significado da investigação em projeto de design.

O 1º mito refere-se à convicção de que *design é exclusivamente design*, fechando-o sobre si mesmo até à sua própria marginalização. Como a base de conhecimento é desenvolvida irregularmente, o design tornar-se-á cada vez mais irrelevante ou até mesmo irresponsável.

O 2º mito, na oposição ao primeiro, defende que *design é não-design*, procurando conquistar a sua credibilidade junto de outras disciplinas mais reconhecidas, mas que dependem de outros paradigmas intelectuais. Ao virar-se para os outros, o design veste uma camisa de forças metodológica, esquecendo-se de si mesmo.

O 3º mito defende que *desenhar é investigar*, reconhecendo na unicidade e originalidade de cada desenho a produção original de conhecimento. Mas o conhecimento em design não se esgota nos artefactos. Recorrendo à definição de “investigação” de Bruce Archer, Till lembra-nos que o objectivo da investigação é o “conhecimento transmissível”, razão pela qual os artefactos, em si mesmos, não constituem prova suficiente. A fim de promover o progresso em Design, será necessário compreender os seus processos, interrogando a vida dos objetos após a sua conclusão.

No modelo proposto por Till, o Design deverá reconhecer a sua própria base e procedimentos de conhecimento específicos. A compreensão do design não é facilmente categorizada numa atividade *qualitativa* ou *quantitativa*, devendo ser visto como síntese de uma grande variedade de abordagens intelectuais. O design terá de aprender a comunicar a sua investigação tácita, realizada na sua prática projetual, mas de forma a que não comprometa o valor da propriedade intelectual da sua própria prática individual.

O design pode, e deve, ser uma disciplina de investigação com direito próprio, reconhecendo os critérios universalmente aceites pela Academia

mas, simultaneamente, aplicando-os de forma apropriada às questões que tem entre mãos, da concepção para a mediação através do desenho.

Doze anos antes, Christopher Frayling (do Royal College) distinguia bem, as formas de produção de conhecimento (investigação) que se abrem ao Design, refletindo sobre os domínios do Design e da Arte, sob três tipologias: *A investigação sobre design*, feita a partir de outras disciplinas; *A investigação através do design*, na observação da sua prática; *A investigação para o design* (e no design), produzida na sua prática (FRAYLING, 1993).

Na verdade é esta terceira tipologia de *investigação pela e na prática*, que confere ao projeto a categoria de atividade científica (produção do novo), ainda que sob um desempenho de inscrição artística. Infelizmente damos conta da progressiva raridade de exemplos que na Academia possam defender, pela sua prática artística, esta forma de investigação.

Mario Trimarchi, designer italiano, com escritório próprio em Milão, reconhecido pela colaboração com a Alessi e professor na Domus Academy, tem defendido empenhadamente uma prática estética e supra funcional do design, fundada no desenho à mão livre de reflexão autobiográfica.

Na concepção de uma nova cafeteira para a Alessi, descobre que os volumes talhados como pedras lascadas, oferecem insondáveis qualidades ergonómicas sem que tenha sido essa a sua primeira intenção. A proximidade metodológica do design às práticas artísticas da escultura, mediadas pelo

desenho, conferem uma surpreendente originalidade e singularidade poética de resultados.

É pois sob esta orientação de uma reflexão teórica a partir da prática artística (e não o contrário) que esta publicação se pretende posicionar, associando respostas profissionais e comerciais do design a uma reflexão ontológica intrínseca.

1. “Poeta”, ou aquele que faz²

Quando transposto para a visualidade do desenho, a poesia (visual) do design também herda a mesma natureza criativa (que faz aparecer o que ainda não havia), conjugando-a com a natureza estética (da con-formação da beleza), mas recorrendo à retórica operativa, compondo em coerência com ela, com vista ao domínio da sua eficácia comunicativa. Joana Quental diz-nos que “*poiesis* tem por fim a produção de um objecto” distinguindo-se da *práxis* que “tem por finalidade a evolução do sujeito” (QUENTAL, 2009:295).

A poética em design tem por isso o triplo significado de inovação das formas, construção subjetiva esteticamente motivada e de metáfora, enquanto poesia visual. A primeira cria novos significados, antecipando o tempo; a segunda, autobiográfica, humaniza o mundo através da construção da beleza; a terceira atribui um segundo destino às coisas, do desígnio ou destinação.

Em design (eventualmente por oposição à arte) confundem-se frequentemente os níveis da prática produtiva com o do seu consumo, reclamando pela estética da receção, uma negação redentora e/ou reificante do feio.

Tradicionalmente o belo surge por oposição ao feio, e o feio é caracterizado pelo *bruto* (não elaborado) ou pela *desordem*, porque o belo é, em si mesmo, manifesto de uma certa ordem (atribuição de significado ou sentido para ordenar o caos).

Com o modernismo, o belo percebeu a necessidade de recorrer a novas estratégias comunicativas contra a reificação, para defesa da *liberdade* como máxima expressão de beleza.

A poética³ trata parte dos estudos literários que, desde Aristóteles, dizem respeito às normas de composição da poesia, de um autor, de uma época, ou de um país. Poético é, não só o que é inspirador, mas também o que revela a virtude de criar, o inventivo e engenhoso próprio da poesia, que surgirá em língua portuguesa a partir do séc. XV (HOUAISS, 2001). O conjunto de étimos precedidos por *poet* / *poes*, são hoje declinações de poesia. A poesia (arte de compor ou escrever versos), diz respeito à expressão de uma ideia, estado de alma, sentimento, impressão subjetiva que se serve, quase sempre, de associações imagéticas. Enquanto arte, a poesia revela uma técnica, que caracteriza uma autoria, uma cultura ou uma época, exprimindo uma determinada visão do mundo. Mas a poesia é também o que desperta o sentimento do belo e nesse sentido, celebra o que haverá de mais elevado nas pessoas e seus contextos.

² O texto *Poética* corresponde à adaptação de parte do sétimo capítulo da tese de doutoramento em obra “Poeta, ou aquele que faz, a poética como inovação em Design”, defendida pelo designer Francisco Providência na Universidade de Aveiro (2012).

³ O prefixo *poet-*, vem do lat. *poéta*, ae “poeta”, ou aquele que faz, o artista; a palavra no entanto tem origem anterior no gr. *poietes* significando “autor, criador, compositor de versos, poeta”, com origem em *poie* ou “eclosão”, transportando por isso o significado de criação; assim também poema (do gr. *poiema*, “poesia, obra poética...”), *poeta* (o que faz poesia, criador) ou *poética* (faculdade, talento poético).

Como a beleza se apresenta pela persuasão, envolvimento e neutralização do recetor (fazendo do outro um recetor), a arte passou a recorrer ao feio, informe, agressivo e despudorado, assim afirmando uma estética da negação.

A rejeição ou sublimação morfológica do feio pelo design, pode também ser consequência do imperativo psicológico da aprovação social do seu autor.

Em design e atendendo aos constrangimentos técnicos, o feio também poderá ser redimido e funcionalmente justificado pela adequação ao uso. Como refere Umberto Eco, “belo e feio são relativos consoante os tempos e as culturas, não significa que não se tenha sempre procurado vê-los como definitivos em relação a um modelo estável” (“História do Feio”, p15).

Nesse sentido, talvez o belo seja o feio depois de reconhecido e integrado; ou dito de outro modo, o belo é o feio ao perder a sua força de negação. Se assim for, todo o novo belo começa por ser feio _ o avião militar Lockheed F117 (1983-2008), a Casa da Música no Porto (2001), ou a marca dos Jogos Olímpicos de Londres (2012), serão prova disso. Mas o feio também poderá ser exatamente o contrário do belo previsível, do estereótipo, do grotesco, ou do *kitsch*.

Como reposicionar uma marca no mercado, gerando novos níveis de reputação técnica? Descontinuando o seu argumento simbólico pela revisão crítica da sua identidade visual.

herculano proposta, 2015
alfaias agrícolas
oliveira de azeméis, portugal

A rutura simbólica da marca Herculano, através da distribuição de nova identidade visual, pretende reposicionar funcionalmente a marca junto do mercado industrial agrícola. Representando no primeiro carácter do nome Herculano (H), a vista anterior de um trator tripulado, a nova proposta enfatiza os valores técnicos e funcionais da relação homem/máquina, valorizando metaforicamente a sua eficiência prática e robustez conferida pela expressão rotunda do desenho.





The image shows the original Cutipol logo in a grey, cursive script. Red annotations are overlaid on the letters: vertical lines and circles highlight the stems and curves of the letters, indicating areas of concern or focus for the redesign.

Cutipol
Portugal

Como garantir impacto persuasivo da marca junto do mercado?
A coerência gramatical do signo (domínio sintático), constitui demonstração de consistência que o mercado perceberá como “verdade”.

cutipol redesenho, 2015
taipas, guimarães, portugal

Como garantir a reputação junto do mercado que tem permitido à Cutipol resultados comerciais semelhantes às suas pares, mas com metade do esforço?
Reforçando o seu valor de marca.

A logomarca Cutipol, foi tipograficamente redesenhada para maior adequação ergonómica retiniana, consolidando a sua retórica simbólica, assim preservando, valorizando e robustecendo a sua identidade visual, sob o culto da tradição.



The image shows the redesigned Cutipol logo. The word 'Cutipol' is rendered in a bold, black, cursive script. Below it, the word 'PORTUGAL' is written in a clean, black, uppercase sans-serif font.

Cutipol
PORTUGAL

Como superar o constrangimento comercial da distribuição? Com a FOCOglass (anterior marca vidraria FOCO) foi desenvolvido um sistema de comunicação direta com os seus prescritores.

vidros foco, 1979
marca desenhada por
francisco providência

foco glass redesenho, 2015
atualização e reorganização
da marca foco, aplicação ao
economato, catálogo e meios
promocionais
vidraria foco
oliveira de azeméis, portugal

O esforço comunicacional da marca, dirigido à informação técnica dos prescritores e consumidores finais, é condição necessária à qualificação do serviço comercial, fornecimento e instalação de vidro em obra, ainda que a sua distribuição pareça refém dos fornecedores de caixilhos. A comunicação com os prescritores implicou a adoção de uma retórica estética adequada à sua cultura visual.

FOCO **FOCOGLASS**
ESPECIALISTAS EM VIDRO



ISOLANTE



FOCOLIT

2. A que se destina o design?

⁴ do lat. *aetheriu* com origem em éter do gr. *aithér*, relativo à região mais alta do ar

Como refere António Damásio, uma razão sem emoção constitui o perigoso pronúncio da desumanização social presente nos regimes totalitários. Mas a emoção doseada pelo totalitarismo das máquinas aristotélicas, das máquinas de subjugação social para a integração funcionalizada da produção, constituirá um perigo semelhante (ainda que tolerado). A suposta “honestidade intelectual” do design, que esgrime com racionalidade os valores da ética, pode constituir também um entrave estético – condição sentimental dos seres inteligentemente emocionados.

Urge perguntar: – A que beleza se reporta o design? – Que beleza se constrói hoje? (a beleza funcional e orgânica da concordância fluída; a beleza mecânica e ergonómica do séc. XIX; a beleza da resistência à hegemonia biológica, recuperando a liberdade no artificial; a beleza como mediação cultural, integrando pessoas e culturas na construção coletiva do futuro? A beleza enquanto liberdade?).

Ao questionar que beleza nos serve, questionamo-nos sobre a que se reportam os nossos esforços de desenho; ou como pergunta Fernando Brízio, *que homem desenha afinal cada desenho?* Marco Sousa Santos, comissário da exposição *Design mais* em Londres (2006), recorda aos convidados a necessária empatia dos seus produtos com o público: *o design serve as pessoas, é a sua razão última*, como diz. Mas ao pensar na razão última do design, deverá o designer questionar-se se estará a contribuir mais para uma sociedade livre se para a sua subjugação.

Quando na Experimenta (2011) visitámos as exposições de Fernando Brízio, Miguel Vieira Baptista ou Filipe Alarcão, tornou-se bastante evidente que as obras expostas destes autores são um testemunho, um manifesto e um agente cultural que é produto do seu autor, superando-o na relação com o mundo. Muitos dos objetos expostos não correspondem a uma encomenda comercial, nem contribuíram para o benefício financeiro dos seus designers, mas constituem, em si mesmos, a urgência de um certo desenho, capaz de superar a indiferença pela contingência deste tempo e neste espaço, assim querendo contribuir para a história universal do Design.

Fernando Brízio, designou a sua exposição como *Desenho habitado*; de facto, todas as suas criações nascem visceralmente da ex-sistência que é a sua, da sua vida, dos seus acasos, talentos e fracassos ou dito de outro modo, da *providência*, como registo de memória, ou marca de afecto para a sua construção futura, para a construção do ser. Todos os seus objetos estão habitados, carregados de acontecimentos existenciais, de tal forma que nos questionamos se

os poderemos habitar ainda, sem inevitavelmente tocar no corpo do seu autor e, por isso, experimentando viver mediados pelo corpo do seu autor.

Mas se em Brízio nos confrontamos com um desenho *demasiado habitado*, ao visitar as realizações de Filipe Alarcão deparamo-nos com o domínio do desenho etéreo⁴. Etérea é a região mais alta do ar, a mais leve e rarefeita, convocando a própria expressão física do seu corpo magro. Os desenhos de Alarcão são manifestação do sublime, isto é, do alto, mesmo tratando-se de um banco recortado em chapa de ferro. Sublimados os usos — quer dizer purificados de toda a subjugação funcional —, as peças do Filipe Alarcão consistem em jogos de geometria, desenhados sem sobressaltos, definitivamente, sem erros nem a mais pequena concessão construtiva. Nos destroços arruinados do Mude (museu da moda e do design), os seus desenhos exaltam perfeição e desumanidade, por isso diria que são *desenhos inhabitáveis* como anjos.

Na galeria Atalaia encontramos propostas domésticas desenhadas por Miguel Vieira Baptista. Soluções originais, já que dizem respeito à origem do seu autor, mas que demonstram generosidade ao uso. Sim, são peças que se deixam usar, manifestando uma clarividência construtiva, ligando materiais e sensações até aí desconhecidas. Os *sideboard* modulares que recebem cortinas em feltro colorido em lã, em vez de portas, embainhando o varão metálico que as prende no rasgo longitudinal da madeira, ou a cadeira tipo “senhorinha”, cujo estofado é apenas constituído por enrolamento de fio colorido também em lã, parecendo armar meadas, ajudando

alguém de outro tempo a fazer novelas, exprimem uma grande modernidade associada a uma estranha nostalgia doméstica, cálida, afetuosa e empática. Os desenhos do Miguel, que são mesmo para construir, também são metáforas que, no entanto — e talvez resida nisso a sua mais surpreendente qualidade —, parecem convocar o uso: são *desenhos habitáveis*, desenhos destinados a quem os queira habitar.

Subtraindo-se da vida, a obra dos autores faz deles atores. O autor e o ator são o mesmo. A autoria é uma manifestação da representação que, emergindo auto-biograficamente da existência, supera a contingência da experiência natural para se afirmar artificialmente em obra. Como refere Alberto Carneiro “no projecto do real há uma projecção do eu nesse real (...) o desenho é, na pessoa, o projeto do desenho do ser (...) quem representa representa-se” (CARNEIRO, 2001). O autor designer, tece através dos objetos desenhados, uma linguagem própria com que redesenha o mundo, dando presença ao que parecia faltar, ao que sentia ausente. O desejo antecederá o desenho que se constituirá, pela forma, em novo desígnio.

Como potenciar o valor de marca no inconsciente coletivo? Traduzindo-o em formas do património coletivo.

is intelligent solutions, 2015
em colaboração com
rui costa
porto, portugal

A dimensão simbólica da marca opera entre a evidência e o enigma. A evocação _ não totalmente esclarecida (surrealista) _ de uma marca de *ferramentas digitais* destinada à extração de riqueza pela exploração do mercado, adotou a forma de uma chave mecânica, para a identificação da IS intelligent solutions.

A IS iniciou a sua atividade desenvolvendo software para a compreensão e fidelização do mercado às marcas (de automóveis). A sua marca deveria produzir reputação e confiança junto dos grandes concessionários.



indasa marca original desenhada por João da Câmara Leme (1979)

indasa redesenho da marca por Álvaro Sousa, Francisco Providência, Rui Costa e Xavier Neves (2015)

investigação desenvolvida no âmbito do ID+ / UA Aveiro, Portugal

Como garantir, a uma marca do passado, pertinência no presente sem perder identidade? Atualizando a forma herdada, mas explorando o mesmo argumento simbólico.

Tomando como “identidade” a ficção simbólica que interpreta a contingência de um passado herdado à luz do futuro desejado, a normalização e atualização da marca INDASA, atribuindo-lhe sinais de vitalidade e futuro, inverterá a progressiva desordem de corruptelas abusivas, a que o longo processo da sua globalização a sujeitou um pouco por todo o mundo.

A complexidade da imagem de um rinoceronte moçambicano (em alto-contraste fotográfico, comum às retóricas gráficas dos anos 70 do século passado), foi descontextualizada, simplificada e reduzida à conotação fálica do seu corno frontal, expressão de força e masculinidade.

A tipografia, primitivamente em Helvetica, foi composta em Prelo (transformado), adquirindo maior robustez, consistência e contemporaneidade.



INDASA



INDASA

3. Arte vs Design

Ainda que com uma origem comum (*techné*), Design e Arte parecem cada vez mais afastados. A incorporação de funções simbólicas e retóricas emocionais nos artefactos do design ao longo dos anos oitenta — com as propostas de “anti-design” editadas pela Memphis, pela Alchymia ou mesmo por Starck –, parecem afastar ainda mais o design ornamental (estetizante) da função estética da arte contemporânea. Ainda que a Documenta de Kassel tenha eleito, na mesma época, o Design à dimensão da Arte, convidando-o a participar na celebração artística da exposição, perguntar-nos-emos: — Que relação terão os trocadilhos de um Starck com as metáforas de Beuys? Beuys também recorre a objetos, a instrumentos (trenós, garrafas, cadeira, vitrines, feltro, blocos de pedra, gordura, cera, mel, animais mortos e vivos), mas os seus objetos não estão indisponíveis ao uso — são mais para meditar (contemplar) do que para trabalhar.

Design e Arte opõem-se mesmo nas suas intenções. Se o Design procura a maior integração funcional, a Arte tem o propósito da maior resistência à funcionalidade, ainda que ambas persigam o mesmo objeto da liberdade.

A liberdade, a procura da liberdade, une os propósitos do design e da arte, mas as suas metodologias e convicções afastam-nas; o que o design tem de criativo, deve-o à arte, sua ancestral, encontrando na poética o motivo da sua renovada criatividade, não só como retórica, mas como processo e repertório.

Embora contrariando a tradição científica da Escola de Ulm, não poucas vezes o Design prescinde da sua utilidade prática programada, para se imiscuir entre as coisas inúteis da Arte – Fernando Brizio tem sido o nosso mais divulgado caso. No entanto, a singularidade identitária do design tem no compromisso entre uma *autoria*, uma *tecnologia* e um *programa*, a sua maior diferença em relação à Arte que, modernamente, prescindiu do *programa imposto*, para se entregar toda *desinteressada e genuína* à fruição dos seus públicos. Mas há na tradição artística diferentes modos criativos. A Arte é umas vezes máquina de efeitos emocionais, outras, vestígio emocionado da existência, ou ainda, o consolo emocionante do ser, de cuja presença se sente falta.

Se todo o símbolo é arbitrário, o que desenhar como marca territorial? A marca funda-se, antes de mais, na identificação do nome atribuído ao território que representa.

marca aveiro, 2015
câmara municipal de aveiro
aveiro, portugal

investigação e projeto
desenvolvido no âmbito
do ID+ / UA por protocolo
celebrado entre a UA e a CMA

O desenho da marca é o desenho de sentidos. Mas os sentidos da marca deverão decorrer da observação da sua herança cultural, ambicionando, no entanto, a sua renovação futura. Ao designer caberá a tarefa de interpretar os sentidos do lugar, traduzindo-os em formas visíveis, a que o recetor atribuirá significados. *A cidade dos canais* vive em simbiose com a água, fonte de vida e do sal que levou Aveiro a outras terras, anunciando o que a sua história preserva de mais precioso: a liberdade. Por isso se reconhece “uma terra com horizonte”.

A tipografia, na sua representação “técnica” de escantilhão, invoca uma origem lacónica, de redução expressiva, salvaguardando o máximo respeito pela experiência do visitante.



Como promover o design instrumental da marca territorial, enquanto fator de coesão social? Adotando como símbolo um objeto de elevada pertença social, contextualizando-o no exercício político da administração local.

marca de paredes e troféu, 2015
em colaboração com
miguel palmeiro
câmara municipal de paredes
paredes, portugal

Desenho da identidade visual do município de Paredes e declinação da marca para o projeto estratégico *Art on Chairs* (financiado pela CE) através de produtos de *merchandising* como o troféu desportivo. A comunicação emocional da marca junto da sociedade e dos agentes desportivos instalados no território, explorando comunicacionalmente o mesmo símbolo de identidade territorial (cadeira), permitirá incrementar a coesão social da comunidade.



4. O feio como beleza

⁵ Mahler casou-se com Alma (1902), 20 anos mais nova, com quem teve duas filhas, Anna (1904-1988) e Maria (1902-1907).

A 5ª sinfonia de Gustav Mahler foi apresentada na Alemanha, em estreia mundial, em 1904. Três anos depois morria a sua segunda filha (1907), no mesmo ano em que descobriu padecer de uma doença cardíaca, foi também demitido da Ópera de Berlim (por influência da imprensa antissemítica) e convidado a dirigir a Ópera Metropolitana em Nova Iorque. Em 1910, enquanto escrevia a 10ª sinfonia, Alma separou-se de Mahler passando a viver com Walter Gropius. Mahler morreria um ano depois, com 50 anos, atingido por uma infeção.

⁶ Koren, Leonard (1994). *Wabi-Sabi: for Artists, Designers, Poets & Philosophers*. Point Reyes (Califórnia), ed. Imperfect Publishing.

O feio pode ser redimido pela poética, encontrando no disforme uma qualidade simbólica enaltecida, ou na promessa de vida a vitória sobre o inexorável destino da morte. Este é, aliás, um dos temas mais produtivos da tragédia ao serviço da indústria cinematográfica _ subverter o feio em beleza, como na Morte em Veneza de L. Visconti (com argumento de Thomas Mann) 1971, onde o espectador se emocionará comovido, pelo sofrimento e morte da paixão platónica do velho Aschenbach, pela beleza do menor Tadzio, ao som do 4º andamento da 5ª sinfonia de Mahler⁵. Na beleza da criança vê o narcísico Aschenbach a possibilidade da sua própria existência ameaçada.

Os japoneses cultivam tradicionalmente o feio como inacabado (na cerâmica como na pintura); a “mancha rota” artesanal ou o envelhecido, são expressão “feia” de um belo natural. O *wabi-sabi*⁶ (quietude-

simplicidade), é o estilo feio do “imperfeito, impermanente e incompleto” tomado como belo, sob a estética da transitoriedade e da imperfeição. Esta ideia fundada no budismo zen do séc. XV, traduz uma vida de despojamento, carência e desapego, convocando nos objetos a assimetria, a rugosidade, a irregularidade, a simplicidade, a economia, a modéstia e a integridade simples dos processos naturais. A produção artística do rústico é reconhecida como meio para alcançar a tranquilidade do vazio.

No cálice de prata, o feio é assumido como propósito (o próprio cálice é alegoria do feio enquanto pecado, imagem de um tempo em que os pecados da Igreja têm sido tão divulgados). O cálice é, religiosa e ritualmente, o veículo de oferta do sacrifício humano a Deus. Mas o que poderá o homem oferecer a Deus para além dos seus pecados se, teologicamente, a virtude da santidade é obra de Deus?

A poesia é gerada pelo sentimento da falta de beleza, isto é, pelo próprio feio. Por isso a poesia convoca a beleza. Abrem-se aqui duas possibilidades: a transcendência da experiência da beleza obriga-me a comunicá-la sob a forma de poesia; a experiência da falta de beleza leva-me a convocá-la, a recriá-la sob a forma de poesia. Estas duas condições geram duas formas poéticas distintas: a primeira *catártica*, a segunda *sublimada*. A primeira, fruto da experiência, a segunda da representação.

A hipótese de que *a poesia redime o feio pela construção da beleza* (Joana Quental), ainda que constituindo uma proposição marcadamente judaico-cristã, enuncia a pertinência de um programa social para o Design: conciliação da poesia com o social.

Alberto Pimenta escreveu, a este respeito, o poema “O poeta e o social” em que se assiste, sobretudo, à oposição da experiência individual contra a coletiva. A arte é uma experiência individual; quando questionada pelo sociólogo, ela justifica-se pelo contributo social. Mas se o artista fosse um dinamizador social, ele seria político ou religioso e não artista (Bertolt Brecht e frequentemente a arte dramática, trabalham nesta fronteira). Por isso diz o Hauser que o papel social da arte é tanto maior quanto mais hermético, isto é, quanto mais verdadeiro para o seu próprio criador (e conseqüentemente menos comunicativo). Trata-se, pois, de uma questão de forma, como em toda a poesia, ideia que Álvaro Lapa acentua referindo que a arte (e a poesia) é (são) “decisão moral sobre a beleza”. Decidir moralmente sobre a beleza implica que quanto mais instalada a sociedade, mais provocadora terá de ser a poesia.

Assim enuncia Alberto Pimenta: “quando o social é o estável efémero, o poeta é o instável eterno”.

O design da poética não se centra nem no mercado, nem na tecnologia, mas na relação de mediação, na cultura e na experiência autoral. O design, para além da engenharia mecânica e da gestão sociológica, afirma-se metafórico na construção partilhada de novos significados.

Que discurso atribuir à forma?
A forma do imponderado
acaso que, na sua aparente
arbitrariedade, revele a força
de uma ação transformadora,
tomando como construtiva a
sua própria negação.

cálice em prata, 2008
protótipo para celebração da
primeira missa de sacerdote da
companhia de Jesus
braga, Portugal

O cálice é, na tradição cristã, o símbolo
da comunhão (pôr em comum) e do
sacrifício (oferta da vida). O que oferecer
a Deus se não o pecado (já que toda a
virtude lhe pertence)?

Ao longo da história do cristianismo, o
cálice traduziu sempre uma ideia de beleza
enquanto cânone de ordem (“cânone”, do
gr. *kanon* ou cana de medir, régua, regra).
A beleza no séc. XXI resulta da
experiência (corpo) mais do que da sua
representação (alma).



Como acrescentar qualificação ambiental à marca?
Construção de valor conotativo da marca junto dos agentes da sua distribuição.

quinta de lemos, 2015
merchandising
grupo celso lemos
silgueiros, portugal

A Quinta de Lemos produz vinho de mesa com castas nacionais, obedecendo a rigorosos critérios de proteção ambiental biológica. É frequente ver, durante o Outono, perdizes a respigar as sobras da vindima no alinhamento dos seus bardos.

A criação de um objeto metáfora de evocação à espécie, cumprindo a função prática de saca-rolhas, permitirá associar a marca aos altos padrões de qualidade ambiental que a assistem. O objeto escultórico constitui-se como artefacto de *merchandising*.



5. Declinações da Arte para o Design

As cumplicidades da Arte com o Design, surgiram de modo insistente na passagem do século XIX para o XX, (Arte nova) com a descoberta de uma estética organicista funcional, mimeticamente declinada da observação biológica. Esta aproximação entre a Arte e a Ciência, produziu inúmeras consequências na sociedade, trazendo enormes oportunidades quer ao design — que passou a explorar um novo e ilimitado domínio de novos artefactos e próteses com vista à higiene, mobilidade e conforto humano — quer à indústria, que se associou a ele com novos programas ergonómicos, contribuindo para a massificação do consumo através da adequação pelo desenho. A integração da arte no ambiente doméstico, através de objetos artísticos e utilitários maciçamente produzidos, compensavam, pela imersão representacional dos seus cidadãos numa ideia de excelência, a pandemia social da astenia.

A criação de uma sociedade estetizada e frivolamente representacional, parecia a consequência da integração da arte na vida quotidiana. Cem anos depois, no início do séc. XXI, emerge novamente a questão da relação entre o design e arte, questionando-se a função estética do design. Qual é a função estética do design? Condicionar a receção dos indivíduos dirigida ao incremento comercial do consumo? Ou devolver ao utente a consciência crítica que lhe facultará a experiência de liberdade, através da dimensão metafórica supra funcional dos objetos desenhados?

“A essência da arte é a Poesia. Mas a essência da Poesia é a instauração da verdade. (...) O pôr-em-obra-da-verdade faz irromper o abismo intranquilizante, e subverte o familiar e o que se tem como tal” (HEIDEGGER, 1999: 60).

Enquanto obra poética, o design procurará a sua vocação para intranquilizar o mundo, questionando-o como verdade, e nisto reencontrará o seu designio estético aproximando-se da Arte, enquanto pôr-em-obra-da-verdade e recurso de humanização. Por isso a Arte interessará ao Design; não como tendência de consumo, mas como referência à compreensão do homem e como meio catalisador das ideias produzidas pela sociedade contemporânea.

6. Design como projeto poético

Enquanto projeto poético visto pela semiótica, o design responde a três níveis de conhecimento⁷:

1. Nível pragmático ou funcional: enquanto resposta a um programa funcional atribuído (por terceiros ou pelo desdobramento do autor enquanto utilizador), que corresponde à função primeira do artefacto, dispositivo ou serviço, dirigido à satisfação de um desejo (e não de uma necessidade); “O homem (... só) tem empenho em estar bem. Só isto lhe parece necessário e tudo o resto é necessidade apenas na medida em que torne possível o bem-estar. Portanto, para o homem só é necessário o objetivamente supérfluo” (ORTEGA Y GASSET, 2009: 36).

2. Nível retórico ou sintático: “a escolha da forma não é indiferente ao fim”; sendo a forma conteúdo de verdade da comunicação em si mesma, deverá revelar um sistema coerente e coordenado na sua articulação interna, reconhecendo-se como linguagem própria (singular) e sinal de identidade, cuja articulação invocará já (estruturalmente) a antecipação da mudança;

3. Nível de significação ou semântico: ao “construir significados”, o longo curso de exemplos parece revelar uma nova significação ao próprio percurso, transformando-o de lugar de passagem, em lugar de chegada (designio); será esse o significado da obra poética, a *interpretação do mundo*.

Enquanto desenho da verdade (poesia), o Design deverá encontrar os seus próprios argumentos a partir da prática experiencial, fundada na relação com o mundo, origem de inovação e agente de transformação pelo Design. Mas como lidar com o passado cultural para que não morra às mãos da sua estetização artificial?

⁷ Na identificação destas três possibilidades de abordagem ao design, evidenciam-se também três áreas de conhecimento que estruturam a contemporânea produção da inovação: o Bio-design, o Eco-design e o Meta-design que poderíamos ilustrar com o discurso dos seus autores milaneses: Di Bartolo, Ezio Manzini e Andrea Branzi.

Se Di Bartolo defende os princípios darwinistas aplicados ao design, *proclamando a dominância do mercado na decisão sobre que design sobreviverá*, assim defendendo uma perspetiva biológica e funcionalista dos artefactos justificados através da bioengenharia, na adaptação ao meio (até à plena incorporação tecnológica).

Ezio Manzini, considerando o design a partir da tomada de consciência ambiental desenvolverá, sob uma perspetiva sociológica, o paradigma ecológico de transferir o desenho de objetos para o desenho de comunidades (engenharia social).

Andrea Branzi, no entanto, não prescindindo da cultura do design enquanto exercício metafórico que se propõe, como a Arte, construir significados (cuja apropriação pelo consumidor fará revolucionar o futuro), defenderá a humanização pela metalinguagem da cultura material.

No corolário da investigação contemporânea do design encontramos a engenharia, a economia e a arte, enunciados pelo discurso tecnológico de Bartolo, político de Manzini e poético de Branzi; ou dito de outra forma, a expressão contemporânea do design industrial, do design de serviços e do design de comunicação.

Como museografar muita informação textual, sem documentos arqueológicos e orçamento muito limitado? Concebendo sistema de suporte que permita diferentes níveis informativos, disponibilizados em baixa tecnologia.

castelo de guimarães, 2015
centro interpretativo em colaboração com miguel palmeiro, caríãtides cultura e sara tuna
direção regional da cultura do norte guimarães, portugal

Com poucos meios materiais e documentais, a exposição permanente do Castelo de Guimarães, instalada na sua torre de menagem, interpreta o castelo desde a conjuntura da sua origem, até à representação simbólica e crítica que tem hoje para os portugueses.

Explorando recursos industriais locais, a cor foi introduzida por impressão sobre têxteis pendentes e o texto diretamente gravado na face interior de painéis-portas em madeira, que se abrem contra a força de mola que os mantêm complanares, dando suporte a ilustrações.

Na defesa dos princípios de conservação do edificado que a condição de monumento nacional implica, a estrutura expositiva é autoportante e autónoma, apoiando-se simplesmente no pavimento em madeira.



Como comunicar a arquitetura militar medieval do Castelo de Guimarães, escapando ao exotismo historicista delirante? Condicionando o desenho ao conhecimento científico disponível.

livro infantil guimarães, 2015
ilustração e paginação de livro infantil da vida quotidiana na época de d. afonso henriques em colaboração com joana sousa amigos do castelo de guimarães guimarães, portugal

Traduzindo a investigação científica em torno da vida medieval no tempo de D. Afonso Henriques, o texto de Maria Helena Pinto, validado pelos cientistas Luís Carlos Amaral e Mário Jorge Barroca da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, enuncia historicamente a vida quotidiana em Guimarães do séc. XII, por quadros temáticos de síntese (à dupla página), que o design ilustrou a baixa resolução figurativa, assim evitando introduzir erros num documento que se pretende pedagógico.



7. Do conhecimento à verdade

⁸ Resposta de Platão às acusações da cidade contra a filosofia que compila basicamente uma série de discursos sobre a natureza e as qualidades do amor ou eros.

Como diz Walter Benjamin, a propósito do Banquete de Platão⁸, o conhecimento é questionável, a verdade não. No Banquete a verdade é declarada bela, porque Eros (...) não trai o seu impulso originário ao orientar o seu desejo no sentido da verdade, pois também a verdade é bela. E é-o não tanto em si, mas para Eros. (...) a mesma relação determina o amor humano: o ser humano é belo para aquele que ama, e não em si. (...) O mesmo se passa com a verdade: ela não é bela em si, mas para aquele que a busca. Também Espinosa refere algo semelhante: *julgamos uma coisa como boa porque a desejamos* (e não o contrário, *desejando-a porque a consideramos boa*).

E se assim for, todo o conhecimento sobre a cultura material poderá ser questionado pela verdade, isto é, pela relação amorosa que alicerçando o conhecimento individual e subjetivo, construímos sobre ela.

Nesse sentido, aquilo que no design será belo para cada um, será aquilo que o design lhe inspirar para melhor proteger o ser. O resultado traduzir-se-á não em conhecimento, mas em verdade, respondendo menos à universalidade da ciência e mais à poética da experiência fundada no inconsciente do ser, que inverterá o processo da estéril estetização do design que constitui hoje, se não o culminar do desencantamento, pelo menos a sua aceleração — ainda que isso possa parecer paradoxal (W. Benjamin). Será essa experiência de vivências anteriores que torna o indivíduo capaz da fruição estética. A beleza não está no objeto, mas no que vemos sobre o objeto, do mesmo modo que a pertença não está no lugar, mas na memória das experiências associadas ao lugar.

Em última análise o que distingue os *lugares dos não-lugares* será o sentimento de pertença ao lugar, a sua marcação afectiva, a sua integração física na memória. A apropriação dos lugares é, será, condição de conhecimento poético. Mas o que é o tecido de proteção ao ser senão a pele da cultura, a *persona*, a máscara de mediação social e cultural? Mas essa máscara é, sem dúvida, uma construção.

Como escreve Pessoa no heterónimo Alberto Caeiro, na Primavera de 1914: “porque (...) atribuo eu Beleza às coisas? Uma flor acaso tem beleza? (...) Não: têm cor e forma e existência apenas. A beleza é o nome de qualquer coisa que não existe, que eu dou às coisas em troca do agrado que me dão. Não significa nada”.

Uma construção realizada para agrado de si próprio, para a defesa do que tenha de mais sagrado, salvaguardando nisso a experiência de vida. Mas se essa máscara esconde e protege a intimidade do que desconhecemos que somos, ela também poderá, em certas condições, revelá-lo. O que interessa na poética, não será a construção literária enquanto linguagem formal, mas o que nela se revela de vital através da sua forma, mais como lugar de partida do que como objetivo de chegada.

Como promover empatia num ambiente educativo, sem infantilizar o utilizador? Recorrendo a retóricas científicas, plasticamente intervencionadas.

sinalização colégio efanor, 2015
fundação belmiro de azevedo
matosinhos, portugal

A segunda fase de instalação da sinalização do Colégio EFANOR / Fundação Belmiro de Azevedo, segue o mesmo princípio da primeira, recriando um ambiente científico de retórica biológica, através da representação de diferentes espécies e escalas.



COLÉGIOEFANOR



FUNDAÇÃO BELMIRO DE AZEVEDO



8. A forma certa para revelar o sentido

No texto que escrevi sobre a obra gráfica do designer Rui Mendonça (MENDONÇA, 2011), questionava-me sobre o significado atual do cartaz, num tempo de comunicação digital. O cartaz impresso, é o género gráfico que transita entre a folha tipográfica de quinhentos e o contemporâneo *banner animado* em sites da web; o seu maior valor não é certamente o documento impresso, mas as ideias que conforma e nisso, o seu verdadeiro conteúdo. A capa de um livro ou um anúncio de revista também podem ser um cartaz. Um cartaz, sendo um artefacto de comunicação é sempre um manifesto estético. Mas a sua qualidade estética poderá dirigir-se exclusivamente ao persuasivo domínio comercial ou ideológico do outro? — reduzindo funcionalmente a beleza à impostura?

Por esse motivo a determinação da forma é, para Lapa (LAPA, 1968), de natureza moral. Enquanto mensagem de liberdade, o cartaz poderá não cumprir com a encomenda do seu cliente, abrindo-se aqui um conflito essencial entre as dimensões funcional e estética do design de comunicação. Por isso o Design se desvincula da Arte, acreditando, apesar de tudo, poder conciliar essa contradição em poesia visual. Adoptando aqui a estratégia de uma comunicação des-emocionada, sem empatia nem falsas promessas, com o mínimo esforço de forma, imolando-se pelo silêncio. _ Mas quem compra um cartaz assim? Um cartaz cujo design diz “nada” ou “quase nada”?

É nesse sentido que se poderá estender o qualificativo “artístico” aos autores de design, sempre que a manifestação do seu esforço supera as contingências do programa — ainda que, por razões estratégicas, possa o autor preferir desaparecer — dando com isso origem à invisibilidade do design, ocultando no objecto do seu desenho os sinais de representação do seu domínio. Um desenho assim, é também afirmação de autoria; quer dizer manifestação dum esforço na habitação do mundo, que é afinal a Arte — criação dos meios artificiais para atribuir presença na ausência; essa é a sua pertinência estética e convocação da Beleza. Toda a autoria converge na memória, atribuindo às suas realizações uma mesma natureza afectiva, produzindo desenhos que são metáforas comuns, distinguem-se pela forma que é, como quem diz, nas ideias (traduzidas pelos modos, pelas gramáticas) e não tanto nos motivos. Há desenhos habitados (registo emocionado de felizes encontros), desenhos inabitados (projetos de felicidade motivados pelo desejo) e desenhos habitáveis (contingentes manifestos de compatibilização entre o imaginado e o possível — note-se que *compatível* tem origem etimológica em “sofrer com”).

A Arte liga-se assim ao Design através das suas narrativas, através da retórica morfológica, dando expressão ao designio que, em cada artefacto, supera a sua função prática contribuindo, voluntariamente, para uma dimensão estética que se afirma na sua função simbólica. É a função simbólica dos artefactos que carece à indústria nacional, diz Vasco Branco⁹ no ID+ — o principal objectivo do ID+ é investigar e gerar contributos para reduzir o *défi*

*simbólico dos artefactos portugueses (...) dignificar e projetar a investigação portuguesa em design*¹⁰.

Mas não se trata de satisfazer a carência (buraco negro dos afectos) mas, pelo contrário, de criar novas carências. Não se trata de responder reactivamente às necessidades do mercado, mas de criar, paradoxal e proactivamente, novas necessidades ao mercado. Ao criar novas carências, o desejo, aproxima-nos enigmaticamente à função autor (FOUCAULT, 1992) de cada um de nós próprios. Aproxima-nos da tal experiência de aprofundamento sobre o que ainda não sabemos que sabemos — *o verdadeiro aprender é quando aquilo que se prende é um dar-se-a-si-mesmo vivido como tal*¹¹ (HEIDEGGER, 1975), origem da linguagem poética que desvelará o ser. Na história da Arte, liberta das contingências e contaminações do programa, centrada na relação autor-tecnologia, encontraremos mais claramente a diferença entre dispositivos autorais.

Na perspetiva bio-mimética contemporânea e na tradição bio-funcional da modernidade de Deleuze, Žižek¹² estabelece uma clara associação entre a atividade artística e a capacidade de persuasão sexual do *homo sapiens* que, sobrepondo-se ao puro desempenho funcional e tal como o pavão macho (entre outros exemplos biológicos), “desperdiça” grandes quantidades de energia com a sumptuária do tamanho e cor da sua cauda. Na verdade, a qualidade “estética” não funcional do objecto fabricado é primordial e a sua eventual utilidade só vem depois, o que a subalterniza em relação à função primeira, promovendo uma *estética da receção*.

⁹ Diretor do ID+ / FCT, Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura (constituído por parceria da Universidade de Aveiro com a Universidade do Porto, reconhecido pelo Centro Português de Design e financiado pela FCT).

¹⁰ <http://uptec.up.pt/empresa/id-instituto-de-investigacao-em-design-media-e-cultura> (consultado em 28.04.2012).

¹¹ *Quando o aluno recebe apenas qualquer coisa oferecida, não aprende. Aprende pela primeira vez, quando experimenta aquilo que toma como sendo o que, verdadeiramente, já tem. O verdadeiro aprender está, pela primeira vez, onde o tomar aquilo que já se tem é um dar a si mesmo e é experimentado enquanto tal [sentido]. Por isso, ensinar não significa senão deixar os outros aprender, quer dizer, um conduzir mútuo até a aprendizagem. Aprender é mais difícil do que ensinar; assim, somente quem pode aprender verdadeiramente — e somente na medida em que tal consegue — pode verdadeiramente ensinar.* (HEIDEGGER, 1987, p. 79-80).

¹² ŽIŽEK, Slavoj. *O design como ideologia*. In Bártolo, José, Revista comunicação e linguagem, Design, nº 41, ed. Centro de Estudos de Comunicação e Linguagem, Universidade Nova de Lisboa / ed. Relógio d'água, Lisboa, outubro de 2010, pp 137 a 148. ISSN-0870-7081

Como inverter lixo em luxo?
O lixo (resíduos industriais e embalagens) é produto do luxo (requisitos de consumo de elevado valor transacional), que a massificação democrática do consumo elevou à categoria de problema global.

castiçal em prata, 2008
exposição remade in portugal,
integrada na exposição
remade in italy
italia

Castiçais em forma de lata de cerveja, mas produzidos em prata (em vez de alumínio), produzem o paradoxo junto do consumidor levando-o a repensar o que fazer dos resíduos, já que têm valor de luxo apesar de parecerem lixo.

Tal como as embalagens em alumínio que lhe inspiram a forma, exprime-se a possibilidade de beleza “natural” por efeito da deformação direta (não mediada nem projetada), inscrevendo a imprevisibilidade do feio.



Como compatibilizar na reabilitação, os estilos da herança barroca com a condição moderna da sua comunicação? Através da forma metafórica.

museu da misericórdia, 2015
centro interpretativo das memórias da misericórdia de braga
em colaboração com miguel palmeiro, caríatides cultura e mário vairinhos
santa casa da misericórdia de braga
palácio do raio, braga, portugal

Recuperando a ocupação de palácio urbano de estilo rococó, a Misericórdia de Braga reabilitou o edifício para receber o museu “centro de interpretação institucional”. A qualidade artística das pinturas murais e azulejaria implicou a insularidade da ocupação das salas por vitrines centrais, evocando o barroco pela adoção da curvatura das formas. As vitrines são, elas mesmas, objetos in-formados, neobarrocos, cuja forma é já, em si mesma, o conteúdo.



Como garantir a empatia revendo o significado da sua comunicação, sem alterar radicalmente a sua forma? Decompondo e analisando os seus elementos, interpretando-os na perspetiva do fornecedor e do utilizador.

portal **smp**, 2015
em colaboração com mental factory
serviço médico permanente
grupo onyria
cascais, portugal

Redesenho da identidade visual e plataforma web para a prestação de serviços de saúde SMP, por convergência simbólica centrada no utilizador.

A marca primitiva invocava um duplo movimento (não secante e simétrico), ascendente e descendente, que parecia caracterizar metaforicamente o desvinculamento entre prestador de serviço e utente.

No seu redesenho, mantendo a mesma silhueta, foi desenhado um encadeado circular de relações que traduzem os cuidados em torno do utente.



9. A ideia faz a forma

Jeremy Myerson (NAYLOR e BALL, 2005: 6), no prefácio à obra *A forma segue a ideia*, de Naylor e Ball (destacados pensadores e professores britânicos de design de mobiliário), acentua a necessidade de se repensar o significado dos objetos a partir da poética, território onde o Design e a Arte se encontram. Cansados de assistir ao desenrolar histórico de um design que tarda a libertar-se do funcionalismo modernista, Naylor e Ball denunciam a falta de poesia como origem da falta de criatividade global, enquanto infinita repetição dos mesmos modelos. No título da obra, *A forma segue a ideia*, contraria-se a ordem modernista que, no dobrar do séc. XIX para o XX, justificava *fisiologicamente* uma nova moralidade arquitectónica (topológica), expressa no interior dos edifícios paralelepípedicos e regulares que Louis Sullivan desenhou em Chicago, sob a ideia biológica de que é a função que determina a forma.

Mas será a forma consequência da ideia ou será a ideia que segue a forma? A resposta, dizem Naylor e Ball, estará na conexão intrínseca e complexa, mais interessante do que qualquer axioma dirigido a alcançar uma verdade definitiva. Uma filosofia prática poderá enunciar esta ação do design sobre a forma, cuja complexidade correlacionará uma multiplicidade de atributos que vão desde a tipologia, à proporção, escala e peso, até às conotações culturais na relação com a função, necessidade, desejo, significado, valor, ou mesmo como manifesto ideológico, opondo-se aos discursos dominantes.

O que estes autores mais valorizam no design, é a mediação crítica que as suas formas traduzem, propondo ao mundo novas ideias culturais. Cadeiras e candeeiros poderão ainda vencer o seu servilismo, refletindo um novo significado.

No entanto, esta atualização um século depois do discurso de Sullivan, enfatizando mais as ideias do que as funções, abre o projeto para uma intencionalidade que sacrificará a intensidade do resultado — *o volume das intenções é inversamente proporcional à intensidade*— atribuindo uma racionalidade verbal que poderá inibir a descoberta da verdade pelo desenho. A verbalização do discurso consciente inibirá o potencial inconsciente e revelador do desenho, o que não implica ausência de seriedade na investigação do novo; tratar-se-á simplesmente de duas vias paralelas. Naylor e Ball citam Picasso para o exemplificar (NAYLOR e BALL, 2005: 35):

“(...) o principal motor do meu trabalho (é) o espírito de investigação. Na minha pintura mostro o que descobri, não o que procuro. Em Arte as intenções não são suficientes e, como se diz em espanhol, o amor deve ser provado nos factos, não pelas razões”, Pablo Picasso.

Naylor e Ball sublinham a ideia de que a verdadeira obra artística não só prescindir do discurso verbal como, caso antecipe a sua realização, condená-lo-á ao simulacro de uma mera ilustração; “a verdadeira fotografia não precisa de explicações nem pode estar contida em palavras” (Ansel Adams), ou como refere Arthur Koestler:

“parece haver uma rivalidade biológica entre o olho e as cordas vocais, condensada no bafejo do cachimbo do pintor que, sob um silêncio insolente, assiste à tagarelice do crítico de arte enquanto se enterra”.

Este progressivo domínio do discurso sobre a prática, da mentira consciente sobre a verdade inconsciente, começa desde logo na educação do design, cada vez mais dominada por uma prática académica fundada na teoria escrita que, atribuindo uma importância crescente às palavras, parece querer superar o papel do desenho.

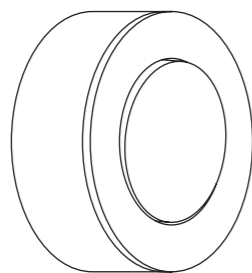
O design deixou de ser *o desenho de qualquer coisa*, bastando-se como diagrama para a comunicação do projeto. Ao prescindir da mediação material do desenho (tradução e representação), sugere-se que a ideia seja de natureza superior ao objecto, assim se divorciando dele. Em muitas escolas promove-se mesmo a prática pedagógica de incentivar a que o designer comunique as suas ideias verbalmente, assim admitindo que a escrita possa constituir substituto válido para a sua execução prática, o que se revela simplesmente inaceitável (declaram os docentes Naylor e Ball).

As palavras são só intenções, como disse Picasso e as intenções não são suficientes. O desempenho em design, conclui-se ser insubstituível pelo discurso. Mas os outros advertem que o exposto servirá menos para negar a importância da teoria do que para afirmar a importância da articulação prática. Na educação do design e da arte, verifica-se um domínio da teoria que tem vindo a ganhar uma nefasta desproporção. A desconfiança do exercício crítico da teoria em relação à prática, é uma evasão. O conhecimento e compreensão da teoria, deve encontrar a sua expressão na forma de produção projetual em design.

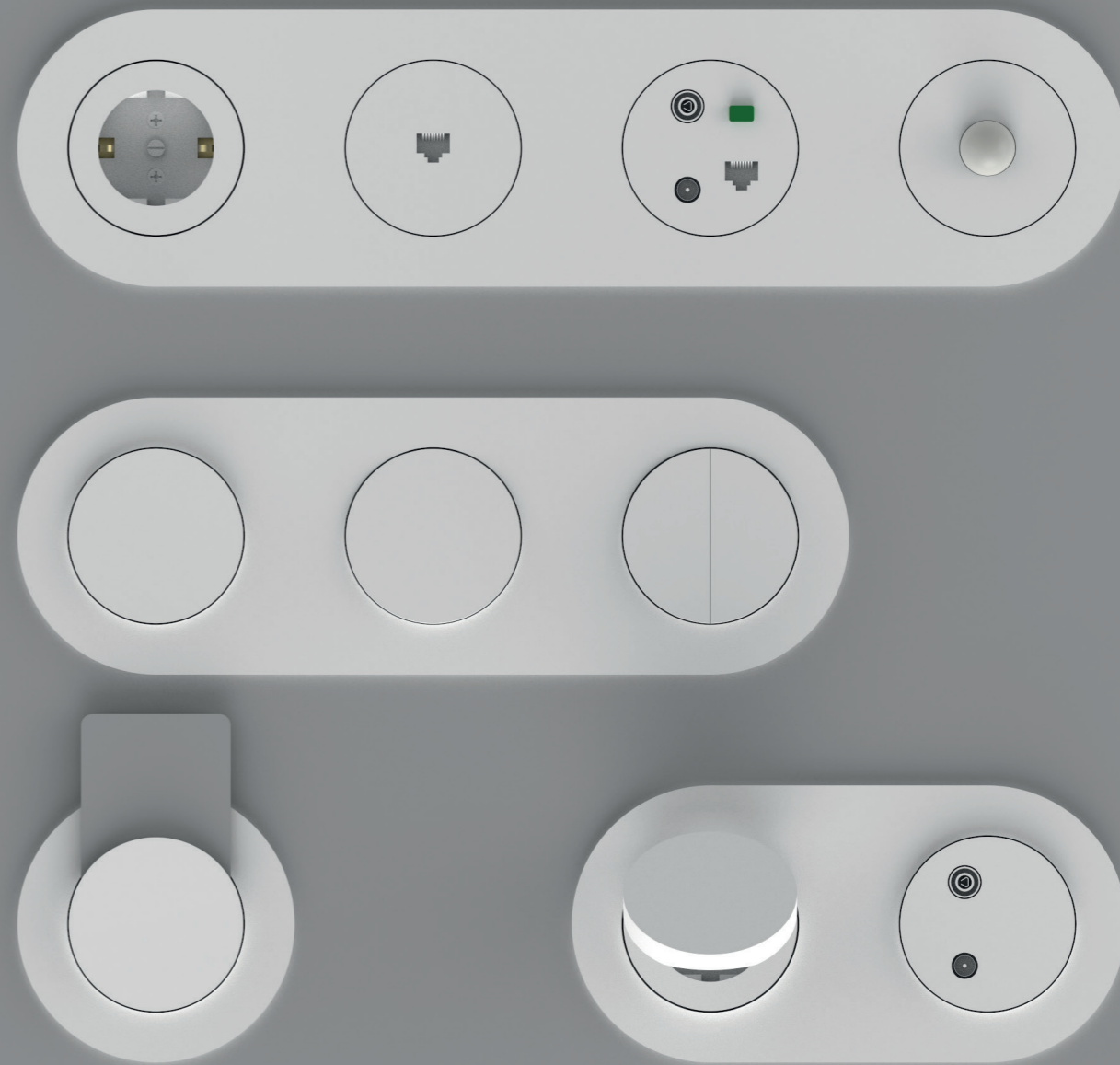
Que forma estética atribuir a novos aparelhos elétricos?
 Conceção de linguagem sob condição da mínima expressão da forma (desenho lacónico) e genuína originalidade retórica.

aparelhos fillday, 2015
 geonext
 famalicão, portugal

A redução à mais elementar expressão do círculo permitiu responder a um complexo programa funcional, invocando pelo mínimo esforço de forma a clareza moderna do regionalismo crítico da Escola do Porto, assim se adequando à cultura dos prescritores locais. Desenho de marca, aparelhos elétricos (tomadas e interruptores) e embalagem.



geonext

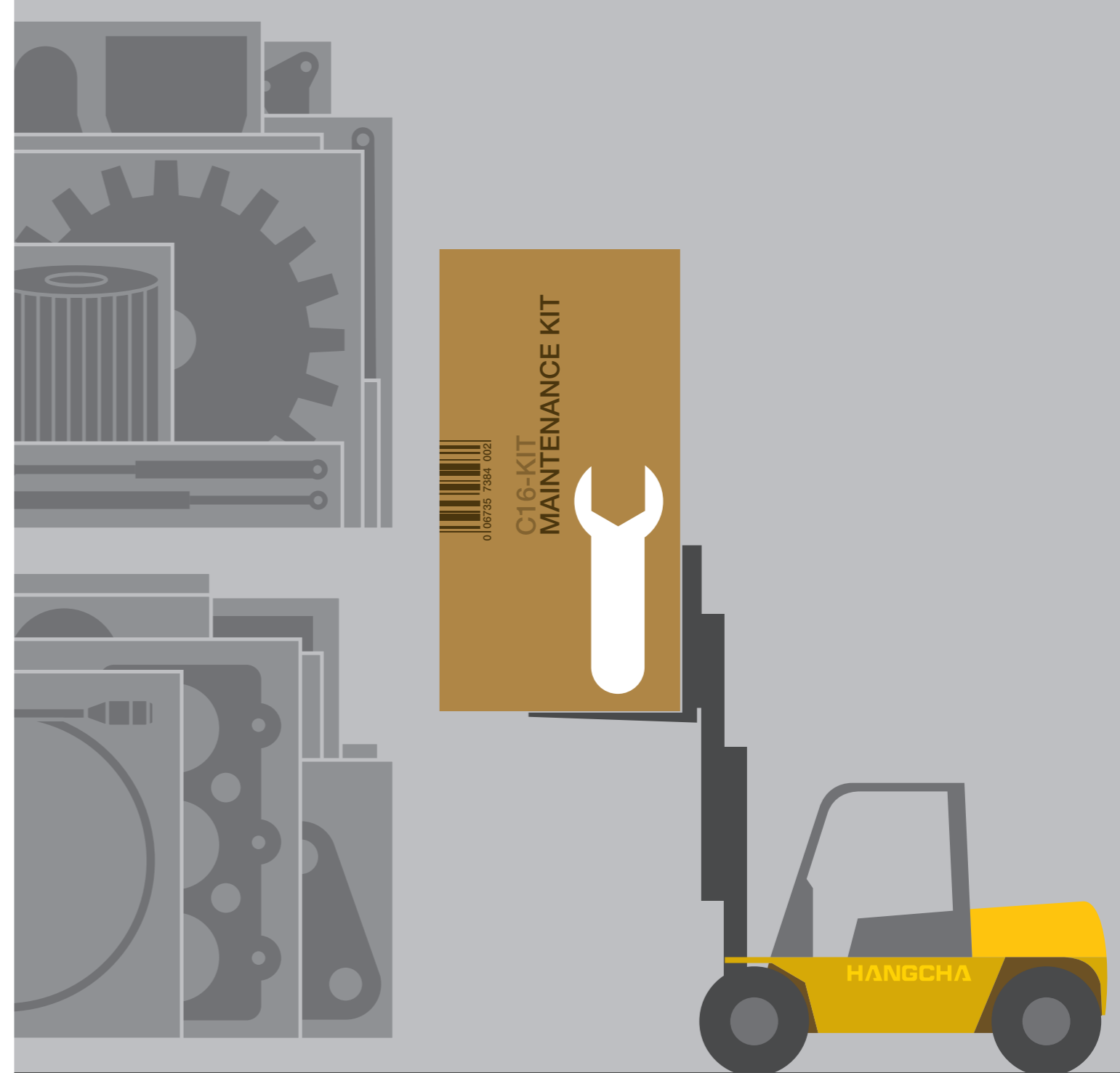


Como garantir reconhecimento do distribuidor, quando o valor das marcas que representa o superam? Através do nivelamento simbólico operado por uma retórica plástica normalizada da marca.

catálogo cimertex, 2015
distribuidor comercial das marcas
komatsu, rammer, sandvik,
casa grande, hangcha, komatsu
forestry quality, merlo e fuchs
porto, portugal

Construção de uma retórica iconográfica para a marca de distribuição de máquinas para movimentação de terra Cimertex, em estilo neoplástico, recorrendo a formas geométricas puras e cromaticamente planas, desprovidas de ornamento, fundadas na promessa moderna e funcionalista do seu objeto material.

O nivelamento gráfico das formas elementares e coloridas para a representação das máquinas, reduziu o valor das marcas ao seu desempenho prático, reforçando a identidade do distribuidor. Máquinas são, afinal, brinquedos grandes vendidos pela Cimertex.



10. A criatividade do erro: o novo para além do aceitável

¹³ Atendendo à extensão de significados atribuídos, considera-se a origem etimológica de Epifania a partir do gr. *epipháneia*, ou “aparicação” (formado pelos étimos epi “encima, ou somado sobre...” e phaneia, “clareza, luminosidade, brilho, visibilidade, manifestação e evidência”) que identifica a súbita sensação de realização ou compreensão da essência de algo; também usado para identificar o ato de alguém que, encontrando finalmente a última peça do puzzle, descodificará a globalidade da imagem.

A recuperação da dimensão prática sobre a teórica no desenho — fundamental à exequibilidade material do projeto — poderá também constituir uma porta criativa para a inovação (quanto mais não seja por via do erro), enquanto manifesto de vanguarda e proposta poética. Apesar da hegemonia das narrativas comerciais e publicitárias, apesar da invasão bárbara das linguagens selvagens produzidas pela própria indústria, a vanguarda continua a emergir como uma recuperação traumática dirigida à vida, resistindo criativa na possibilidade ainda que subterrada pelo capitalismo, ainda que condenada à sua neutralização comercial. As manifestações vanguardistas são epifanias¹³ poéticas, que persistem em atribuir sentido ao diacronismo da história. Mas o que era vanguarda, passará a convenção de estilo, logo que seja reconhecido como linguagem, assim condenando o novo ao protocolo da moda.

Na verdade, a cultura manifesta-se pela inovação da vanguarda, mas o que é socialmente valorizado é o reconhecimento das linguagens estereotipadas.

Como declara Andreia Branzi (citado por Naylor e Ball), “estes elementos do irracional são, na verdade, o fruto do esforço para descobrir uma panóplia mais extensa de metodologias que contêm um mais elevado grau de realidade, expandindo, desse modo, os instrumentos de trabalho de forma a que eles fossem também capazes de abranger o “irracional”¹⁴ que representa, oculto, uma tão grande parte da realidade” (NAYLOR e BALL, 2005: 43-44). Mas na infinita diferença de cada um, haverá a representação de outros que verão neles reflectidas as suas idiossincrasias e nas suas obras o motivo das suas epifanias. Esse será o suporte de legitimidade para que desenhemos para nós mesmos,

como defende Charles Eames: *se somos parecidos com um vasto conjunto de pessoas, então devemos desenhar mesmo exclusivamente para nós próprios porque, desse modo* (e essa será a sua função social), *não desenharemos para as nossas excentricidades, aí se concentrando a nossa* (necessária) *diferença* (NAYLOR e BALL, 2005: 45).

Na conclusão da obra *Form Follows Idea*, Naylor e Ball fazem um glossário, introduzindo um louvável esforço de rigor semântico na sistemática ambiguidade interpretativa que este tipo de temas está vulgarmente associado. Assim, a “poética” vem aqui descrita pelo significado do senso comum como a mais elevada expressão do pensamento; mas enquadrado no Design, a poética, reporta-se ao desenho de objetos que, para além de responderem às exigências de um artefacto funcional, lhe inscrevem outras observações peculiares

condensadas, de reflexão e contemplação, como se se tratasse de poética literária. Nessa sua segunda resposta (o tal destino que supera a sua destinação), a forma que inscreve os normais constrangimentos do pragmatismo funcional pode ser, deliberada, ou seletivamente, desfigurada ou suspensa, assim questionando o seu destino.

A celebração do comum vulgar uso dos objetos através de um processo de reavaliação, reenquadramento e reconstrução (do seu programa funcional), aspirará criar ressonância poética no quotidiano das suas interações que, de tão enraizada, se tornou culturalmente invisível (NAYLOR e BALL, 2005: 119). Esta metodologia é aquela que pede ao artefacto que seja introspectivo, que se contemple questionando-se morfológica e materialmente, sob a premissa de que os materiais são, em si mesmos, in-formação.

¹⁴ Também Christopher Frayling comenta a frase de EM Fosters “como posso eu traduzir o que penso se não vejo o que digo?”, ou seja, como se pode materializar o pensamento enquanto não se vê o que se pensa? Esta condição paradoxal é outra forma de expressar confiança num processo inconsciente de organização. Ir em frente e fazer alguma coisa orientada pela intuição em vez de procurar, no pós-racionalismo, a revelação do inconsciente. Para ilustrar a condição paradoxal que expressa a verdade num processo organizado pelo inconsciente, Frayling acredita fazer alguma coisa guiado pela intuição em vez de descobrir racionalmente o que o inconsciente revelou.

Entendido assim o design como poético (nos objetos e nas relações que promove), a sua conceção criativa terá, inevitavelmente, uma metodologia específica. A criatividade surge pela suspensão de todas as regras lógicas e estruturais, assim superando a regular normalidade que poderá surpreender pela originalidade dos resultados. A falta de tempo constituirá um dos mais relevantes fatores para a superação da previsibilidade no projeto. O automatismo da resposta (como nos surrealistas), constituirá o acesso ao subconsciente e, através dele, ao sentido do impossível com que se gerarão novas formas de ver escapando à repressão da consciência e, conseqüentemente, gerando novas soluções de forma.

No entanto, avisa-nos Salvador Dalí que “aqueles que não querem imitar o que quer que seja, não produzirão coisa alguma” (NAYLOR e BALL, 2005:152).

A criatividade poderá tomar formas de maior discricção na conceção do novo, fazendo-o de modo incremental, a partir do património cultural anterior. Mas nesta aparente arbitrariedade infinita de possibilidades criativas, haverá um (inevitável) sentido de coerência escondido nas formas produzidas (sintaxe), de que o próprio projetista poderá não ter consciência, mas que constituirá a conformação do seu conteúdo de verdade (semântica); mesmo que se identifique no resultado a apropriação de outros agentes, mesmo que o seu processo resulte do acaso das relações no tempo, há um sentido interpretativo inconsciente que atribuirá uma coerência poética reconhecível ao longo de uma vida, ainda que radicada na dispersão morfológica de cada um dos seus exemplos. As formas encontrarão nesse processo o seu mais importante destino de veículo de ideias, enquanto agentes de progresso.

As ideias, no entanto, não têm que ser conclusivas, podendo apresentar-se como equações abertas e paradoxais. Ao assegurar dois princípios opostos o objeto-poema criará uma verdade poética, também na tenção produzida pela impossibilidade da sua reconciliação. A principal resistência que se coloca ao design poético (como aquele em que se auto explicita a poética do design) estará na dificuldade em submeter as intenções (literárias) à intensidade do resultado técnico, que fará do artefacto um objeto funcionalmente capaz, mantendo, no entanto, uma reserva crítica que poderá questionar a sua própria funcionalidade. Mas ante a fragilidade da sua ineficiência, o objeto perderá toda a oportunidade interventiva e social de transformador da realidade, para se subjugar à inutilidade artística, divorciada da realidade. De outro modo, o seu reconhecido estatuto atribuir-lhe-á a autoridade

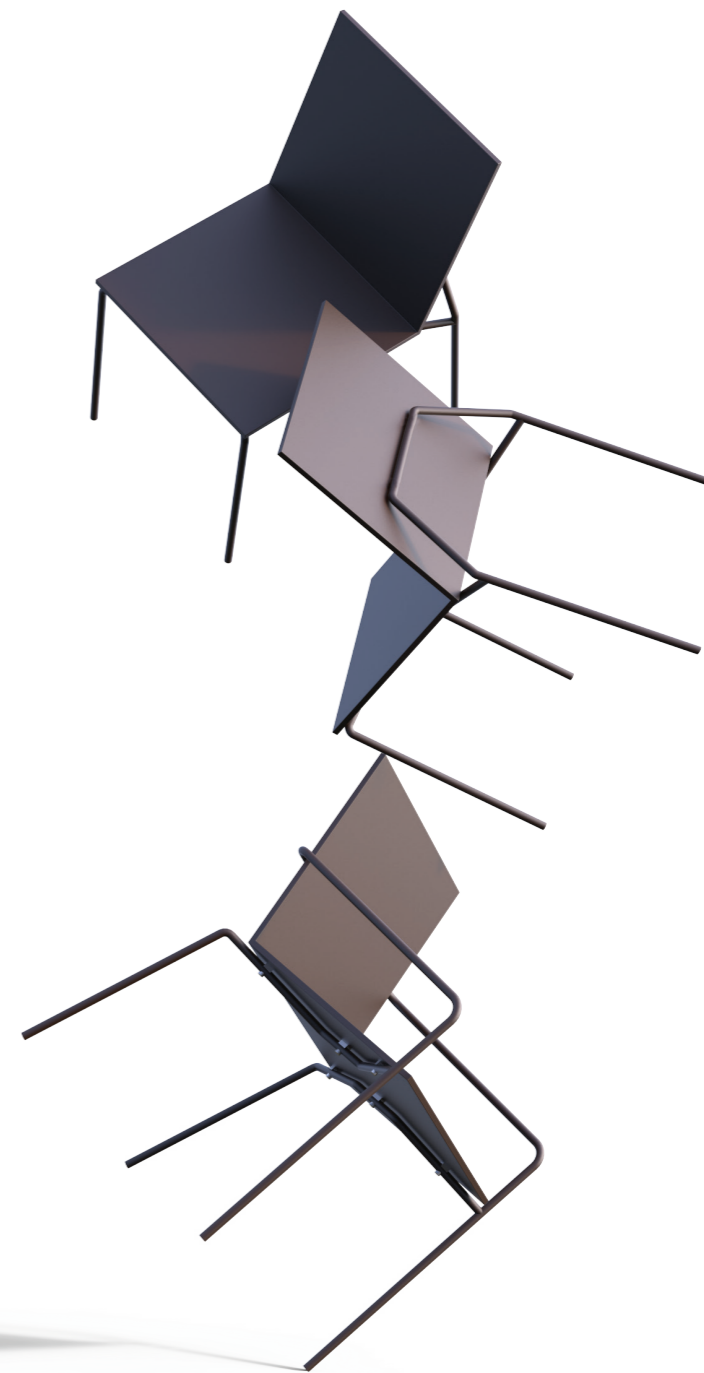
suficiente para que se constitua agente crítico da própria cultura que gera. O produto desenhado poderá assim transitar de servidor passivo para ator ativo, atribuindo ao design uma dimensão retórica que produzirá uma linguagem poética mais rica para a disciplina.

Que forma (contentor) atribuir
ao conteúdo da liberdade?
O mínimo esforço de forma,
o nada ou o quase nada.

esplanadas da baixa pombalina, 2015
concurso em colaboração com
miguel palmeiro e
paulo providência
junta de freguesia de sta. maria maior
mude, museu do design e da moda
lisboa, portugal

Linha de mobiliário para exterior, formado
por cadeiras empilháveis, desenhado
no âmbito da participação no concurso
(por convite) para o redesenho das
esplanadas da baixa pombalina de Lisboa.

O mobiliário estruturado em tubo de
aço pintado, com planos de laminado
fenólico de alta densidade (superfícies
planas), passíveis de impressão nas
suas superfícies visíveis invoca, pela
regularidade desconfortável (inorgânica),
uma expressão lacónica de resistência ao
“adormecimento” ergonómico.
O desenho das cadeiras apela ao mínimo
esforço de forma, que nos garantirá a
liberdade da autonomia.



Como construir a identidade dissociada do seu corpo?
Antecipando visualmente a sua intenção estratégica: a manufatura como marca de identidade artística artesanal.

loja xila, 2015
lagos, portugal

Conceção de identidade visual para marca de comércio urbano de *gifts* desenhados e produzidos por designers artesãos, constitui o objeto da rede de lojas XILA, nome de evocação feminina dissilábica.

O desenho dos caracteres reduzidos a segmentos de reta e orientados em ângulos ortogonais de 45 e 90°, traduz uma elementaridade de registo que remete para as relações primordiais da técnica. A sua primitividade e justificação geométrica apela à poesia das coisas ancestrais, originais e mínimas _ de proteção contra o caos, como Worringer as via.



11. Da carência à beleza

¹⁵ Filogeneticamente, relativo à *filogenia* ou história da evolução de uma espécie, (...) da descendência dos seres através dos tempos; (do lat. phylon "raça" + gènesese "origem").

Se há uma identidade e cultura portuguesas, elas têm sido louvadas nas obras dos seus autores (COSTA: Siza, 1990), como genuína capacidade em integrar o outro, fomentando um hibridismo despojado do acessório que se concentra no fim último do artificial: o de restituir vida à vida, de fundar a possibilidade para aceder à liberdade.

A vida é a única razão do design (PROVIDÊNCIA, 2006). Avisa-nos Enzo Mari para quem “conotar um projeto com as necessidades “outras”, para além das imediatamente expressas, pode ser contingente ou mesmo perigoso. Todavia eticamente seguras são mesmo a necessidade da igualdade unida à da razão primeira do projeto. Este último condiciona filogeneticamente¹⁵ cada pessoa. É consequência de duas necessidades primárias: a da *fome*, para a sobrevivência do indivíduo; e a

da *reprodução*, para a sobrevivência da espécie. De facto, o projeto é a terceira necessidade primária e a sua satisfação, em conjunto com as duas primeiras, corresponde em grande parte à qualidade da vida” Enzo Mari (2001, apud COSTA, 2006). Enzo Mari releva no design a dimensão de resposta em função da estrita necessidade explicitada. *Comer para salvar a sobrevivência do indivíduo; Reproduzir-se, para salvar a sobrevivência do grupo. Desenhar para garantir qualidade de vida na integração das outras duas.*

Ao desenhar para garantir a sustentabilidade da vida, Enzo Mari aproxima-se de Alberti, e através dele do pensamento clássico (romano), entendendo a cultura como defesa dos direitos naturais, enquanto necessidades congénitas do homem. Mas são essas a necessidades a que se dirige o design?

O arquiteto suíço Peter Zumthor, ao pensar a arquitetura, fala-nos de beleza, da experiência da beleza nas suas várias dimensões: Mari fala-nos do Design como consequente satisfação das necessidades primárias, contribuinte para uma maior qualidade da vida e Zumthor fala-nos do Design como constructo de beleza, como realização que, nascendo de uma necessidade impossível de satisfazer, se justifica em si própria pelas emoções que provoca. Dizer *nada*, ou *quase nada*, constituirá a necessidade “outra” a que Mari se referia avisando-nos com tempo dos seus perigos. Dizer quase nada, é mobilizar-se contra o nada para cerzir a presença, é construir a beleza¹⁶; mas também Mari fala de carência. Mari e Zumthor falam afinal do mesmo, falam do desejo. O desejo que caracteriza o homem desde o primeiro sinal de artifício. O desejo que o faz reinventar cada dia, desenhando sempre novas possibilidades. O mesmo desejo que é evocado por Espinosa (DELEUZE e PARNET, 1996), mais da salvação do que da perdição, poderá reunir a ética e a estética do design num único movimento de liberdade que promoverá a humanização da tecnologia.

O design lacónico reforçará a dimensão da habitação do espaço que a história do desejo (português), justifica. Um design mais invisível¹⁷, promoverá a reposição da experiência, invertendo a antecipação da representação sobre o juízo, a que a modernidade capitalista recorreu hegemonicamente, substituindo (através da globalização) a experiência existencial dos indivíduos pela representação coletiva da sua felicidade — re-direcionando o desejo para o consumo de bens, a vida para a sua representação visual e trocando a felicidade pelo prazer.

A reconversão de indivíduos em consumidores de prazer, funcionalizou a sociedade dita de consumo, criando uma comunidade de submissos e obesos funcionários emocionalmente “dependentes” dos artefactos, dispositivos e serviços do design. Na ressaca pós-industrial do consumo, urge a invenção de um design para a liberdade, que reconcilie o homem com o seu próprio desejo. O desenho do desejo humanizará o designio.

¹⁶ A beleza que começa por ser perfeição técnica (transformação do bruto em elaborado), passa depois pelo crivo do necessário (satisfação da necessidade prática), para finalmente se questionar sobre o fim último de todas as coisas, ganhando uma renovada consciência (estética?) sobre o fazer (criação de novas necessidades). Ao perseguir a maior liberdade, afasta-se o design do artesanato libertando-se do fazer, tomando consciência sobre o processo através do desenho. Recorrendo ao desenho como instrumento crítico e criativo.

¹⁷ PROVIDÊNCIA, Francisco (2011). *Experimenta usar melhor*. in, Useless, ed. Experimenta design, Lisboa.

Como gerir a relação entre artesanato e design na contemporaneidade?

A exposição Buriada, propôs-se comunicar a multiplicidade dos seus modelos.

exposição buriada, 2015
comissariada em colaboração
com helena sofia silva
casa do design,
câmara municipal matosinhos
matosinhos, portugal

Investigando as relações atualmente geradas na ligação entre artesanato e design com vista à sobrevivência económica, cultural e social, esta exposição destinou-se a mostrar a polivalência potencial da relação entre baixa e alta tecnologia (e do artesanato como design), fazendo-o com meios materiais acessíveis.

O recurso à tecnologia dos painéis construídos em favo de papel, impressos a jato de tinta e recortados por fresa de controlo numérico, permitiram a construção de planos verticais de comunicação, bases horizontais de suporte e vitrinas (construídas pela simples sobreposição de pesados planos de vidro sobre os painéis de suporte onde se recortaram janelas). A elementaridade do sistema mantinha coerência ideológica com o tema expositivo: o mínimo de tecnologia, garantindo o máximo de vida.

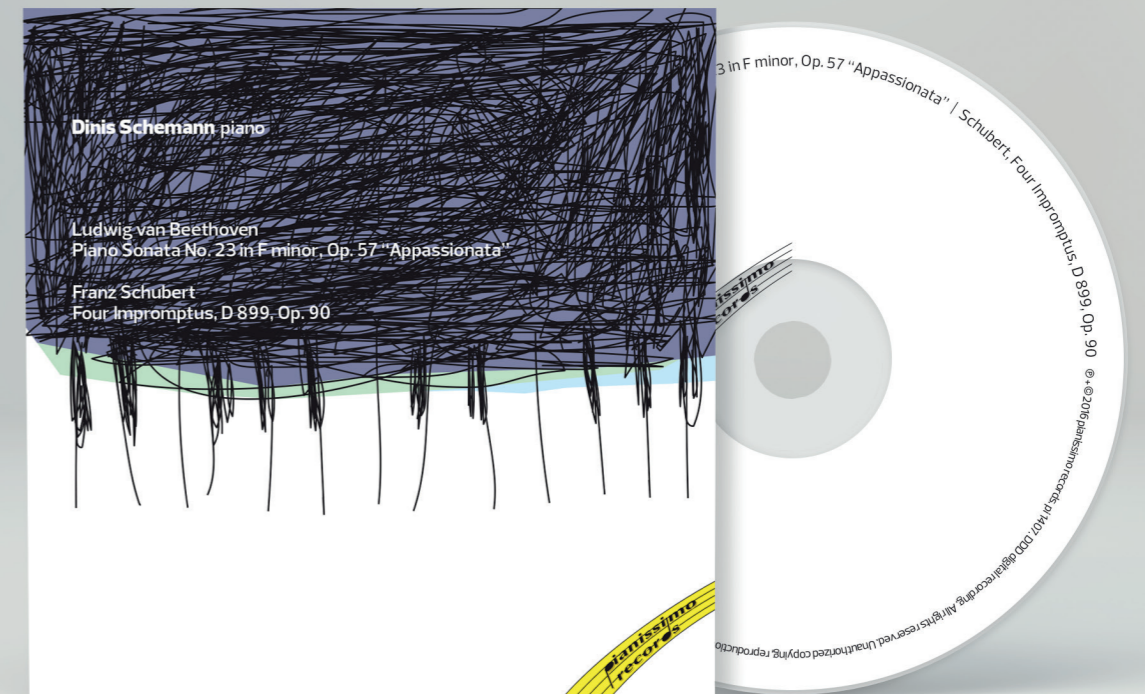
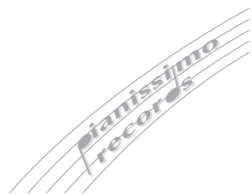


Como comunicar no exterior hermético da embalagem, a densidade emocional da sua experiência musical? Antecipando visual e metaforicamente a obra; mas outros o fazem garantindo retoricamente a sua reputação.

dinis schemann, 2015
capa para cd
ed. pianissimo records
gröbenzell, alemanha

A interpretação da densidade dramática da *Appassionata* de Beethoven e do *Impromptus Op. 90* de Schubert, interpretados ao piano por Dinis Schemann, foi comunicada pela ilustração digital de enfática expressão manual, representando dramática e metaforicamente a tensão do céu carregado que se opõe ao vazio branco da neve.

Beethoven e Schubert, viveram na mesma cidade, no mesmo tempo, sem nunca se conhecerem. Um vivia junto do céu, o outro na planura da terra. A gravação de Dinis Schemann reconcilia-os.



12. Da criatividade à educação artística

¹⁸ Wilhelm Worringer (1881-1965), historiador e teórico alemão de Arte, é conhecido pela sua “Teoria da abstração e empatia”. Para Worringer a obra de arte deve ser encarada como fenómeno iminentemente histórico, cuja origem coincide com o aparecimento do Homem, sendo por isso condição de humanidade. Para o homem primitivo, a natureza apresentava-se como caos a que ele responde com a ordem da abstração. É a partir desta ideia que Worringer anuncia a emergência do expressionismo, em consequência do eclodir da primeira guerra mundial. O impulso artístico para a simplicidade primitiva da abstração é o resultado vital do homem imerso num mundo caótico de fenómenos que não domina.

A criatividade como condição de humanidade que se revela na Arte (Worringer)¹⁸ e como *desocultação do Ser* (Heidegger)¹⁹, a criatividade como linguagem poética, repõe a humanidade no centro da sua existência, superando a amnésia provocada pela tecnologia. Encontramos em Heidegger uma criatividade que não se dispersa na fantasia da simulação, mas que se concentra na verdade da essência revelada pela Arte, que serve a reposição do homem no humanismo, em vez da sua desumanização (ORTEGA Y GASSET, 2003).

No centro da *humanização humana*, encontramos a procura da palavra que enuncia a verdade do ser através da mentira da arte, revelando a essência do homem: “na essência da máquina está o homem, mas na essência do homem não há nada de mecânico” (Heidegger).

Nietzsche, ao dizer que “temos a Arte para que a Verdade não nos destrua”, quer dizer que a Arte nos permitirá resistir à verdade, à verdade da nossa própria origem, à verdade da ciência, ou mesmo à verdade da nossa culpa sobre a desgraça alheia; mas quer dizer também que é possível através dela, dar continuidade ao projeto humano de se superar (*divinizar?*), resistindo à desumanidade da verdade e condenação da sua génese. Pela Arte constrói o homem um desígnio mais humano, ainda que falso. A Arte começa onde a verdade acaba e no entanto, a arte é uma via para a verdade. O homem que desenhou primeiro deus e depois a máquina, estende-se sobre o mundo e sobre a sua própria condição, imaginando-se outro, assim se distanciando artificial e culturalmente do seu determinismo biológico.

Um homem divinizado é, na tradição judaica e cristã, o que supera a subjugação à condição bio-funcional *darwinista*, para se imaginar ético, amoroso, ou pelo menos generoso, negando-se ao ignorar o id, suspenso no superego (Freud). A fisiologia neuronal humana, arrasta uma história de evoluções que culminam com a invenção da linguagem, extraordinária máquina de socialização que poderá constituir alternativa à *fuga*, ao *confronto* ou à *inibição*, garantindo a sobrevivência dos indivíduos à frustração social (Henry Laborit). O próprio cérebro humano é evocação (tecnológica) de criatividade, desenvolvendo pela linguagem estruturas de superação da confinidade da morte (depressão), através do humor, da catarse e da sublimação, atribuindo à Arte a dimensão profilática da alegria, (preventiva da saúde pública), de resposta à sintomatologia da negação, expressa na tristeza.

Assim entendida, a criatividade estará na base da “Educação pela Arte” (Read, 1954), reforçando as ideias setecentistas defendidas por Schiller, sobre a importância de uma educação estética no desenvolvimento social para a Educação da Humanidade, presente desde o séc. XIX em diversas iniciativas didáticas, socialmente empenhadas na re-construção de uma sociedade mais criativa, mais democrática, mais solidária, mas também mais produtiva, garantindo mais e melhor qualidade de vida.

¹⁹ Martin Heidegger (1889-1976), filósofo alemão da escola fenomenológica (que valoriza os fenómenos como meio de conhecimento do ser, a partir da percepção da aparência imanente e assim contrariando a metafísica transcendental, como meio de percepção do essencial). Heidegger reconhece o homem como único ente capaz de questionar o sentido do seu ser, origem de um “ser-aí” (dasein), de uma existência distanciada no mundo, que se percebe para além da realidade contingente do que não chegou a ser ou do que ainda não é. Essa capacidade para se superar ao longo do tempo, resulta na sua própria transcendência, consequente ao ser — o ser revela-se no ente, dando origem tanto à técnica, como ao esquecimento do próprio ser.

Como museografar o primeiro agente de mediação e estratificação social que é o dinheiro? Desmistificando pedagogicamente o seu valor e revelando qual é o seu objeto através da história, da tecnologia e da sociedade.

recepção do museu do dinheiro, 2015 em colaboração com miguel palmeiro, caríatides cultura, mental factory e mário vairinhos banco de portugal lisboa, portugal

Com o objetivo de promover a alfabetização financeira a partir do seu acervo museológico, a recepção do Museu do Dinheiro justapõe a imagem fotográfica do garimpo brasileiro a uma barra de ouro, fisicamente acessível ao manuseamento público, sob o diálogo entre um filho e o seu pai, que Dickens escreveu: “_ Papá! O que é o dinheiro?” A complexidade e simplicidade da resposta dirá: o valor de aquisição do teu tempo e uma forma de acumulação de tempo.

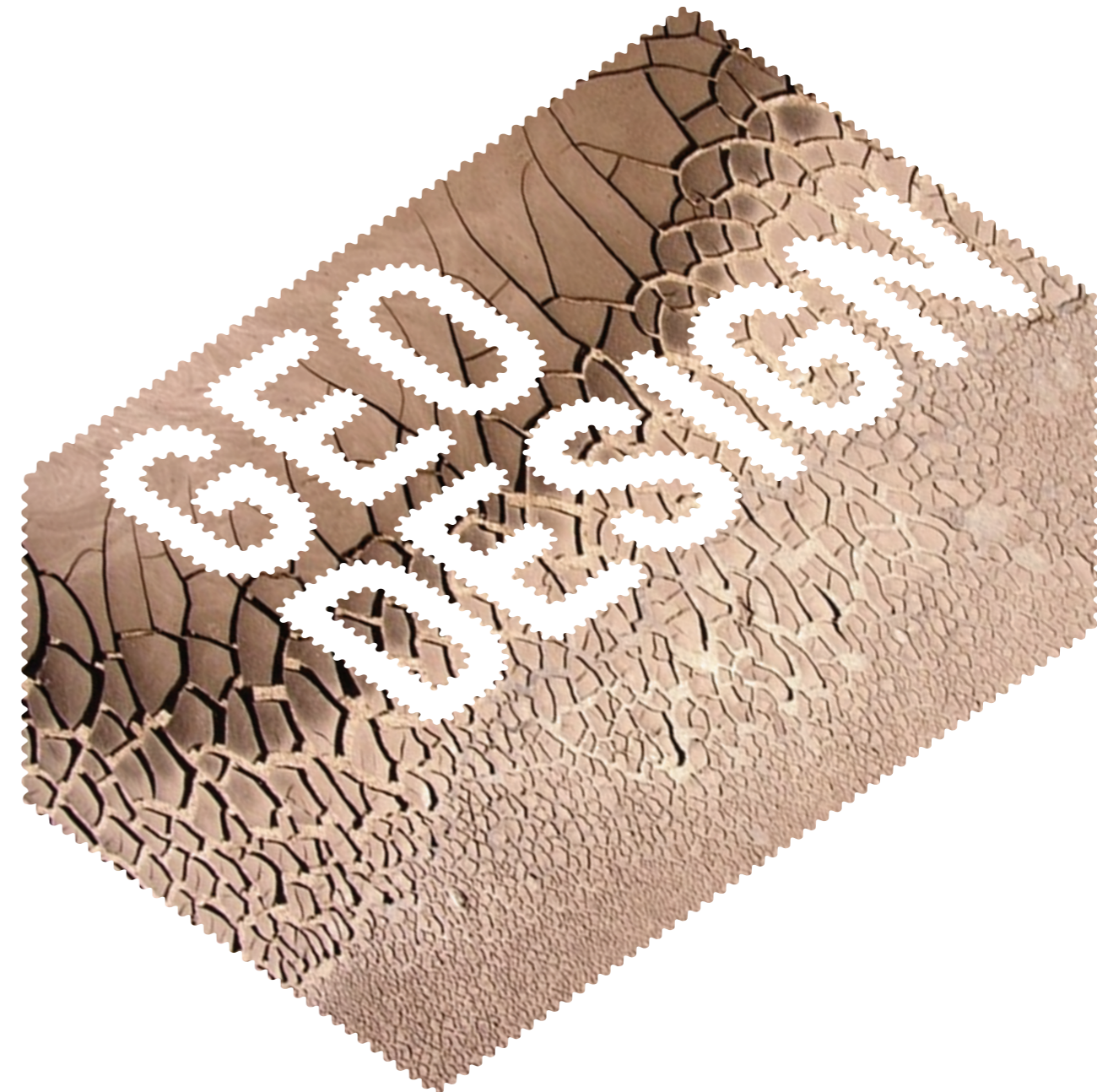


Como fomentar a circularidade da economia?
Geodesign para a afirmação de uma estética brutalista, de retórica ecológica, para inversão da insustentabilidade ambiental.

geodesign, 2015
conceção de marca
e artefactos em colaboração
com diogo frias

Projeto colaborativo entre
U. Minho, U. Aveiro, UTAD,
CVR e W2V, financiado no
âmbito do Norte 2020

A marca Geodesign invoca em baixa resolução, a rudimentaridade brutalista do geopolímero artesanal. Os seus produtos, integrando resíduos industriais por geopolimerização, oferecem novas soluções de revestimento à arquitetura e mobiliário urbano, com vista à valorização turística e ecológica do território, contribuindo para uma nova economia circular.



13. Design para emergir do lixo

²⁰ António Damásio, Comunicação à Conferência Mundial de Educação Artística, Unesco, organizada em torno da crescente desvalorização da Arte nos sistemas educativos, Lisboa 2006.

“A Ciência e a Matemática não formam cidadãos; só a Arte o pode fazer. (...) O afastamento do cogito à emoção pode levar-nos a indivíduos sem moral”²⁰ (DAMÁSIO, 2006).

Damásio que provou o papel das emoções na formulação do juízo moral, salienta a importância da educação artística no desenvolvimento da economia através da inovação e criatividade que as artes favorecem (DAMÁSIO, 2007). A mesma opinião é defendida por Ken Robinson denunciando o velho paradigma em que a maioria dos sistemas educativos, mais virados para a análise crítica, se revêm educando “do pescoço para cima”, mais do que para a capacidade de criar e inovar em consonância com as atuais exigências da economia criativa. Ainda que sob a meta do prolongado prazo de vinte anos²¹ que a OCDE estimou para o retorno económico

no investimento de uma educação mais artística, não nos restará senão encetar, o mais depressa possível, um novo sistema mais integrador, acessível, criativo e lúdico que assim favoreça a conformação de uma sociedade mais sustentável e democrática.

O ensino artístico não é um regime de exceção, mais ou menos *facilitista*, mas um modelo a seguir no futuro de todo o sistema educativo, orientando o cidadão para a valorização dos aspectos estéticos e expressivos como meios de afirmação de uma inteligência emocional. Não querendo voltar ao pensamento taxionómico e estruturalista, confrontando os benefícios das inteligências analítica, tecnológica e emocional, salvaguarda-se a necessária defesa da inovação criativa nesses três domínios, difíceis de distinguir. Escreve André Stolarski citando Rafael Cardoso (2011):

“se não reconhecemos densidade poética ao mundo material, corremos o risco “de sermos soterrados, literalmente, pelo lixo que produzimos”.

Esta é, em síntese, o cerne da narrativa de Cardoso na tese desenvolvida em *Design para um mundo complexo*. Se os objetos da nossa sociedade industrial se transformam em dejetos, não é por deixarem de cumprir a sua função, mas porque perdem o seu sentido. Assim, para não morrermos soterrados pelas coisas que criamos (ainda que criadas com o objetivo de nos garantirem a nobre qualidade de uma vida mais livre), só nos restará vigiar o seu sentido. Em última análise, para o autor, aquilo que distingue o lixo do não lixo, ou o desperdício do necessário, não será a sua utilidade prática, mas a atribuição de significado que lhe emprestamos — um sentido que não se esgote na

utilidade prática, mas que invoque outras dimensões da utilidade simbólica. A ausência da experiência *aestética* está na origem do conflito entre informação a mais e conhecimento a menos que, paradoxalmente, caracteriza o mundo em que vivemos; porque, declara Cardoso, à medida que o mundo vai ficando cada vez mais complexo, menos pessoas se dispõem a atribuir sentido às coisas (CARDOSO, 2011: 11).

A confinação da finalidade estética à sua finalidade enunciada (em resultado de uma programação da experiência estética do objecto, não questionada pelo utilizador), retira-lhe a possibilidade de apropriação e, conseqüentemente, de sentido.

²¹ As conclusões da Conferência Mundial de Educação Artística apontam para a inovadora indicação de que se poderá encontrar através das artes novas soluções para acabar com a pobreza, como defende Rakhia Ismail. Peter Smith, Diretor geral adjunto para a Educação da Unesco, aconselha os governos a refletirem sobre inteligência emotiva e o compromisso social, antes de se construírem mais escolas nos moldes atuais. Sheldon Shaeffer, responsável pelo Gabinete Regional de Educação da Unesco, questiona os atuais critérios usados no sistema de avaliação por subvalorizarem o desempenho dos alunos e, conseqüentemente, a sua aprendizagem artística.

Na crítica ao funcionalismo, Cardoso recorre à obra *Design for the real world*, publicada por Papanek (1974), confirmando que, o bom funcionamento, nem sempre tem necessariamente boa aparência, condição que terá servido de justificação para a esteticização higienista do mobiliário de expressão hospitalar (desenhado nas décadas de vinte e trinta do século passado), mas também como validação do estilo internacional, a nova objetividade, a casa como máquina de habitar (Corbusier) e as casas caixotes (De Stijl), refletindo a perversa apropriação da estética pela utilidade (PAPANEK, 1974: 19).

No mundo da informação em que nos encontramos (no tempo da tecnicidade pós-industrial e cibernética), Cardoso contraporá a “imaterialidade” como fator decisivo para o design, à “realidade” crítica do mundo denunciada por Papanek.

Não que hoje o mundo seja menos injusto do que no tempo de Papanek, diz, mas porque hoje a realidade do mundo é coberta por uma película de informação global, de globalização, que a torna mais complexa.

Mas se em tempos, a forma foi adequação à produção, meio de diferenciação e de customização identitária, suporte de significado, hoje, é requerida como mediação (CARDOSO, 2011: 25) entre as diferentes estruturas que tomam parte na complexidade do sistema global; ou seja, a forma é hoje convocada como agente de mediação e ordenamento do mundo. Essa função passará, inevitavelmente, pela metáfora como instrumento de apropriação e complexidade, assim configurando uma solução de forma.

Cardoso enuncia um corolário de condições para a sustentação do design na complexidade: aquele que equaciona a complexidade através do pensamento sistémico, construindo uma linguagem própria com inventividade artística, concorrendo ao domínio de um saber fazer técnico e artesanal que resolverá os pormenores, elegendo um repertório próprio de erudição, que servirá de sustentação à sua atuação profissional — mas o futuro do design faz-se, também, pela superação do anti-intelectualismo que afasta o design da sua credibilidade académica, epidemia propagada nas escolas, produzindo cada vez mais profissionais demasiado teóricos e muito pouco práticos (CARDOSO, 2011: 253).

Ao equacionar a complexidade através do pensamento sistémico o designer elege um sistema sintáctico, uma *gramática*; ao construir uma linguagem própria, com inventividade artística e domínio técnico sobre um saber fazer, uma *pragmática*; ao eleger um domínio de conhecimento, ou um repertório de erudição que sustente a sua obra, está a construir uma arquitetura de significado e, conseqüentemente uma *semântica*. No entanto, não é por dominar a gramática que o poeta faz poesia. Na verdade, ele poderá fazer poesia sem a dominar, assim contribuindo para a evolução da língua e da gramática.

Mas a obra de design (tal como a obra de arte), não é suficiente em si mesma, deixando a sua completude à mercê da participação do outro, o consumidor; a obra só se concluirá depois de ser fruída. E por isso, o seu significado deve ser aberto ao outro, à sua construção e adoção, atribuindo-lhe novas interpretações. Só assim poderão as coisas resistir à condenação do detrito, se

forem adotados, se mediarem uma relação com a existência, quer pela memória do passado, quer pela antecipação do futuro. O que significa então ganhar sentido? Significa adquirir pertinência, tornar-se necessário (para além do desempenho expectável), configurar beleza, isto é tornar-se imperativo.

A criação poética encerra em si o paradoxo de uma função social aristotélica, dirigida à conformação social para harmonia económica e política, mas, e na sua oposição também compreende a expressão platónica e solitária do autor obcecado pela verdade da sua epifania. Se na primeira intenção se submete às leis do consumo pela oferta da novidade (estética da receção), na segunda confronta-se com a incomunicabilidade da sua própria experiência com que o hermetismo das suas obras resiste ao consumismo.

Como inverter um problema social numa oportunidade de aproximação à comunidade? Usando a barreira como suporte de comunicação.

barreira da estilha apdl, 2015
em colaboração com
menos é mais arquitetos e
cariátides cultura
apdl, administração dos portos do
douro e leixões
matosinhos, portugal

Conceção, construção e instalação de barreira construída por contentores marítimos reciclados, para contenção dos depósitos de estilha, sucata e poeiras na margem sul do Porto de Leixões.

A barreira tem particular visibilidade pelo paralelismo com a linha de Metro e via rodoviária que a acompanha.

Obra em duas fases:

1ª fase, poesia de Álvaro de Campos, engenheiro naval (460m);

2ª fase, poesia de Sophia de Mello Breyner (220m).



Como garantir acessibilidade sem deformar a arquitetura?
Desenho de sistema integrado de sinalização funcional.

sinalética pbs, 2015
porto business school
matosinhos, portugal

A sinalização integrada no edifício escolar PBS - Porto Business School contribui para a universalidade da sua acessibilidade, mantendo uma relação empática com a linguagem da sua arquitetura.

O desenho dos suportes e sistema de fixação vertical e horizontal, suspensos, em bandeira ou adossada às paredes, apresenta uma morfologia geométrica elementar em réguas ortogonais simples, de alumínio anodizado gravado que invocam a sobriedade plana da arquitetura do edifício. A sua conceção foi sistematicamente validada com o arquiteto do edifício.

Porto
Business School



Como comunicar as diferentes camadas semânticas que cobrem o território, garantindo a unidade dessa totalidade? A museografia expositiva construída por painéis lamelados de madeira, encobriu as vitrinas retirando-lhe protagonismo, assim garantindo unidade e genuinidade retórica.

museu do douro, 2015
exposição permanente
em colaboração com
cariátides cultura e
mário vairinhos
fundação museu do douro
peso da régua, portugal

Partindo da atividade agrícola e comercial do Douro, traduzida por caixas em madeira pirogravada, a exposição organiza uma visão sobre este território ao longo dos últimos 400 milhões de anos. Dividida entre *matéria* (1º piso) e *espírito* (2º piso), a exposição enfatiza sobretudo a atual produção vinícola condicionada pela origem geológica no piso térreo e a distribuição no mercado global do seu produto mais notável, o Vinho do Porto, no piso superior.



14. A experiência do assombro para nomeação da diferença

²² Entrevista de Sérgio Almeida ao poeta Elio Pecora ao JN 12.12.2008, p. 51 (secção de cultura).

“A poesia é a busca da palavra exata” conclui o poeta Elio Pecora²². A poesia é a escrita não convencional, é a escrita do texto respeitando intransigentemente a singularidade de cada palavra. Nessas condições de escrita, a pausa para encontrar a palavra certa poderá demorar uma infinidade de tempo sem resultados, ou surgir automaticamente do “nada”. Essa será a diferença metodológica entre um pensamento racionalizado e dedutivo e outro inconsciente e intuitivo; por isso a poesia é a grande inimiga do acaso (embora sendo também filha do acaso e sabendo que o acaso, em última instância, sairá vitoriosa), como escreveu Calvino (CALVINO, 1998: 87).

A poesia funda-se na construção metafórica. Os cientistas cognitivos George Lakoff e Mark Johnson (2003) interpretam os mecanismos metafóricos criados na elaboração de linguagem

como mecanismos da própria ação mental. Ou seja, a mente não constrói apenas as metáforas, mas opera através de mecanismos de similaridade, por cadeias de significados. Ao experimentar *uma coisa nos termos da outra*, sistema inerente ao quotidiano da vida humana, o indivíduo ultrapassa o simples domínio da linguagem para o do pensamento e, conseqüentemente, para a ação.

Abrangendo um vasto conjunto de tropos (onde a metáfora se inclui), entende-se que a mente opera através de mecanismos de similaridade (metáfora), mas também de correspondência (metonímia), conexão (sinédoque), e contrariedade (ironia).

No entanto, quanto mais semanticamente distantes forem os termos colocados em relação, mais inesperada será a equivalência e mais poderosa a metáfora,

aumentando também o risco da sua incompreensão, o que implicará, segundo Othon M. Garcia (1997: 85), tomar decisões fundamentais no jogo criativo.

Ao refletir sobre a poética, Octávio Paz (1996) funda a poesia na imagem; a imagem, esclarece, é toda a forma verbal que o poeta diz (comparações, símiles, metáforas, jogos de palavras, paronomásias, símbolos, alegorias, mitos, fábulas, etc) e que no seu conjunto compõe um poema.

“Cada imagem – ou cada poema composto de imagens – contém muitos significados contrários ou dispares, os quais abarcam ou reconciliam sem os suprimir, (...) toda a imagem aproxima ou conjuga realidades opostas, indiferentes ou distanciadas entre si. Isto é, submete à unidade a pluralidade do real”, (PAZ, 1996: 37).

Mas isto será também o que faz a ciência: reduzir o diverso ao comum, quando tudo submete à norma quantitativa. No entanto e ao contrário da ciência, a poesia nomeia a diferença, salvaguardando o sentido de cada coisa na conciliação do diferente ou mesmo adverso; Paz justifica assim a oposição entre prosa e poesia, entre linguagem com uma finalidade instrumental e não-linguagem com uma finalidade em si própria, entre texto e imagem. Se o texto (prosa) evidencia a contradição, a imagem (poesia) resolve-a.

Consequência da dimensão significativa da linguagem, a palavra apresenta-se móvel (intermutável) o que gera a possibilidade de uma palavra poder ser explicada por outra – podemos comunicar de muitos modos a mesma ideia. Em poesia, pelo contrário, cada imagem é insubstituível (...) *a imagem faz com que as palavras percam a sua mobilidade e intermutabilidade* (PAZ, 1996: 48).

²³ As inúmeras questões que se colocam ontologicamente ao Design são a afirmação paradoxal da sua impossibilidade, questionando desde logo o epíteto disciplinar daqueles que julgam ter vindo ao mundo para resolverem problemas:
_ Como conciliar o desejo do autor e o programa do cliente?
A finalidade prática e primeira, com a sua finalidade última e estética?
A devolução da liberdade humana e a promoção da sua submissão funcional ao uso?
A cultura local e a ameaça da hegemonia global?
O desejo e a necessidade?

A resolução poética desse paradoxo estará (tal como na linguagem poética) no reposicionamento do problema, da realidade para a dimensão metafórica. Por isso a importância da poética para o Design não é estilística, mas ontológica. Só por via estética (da poesia) o design poderá reconciliar-se com a sua impossibilidade ética. Dito isto, e se a poética é então o recurso de diferenciação do design, se é a dizibilidade da sua incizibilidade, a sua não linguagem e domínio de conciliação do homem consigo mesmo, impondo-se metafórico sobre a realidade para lhe abrir janelas de possibilidade futura, se é um valor por si próprio e não um meio de ação para outra coisa, se é a tal entrada no ser e conseqente domínio de liberdade, então o design não representa mas apresenta; isto é, não está em vez de outro mas por si próprio, não é a opinião de uma hipótese mas a verdade conclusiva e por isso, não se expõe à persuasão analítica (da ética) mas afirma-se inexplicável (como estético).

Ao passar da prosa para a poesia, a linguagem perde a sua função instrumental de conjunto de signos móveis e significantes, para adquirir valor (estético) em si mesma – a poesia transcende a linguagem. A experiência poética é irredutível à palavra e, não obstante, só a palavra a exprime. Por isso diz Pecora que a poesia é encontrar a palavra certa, porque cada palavra é, na poesia, insubstituível.

“O poema é linguagem — e linguagem antes de ser submetido à mutilação da prosa ou da conversação — , mas, é também mais alguma coisa. E esse algo mais é inexplicável pela linguagem, embora só possa ser alcançado por ela. Nascido da palavra, o poema desemboca em algo que a transpassa (... na reconciliação dos contrários), que já não pode ser explicada por palavras (...), a imagem é o recurso desesperado contra o silêncio que nos invade cada vez que tentamos exprimir a terrível experiência do que nos rodeia e de nós mesmos”, (PAZ,1996: 50).

Mostrando no reverso da fala, o silêncio e a não-significação da imagem abre as portas do real ao possível, tornando equivalentes a significação e a não-significação, assim recuperando o seu sentido último que é ela em si mesma. Ao voltar-se sobre si própria a linguagem diz o que, por natureza, se lhe escapava. Ao contrário da linguagem funcional, produz-se a imagem (poesia) e com ela a dizibilidade do indizível, que se encerra em si própria – o sentido da imagem é a própria imagem. A linguagem ultrapassa o círculo dos significados relativos para dizer o indizível. Inversamente à linguagem que representa, o poema não explica, mas apresenta. Não se reporta à realidade, mas recria-a, propondo-se nela. O dizer do poeta encarna-se na comunhão poética.

Mas, em virtude de ser inexplicável (excepto por si mesma), a natureza da imagem não permite que se comunique (conceptualmente), se não por si própria – a imagem não explica, convida-nos a recriá-la (...) deste modo se transmutará o homem também em imagem, domínio de conciliação dos contrários.

Só assim poderá o homem reconciliar-se consigo próprio, tornando-se o outro de si (heterónimo). Esta faculdade de fazer do homem o outro de si, (que é ele mesmo), comum à alquimia, à magia e à religião, é que poderá dar sentido ao mundo, facultando ao homem o seu desejo de ser (ele próprio), aí residindo a consubstanciação da liberdade.

“A poesia coloca o homem fora de si e, simultaneamente, o faz regressar ao seu ser original: volta-o para si. O homem é a sua imagem: ele mesmo e aquele outro (...). A poesia é entrar no ser”, (PAZ, 1996: 50).

Se a realidade poética da imagem não pode aspirar à verdade (histórica), já que o poema não diz o que é mas o que poderia ser, transcendendo o reino do ser para dar acesso ao “impossível verosímil” de Aristóteles (PAZ,1996: 38), então o design, enquanto linguagem, também oscilará entre linguagem instrumental (mediador de convenções), e agente de produção do novo (poesia visual), propondo-se solucionar *poieticamente* o mundo através da conciliação dos contrários de que a própria disciplina é um enunciado exemplar²³. Este será, pois, o maior desafio e destino do design, desenhar através da poesia, ou seja, desenhar metáforas-soluções que não prescindem da forma enquanto valor em si mesmo, capaz por si própria de estabelecer com o outro, outras relações simbólicas supra-funcionais.

Como se pode explicar a beleza? Poder-se-á explicar a história do design e as suas metodologias, poder-se-á até compilar e analisar as figuras de estilo dos designers, mas nada disso será suficiente para produzir um Design historicamente necessário. Há um inalienável contributo do modo de fazer (do desenhar) que é de uma natureza distinta do verbalizar, que antecede o falar. Talvez por isso Lino Cabezas recomende que, em desenho, se faça investigação teórica depois da sua realização e não antes, reconhecendo um património inalienável no desenho que a teoria pode comprometer.

Representar (do lat. *re-praesente-are*) significa voltar a dar presença, como apresentar (do lat. *a-praesente-are*) significa tornar presente. Representar e apresentar declinam de uma origem comum que converge em presença e presente (do lat. praesentia, diz-se da “aparição dos deuses”; *praesens, êntis*, é o que “está à vista” ou que “assiste”, com origem em *praesum* ou seja o que “está à frente” a “presidir”). Representar invoca assim o ato de dar presença ao não-presente; através de um simulacro de substituição. A representação é por isso o simulacro da presençação ou da aparição. A diferença entre re-presentar (presentar dissimuladamente em vez do invocado) ou a-presentar (torná-lo presente, dar-lhe presença) é pois radical. Por isso as duas dimensões do desenho não poderão equivocar-se.

O desenho também pode ser representação do seu modelo, mas a sua maior importância não resulta do que representa (ou de quem representa no seu esforço de aparência) mas de como representa, isto é, da representação em si mesma, ou seja da apresentação de si enquanto registo gráfico, enquanto

finalidade, (enquanto desenho, enquanto forma) e, conseqentemente, conteúdo de verdade (Adorno). Nos desenhos rupestres identifica-se um modelo, mas a importância não estaria em si, mas no ato da sua invocação mítica; não se trataria de o representar, mas de lhe celebrar a presença, apresentando-o – a sobreposição de linhas e a descontextualização gráfica das figuras dão suporte à tese.

O mesmo se poderá dizer da escrita²⁴. Também ela tem essa duplicidade de formas: a da comum representação da prosa, cujo valor não está em si, mas na sua representada, ou da apresentação que é a da poesia, cujo valor reside em si mesma, assim encerrando também a oposição entre as dimensões ética (da representação) e estética (da apresentação). A apresentação da imagem pelo desenho, resulta da experiência estética do assombro. O assombro, como o grande espanto, é todo ele relativo aos sentidos (estético). Sinónimo gr. de êxtase e fantasma, a admiração do assombro revela tanto a inocência necessária à primordial experiência da beleza, como o desejo temeroso da sua repetição que justificará o ato poético de dar presença, de invocar a presença da beleza, quando confrontados com a sua ausência.

²⁴ Há 32.000 anos já o homem “apregafava” (tornava presente, apreendia, desenhando ou grafando) nas pedras e paredes de grutas europeias. Mas, só há um décimo desse tempo, foi criado no oriente médio o primeiro rudimento de alfabeto e só há uma centésima parte desse tempo se verificou a alfabetização dos povos pelos livros. Só na última sexta fração do tempo em que aprendemos a desenhar, o homem terá começado a pensar e a comunicar foneticamente. Neste acelerado processo de economia funcional do signo, que se verificou nos últimos 5.000 anos, o desenho foi substituído pela representação esquemática e depois sonora, até desaparecer na forma de sinal ou letra, assim se reduzindo toda a dimensão conotativa da imagem à estandardização fonética de sinais denotativos da linguagem funcional. Esta forma de oralidade, condicionou a forma da escrita e do pensamento, que recuperará pela imagem poética a ancestral tecnicidade primitiva da metáfora e que o desenho, como instrumento de desejo, vem novamente reclamar. Esta função mítica do desenho subjaze ao design, daqui se concluindo a urgência da sua dimensão estética.

Como reciclar a beleza historicamente alienada? Se também a beleza deve morrer (Schiller citado por Alberto Pimenta), o que fazer com a cadeira de Philippe Starck?

recordação de paris, 2015
dimensão/ editora kartell
workshop de intervenção sobre
cadeiras em policarbonato
desenhada em 2002
por philippe starck
lisboa, portugal

A cadeira Louis Ghost (2002) em policarbonato preto, invoca a história do neoclassicismo francês, citando a ideia de uma nova ordem burguesa por oposição ao barroco (do ancien regime), que a Kartell, com o desenho de Starck, popularizaram a baixo custo.

Uma beleza no entanto manchada pela memória da guilhotina que inexoravelmente matou tanto o acusado Luís XVI, como o seu acusador Robespierre. Que sirva pois como “recordação de Paris”.



Que forma atribuir ao discurso? Que Homem protagoniza essa forma? A forma como *decisão moral sobre a beleza* (Álvaro Lapa).

último ano em marienbad, 2011
cinco séculos de desenho
na coleção das belas artes
(exposição coletiva)
universidade do porto
museu soares dos reis
porto, portugal

Nascendo do fazer o desenho é um ato *poético* que se apresenta sob duas origens: antecipação funcional de uma causa e a consequência experiencial de uma vivência. Representa a poesia o que está em falta (tomando consciência), tornando presente o indizível (por via do inconsciente). Abstraído de qualquer propósito prático, o desenho é poesia visual (metáfora), procurando a forma que lhe garanta a liberdade.

A experiência da falta de beleza (constrangimento e morte) leva-me a convocá-la, a recriá-la sob a forma de poesia (beleza e liberdade), gerando duas formas poéticas distintas: a primeira catártica (vinda da experiência), a segunda sublimada (oriunda da representação).

Entendendo que todo o ser carece de forma, inferimos que a forma é a vida dos seres. Forma que está na origem do desenho (essência do design). O desenho representa a silhueta de cinco balaústres: três desenhados pela errância do risco (vida) contra os limites do escantilhão (forma); dois pelo negativo dos anteriores. Não há forma mais inanimada do que a dupla simetria de um balaústre, conformação da civilidade burguesa.

Fazemos a arte para consolo da alma ou para domínio social? A arte é assombro ou linguagem?



15. Da alma ou a poética do nada

A repercussão da imagem poética terá a sonoridade do ser, *suscitando a adesão das almas estranhas à sua criação*. Há na novidade inesperada da poesia, traduzida pelas suas imagens, uma atração que a psicologia e a psicanálise não explicam. Ainda que o poeta não nos confie o passado da imagem (...) a sua imagem enraíza-se, de imediato, em nós, tornando-se parte de cada um, revelando uma experiência que nunca teve lugar, mas que sentimos como nossa, uma experiência que nos revela e exalta enquanto ser.

Bachelard procura esclarecer pela filosofia o problema da imagem poética recorrendo à *fenomenologia da imaginação*, ou seja, quando *emerge na consciência como um produto da alma, do ser do homem tomado na sua atualidade*. O que quer isto dizer?

Na abordagem *fenomenológica* da poética, Bachelard²⁵ recorre a Minkowski para enunciar que “a *experiência da imagem poética não é causal* (...) *não é o eco de um passado (mas) inversamente, provoca o ressoar de um passado longínquo em ecos. Ela revela um ser próprio*”. Nesse sentido, a imagem poética repercute no futuro, não o passado histórico, mas o que o transcende: a essência da sua experiência, cuja atualidade não se perde, perpetuando-se pelos outros que se revêm (inconscientemente) nela. Mas como o fazer sem cair no senso comum? Como refere Bachelard “*por sua novidade, por sua atividade, a imagem poética tem um ser próprio, um dinamismo próprio. Ela advém de uma ontologia direta*”. Trata-se, portanto, de sentir o ser que a imagem poética convoca _ a *poesia é a casa do ser* (Heidegger).

Entendida como *anima*, a “alma” é a expressão da vida do ser; o ser tomado na sua atualidade é o ser no mundo (Heidegger²⁶), o ser-aí-no-mundo (dasein), ou ser ex-sistente — só o ser humano é capaz de questionar e compreender o ser, de ex-sistir. Existir (na oposição à essência), é ser no “ex”, no *fora*, no *ex-posto*, ou seja, expondo-se. O ser do homem pressupõe a sua exposição. Mas o que revela essa exposição? Segundo Heidegger, a linguagem da poesia, inversamente à da ciência e da tecnologia, desvela a verdade do ser (por processos não sempre conscientes), constituindo-se como domínio do ser.

Escreve Bachelard, citando Pierre Jean Jouve: “*A poesia é uma alma a inaugurar uma forma*”. *A alma inaugura (...) a forma, habita-a, deleita-se nela*.

Segundo Bachelard poderemos dizer que há na poética a exaltação de um sentido, que se autonomiza e comunica pela forma (a forma como conteúdo de verdade), esquecendo ou superando a sua origem histórica. Esse sentido anímico repercute sentimentos que estão em cada um de nós adormecidos ou ignorados, e que a poesia desperta. Se o funcionamento da poesia enquanto experiência de verdade, vem da essência da experiência humana, então, enquanto representação (ou exposição) vem da existência do seu autor.

Por isso a todo o design, enquanto manifestação humana de humanização, deverá ser solicitada essa dimensão poética de revelação da verdade, de atribuição de sentido junto do outro, produto da ponderação existencial do seu autor. Por isso a obra do designer japonês Kenya Hara é tão relevante.

A supressão de qualquer ornamento, como finalidade retórica que “*descartando o óbvio transforma o designer em poeta metafísico*”, é o *ethos* da contribuição do designer japonês Kenya Hara para a Muji, escreve Lee-Potter²⁷. Hara desenha objetos belos isentos de ornamento. Mas o que é a beleza para Hara? De que é feita essa intencionalidade simbólica que atribui unidade à sua obra? Hara responde com as suas intenções projetuais: procuro a “*paz dos sentidos*” no vazio, porque “*o vazio é mais rico do que o cheio*”, celebro a “*providência da natureza*”.

Toda a obra de Hara se poderia sintetizar numa palavra: “vazio” (culto do vazio). Escreve Lee-Potter citando-o: “*o vazio _ independentemente de quem e como o usa _ é a derradeira perseguição da liberdade*”, porque quando um objeto está vazio, pode receber qualquer significado.

Para ilustrar esta ideia que reconhece como paradigma cultural de oposição entre Oriente e Ocidente, Hara recorre ao exemplo comparativo de duas facas²⁸: a alemã Henckels e a japonesa Yanagiba.

Se a faca Henckels é simples, a Yanagiba é vazia. As relações que implicam no seu uso são muito diferentes. Enquanto a Henckels prediz um modo (e uma mão) de uso, a Yanagiba deixa ao utilizador a liberdade de aprendizagem e aptidão, estabelecendo uma relação de aprendizagem e não de subjugação funcional. Este exemplo é também a alegoria que opõe duas estéticas: uma *ergonómica minimal* (ou funcionalista, cuja forma é prescritiva do uso), outra *construtiva primitiva* (ou iniciática, cuja forma cega, implica aprendizagem)²⁹. Se na essência da primeira está a funcionalização do utilizador, na essência da segunda está o respeito pela sua autonomia e liberdade. Não se trata, por isso, de uma decisão sobre o estilo, mas da decisão moral sobre o desempenho. Na oposição identificada por Hara, de uma estética organicista (ergonómica) contra outra inorgânica (primitiva), encontramos invocadas as ideias de Worringer³⁰.

Para Worringer, a arte divide-se entre a que resulta do impulso da “abstração” (inorgânica), associada a uma visão primitiva do mundo, geométrica e expressionista _ resultante da defesa do Homem contra a ameaça exterior (natureza, história) _ e a que resulta do impulso de “empatia” (organicista), associada ao realismo da arte europeia pós Renascimento _ denotando o domínio humano e tecnológico da natureza³¹.

Se a *empatia*, menos crítica e racionalizada do que a abstração, é expressão de domínio funcional, a abstração é expressão da resistência mental à ameaça da sua reificação.

²⁸ A faca alemã Henckels, é um qual cado artefacto desenhado com ergonomia. No seu punho, as depressões e o material, localizam a posição da mão do utilizador, condicionando-a. A faca Yanagiba, é um qualificado artefacto desenhado sob os predicados da cultura tradicional japonesa, caracterizada pelo máximo respeito pelos materiais e economia da forma. O seu punho liso e cilíndrico, parece contrariar o princípio ergonómico da alemã Henckels. Embora genericamente semelhantes e com o mesmo tamanho, são radicalmente diferentes, como afirma Hara: se a faca Henckels é simples, a Yanagiba é vazia.

²⁹ Também poderíamos designar por aristotélica à primeira e platónica à segunda.

³⁰ Wilhelm Worringer, pensador alemão do início do séc. XX, que defendeu tese de doutoramento sobre interpretação psicológica da arte pela teoria da *Abstração e Empatia* (*Abstraktion und Einfühlung*), em 1908. Worringer, Wilhelm (1908). *Abstraktion und Einfühlung. Ein Beitrag zur Stilpsychologie*. München, ed. Piper & Co.

³¹ A que erradamente se vê por vezes associado o termo “naturalismo”.

²⁵ Bachelard, Gaston (2008, 2ª edição). *A Poética do espaço*. São Paulo, ed. Martins Fontes.

²⁶ Heidegger, Martin (1927). *Sein und Zeit*. Heidegger, Martin (2009). *Ser e Tempo* (volumes 1 e 2). Brasília, Editora Vozes.

²⁷ Entrevista de Charlie Lee-Potter a Kenya Hara “*Discutir o design com Kenya Hara*” in *Cerial* (In www.readcereal.com/kenya-hara/ página consultada em 2 setembro 2016), tradução do inglês por Lígia Afreixo.

³² “Os designers precisam de saber qual o seu tipo de gosto. Se não apregoarem, antes de mais, as suas cores a si mesmos, então, nem eles nem o mundo poderão saber quem são enquanto criadores (...). Com o tempo e a experiência (o meu design) transformou-se em objetos vazios (...), as cores que apregoo estão-se a transformar em branco sem inscrições”.

Para Hara, *o poder do design está na recetividade que pode conter a diversidade das ideias humanas* (assim justificando a pertinência do “vazio” que imprime aos seus projetos, enquanto espaço de relação e respeito pelo outro). Mas por outro lado ele exalta a necessidade de identidade cultural³² e autonomia de cada designer. “*Com o tempo e a experiência* (o meu design) *transformou-se em objetos vazios (...), as cores que apregoo estão-se a transformar em branco sem inscrições*”.

O pensamento de Hara fundamenta a importância poética da retórica morfológica, não tanto enquanto manifestação volúvel de estilo, mas como resposta estética (filosófica) ao tempo e ao mundo. Esta resposta deverá, no entanto, exprimir a cultura do seu autor. “*Não existe esta coisa de cultura global. Cultura, é acerca de coisas*

maravilhosas que florescem no sítio onde nascemos. (...) Se a Muji tivesse nascido na Alemanha teria sido outra coisa”.

Mas o impacto cultural da tradição não se esgota na reprodução do antigo, constituindo importante recurso para o futuro. “*Como se pode falar de progresso quando chineses, italianos e australianos comem a mesma coisa?*”, pergunta-se Kenya Hara.

Mas Hara vai mais longe, defendendo que, para além da alienação social, das mudanças climáticas, das migrações e da poluição ambiental, há um denominador comum de experiência e aspiração humana à partilha (que designa por “superfície”), que poderá constituir fator de mudança e bem comum, acessível ao Design. “*Mesmo quando os sistemas económicos ou culturais são diferentes, eu acredito que, enquanto humanos, (...) se pudéssemos lembrar a humanidade*

desta (experiência) partilhada (...), talvez o mundo pudesse vir a ser uno”.

Por isso refere que “*o papel do design não será o de surpreender ou desenhar a atenção romanceada das pessoas*”, (mas) *dar à humanidade a oportunidade de comunicar* (pôr em comum) *a esperança acumulada ao longo dos tempos, que se encontra escondida em toda a espécie de manifestações culturais*. Será o ato de tocar esta experiência partilhada da humanidade, que levará à compreensão do mundo e à paz dos sentidos.

No termo da entrevista, à pergunta de Lee-Potter sobre que objeto de design elegeria, Kenya Hara responde com todo o sentido: o *oniguir*³³. Nesta visão do Design, defende-se a relevância das coisas importantes (como a comida), mas realizadas a partir do conhecimento local,

que vem de longe e cuja interpretação poderá trazer relevantes contributos para o futuro. Nesse sentido enaltece-se a relevância da identidade cultural como recurso a partilhar com o mundo, como fator poético (criativo) de interpretação estética e ética sobre a missão de cada um na construção do futuro.

Assim, para Kenya Hara fazer design não é simplesmente desenhar mercadorias, mas desenhá-las de modo a que contribuam para a unidade do mundo, para a *paz dos sentidos*; no seu caso pela *retórica do vazio*, como grande meio para a liberdade, que é condição de ser.

³³ *Oniguir* _ bolinho de arroz cozido a vapor, gentilmente moldado a uma forma que leva no seu interior um ingrediente ácido ou picante chamado “gu” (como um picle de ameixa ou um pedacinho de salmão salgado) _ explica Kenya Hara na entrevista de Charlie Lee-Potter (2016), “Discutir o design com Kenya Hara”.

Que Homem desenha o teu desenho? O desenho dos artefactos implica o desenho da sua utilização e, conseqüentemente, dos seus utilizadores.

troféu bid, 2015
bienal iberoamericana de design
madrid, espanha

Manifesto de uma reflexão em torno do atual significado de Design, partindo da sequência de troféus anteriormente desenhados para os prémios BID, a forma do troféu (*malga galega*), apresenta-se como uma metáfora sobre os desígnios da construção de significados para a vida, através do design.

Dito assim, o design contribuirá para a sobrevivência económica, social e cultural das comunidades.



Como intervir mantendo-se invisível? A invisibilidade como retórica estética do vazio em design.

vitruvas museu municipal de espinho, 2015
antiga fábrica brandão gomes
câmara municipal de espinho
espinho, portugal

Sob o princípio da maior simplicidade morfológica, construtiva e retórica, as vitruvas para o centro de interpretação do Museu de Espinho, construídas por fixação direta dos planos de vidro à mesa interior de suporte expositivo (em aço), apresentam-se como simples caixa de vidro. No seu interior, uma bateria de lâmpadas fluorescentes flutua autónoma, sem esconder a tecnologia. Mais do que simplicidade, o design procura invisibilidade, ou melhor, a visibilidade da estética do vazio.



Como expor objetos num espaço saturado (por ornamentos dourados e paredes esculpidas com representações épicas)? Construindo barreiras brancas em tela, suporte a breves inscrições (identificando e acolhendo as peças exibidas), sob uma enorme expressão de vazio.

the experience of being by paredes, 2015
em colaboração com sete pés art on chairs, 2014/2015
câmara municipal de paredes pequim, china

“Experiência do ser” designa a exposição de produtos de mobiliário em madeira, realizados pelas indústrias de Paredes no âmbito do projeto Art on Chairs e exibidos na Beijing Design Week (2016).

O testemunho da experiência do ser, escapando à condenação do ter, revela o nada (ou quase nada) de objetos criados na surdina do desenho dos seus autores à procura dos seus próprios significados.



Conclusão

Embora o presente texto não se pretenda conclusivo, desejamos observar neste último capítulo o alinhamento crítico de algumas das teses inscritas no seu texto, na perspetiva de que emergjam e contribuam como investigação científica, do e para o projeto em design. Nesse sentido adotámos a forma de enunciado aforístico (com economia de meios retóricos), partindo de proposições fundadas criticamente no próprio projeto.

Sobre a tese de que há uma diferença essencial entre arte e design, *que passa pela apropriação estética do feio na arte e pela sua negação no design, mais interessado numa estética da receção* _ fundada quer na redenção do belo pelo redesenho do feio, quer na reificação do destinatário pela instrumentalização do consumo _, diríamos que o design ambiciona a *estética da mediação* (e não da receção como o faz a comunicação

publicitária), recorrendo à poesia como ignição do sentir e fazer poesia.

O belo em design não se apresentará pela persuasão, envolvimento e neutralização do outro (fazendo do outro um recetor), mas propondo-lhe sentidos com os quais, e por alteridade, construirá novos significados. Por isso resistimos ao *design de serviços do design social*, estruturado pela urgência ativa da intervenção social e política, dirigida à sustentabilidade ecológica, esquecendo a sua raiz criativa de metáfora poética, para se implementar como uma engenharia social. O design da poética nem se coloca na receção persuasiva (do mercado), nem na eficiência dos meios requeridos (tecnologia), mas na natureza cultural da mediação (pela autoria).

Assim, contrapondo a tese de que em design de comunicação o significado seja produzido na receção, reconhece-se uma contradição radical entre duas atitudes do designer (e do design): uma funcional e comunicativa, que, com origem no *consciente*, pretende comunicar significados; outra poética que, com origem no *inconsciente* (alma), pretende comunicar sentidos (por vezes enigmáticos, obscuros ou mesmo opacos). Isto é, “o designer desenha sentidos aos quais o leitor atribuirá significados”. Não caberá, por isso, ao designer desenhar significados (tarefa que cabe ao outro, no processo comunicativo da receção).

O significado diferenciar-se-á entre enunciação semântica (significado “dicionarizado”) e enunciação em contexto (produção de significado em relação), sendo que o segundo é o que nos interessa, do qual resulta a interação com os públicos, fazendo deles parceiros na construção da obra (aberta). Daí resultará

o papel social da poesia (design), enquanto agente de produção e comunicação de conhecimento. Este ponto é extremamente sensível dada a sua proximidade à instrumentalização demagógica da dominação social pelo design.

A significação identitária, por exemplo, é dinâmica pela relação que propõe entre um passado cultural herdado e socialmente reconhecido, e a construção de um novo futuro, que realizará tanto pela denotação semântica como, sobretudo, pela conotação da sintaxe morfológica, ou seja, pela forma (estrutura da forma).

A poesia é forma. Forma que resulta de uma “ex-sistência” e que produz uma certa experiência. Por isso toda a forma poética manifesta uma intenção, que é, em si mesma, conteúdo de verdade; ou seja, *o contentor é já conteúdo*. Pergunta-se, por isso, o designer: que forma atribuir ao conteúdo que, como designer, me pedem para comunicar? E ainda: como conceber essa forma?

Sobre a tese de que tanto em poesia como em design, a forma enquanto conteúdo de verdade (Adorno), pressupõe uma intencionalidade (objetiva), um agenciamento. Questiona-se, pois, nesse caso, que forma poderá garantir a liberdade do utilizador do design?

Para além da intensão primeira do desenho da forma (prática), verifica-se na cultura do design (ou pelo menos naquele oriundo da formação artística nas belas artes) uma segunda intenção (estética), que poderá mesmo questionar a primeira, sobre a finalidade dos seus esforços de forma.

Que Homem desenha o teu design? Independentemente da persuasão ao uso, à compra ou à apropriação

(estética da receção), a forma do design poderá constituir motivo de reflexão (ou de questionamento) assim ocupando o espaço anteriormente exclusivo da filosofia (Teresa Cruz). Esta será a estética do design, uma estética da mediação (que se coloca no “entre” e não na conclusão), porque lhe interessa mais a outro em si mesmo do que a sua manipulação e apropriação.

A questão “Como desenhar o design?”, parece enunciar a proposição de uma ciência poética, respondendo: empírica e experimentalmente, “Pela criação” _ embora paradoxalmente a ciência seja universal e a poesia particular, a *ciência poética* só se realiza “fazendo”; por isso o projeto em design só se desenvolve para além do enunciado, quando se começa a desenhar. Mas esta forma (poética), na verdade, só cumpre o seu papel “revelador” (da verdade) ou “transformador” (social), se for interpretada pelos indivíduos sociais, o que pressupõe o seu envolvimento comunicativo. Porém, ao recorrer ao estereótipo para que seja compreendida, a poesia perderá todo o seu potencial enigmático (simbólica) de polissemia e abertura ao novo.

Poderemos admitir um design sem poesia, mas, nesse caso, ou resultará numa engenharia social (*ecodesign* ou inovação social de E. Manzini), ou na reificação social pelo consumo (*biodesign*, exaltação da economia de mercado, proferida por Di Bartolo). O design da poesia constitui a terceira via do *metadesign* que convoca o Homem para a superação da sua história através da experiência da beleza (experiência estética). Se queremos respeitar a humanidade do Homem, não haverá outra saída.

Mas ainda sobre a inexorável dependência do design a uma forma (condição dos seres vivos) perguntar-se-á: o design é linguagem ou epifania? É sistema produtivo ou questionamento? Resposta ou pergunta?

A poesia tudo sacrifica à beleza, porque não quer ou não pode morrer. Mas ao escrever, o poeta suspende a vida, esquecendo o objeto dos seus esforços, experimentando, por isso, morrer para a vida. A missão poética será o resultado imperativo de quem viu a vida (epifania que o faz alhear-se da morte?), ou a condição de quem, não querendo morrer, a convoca a todo o custo? Uma consequência ou uma antecedência?

Entre a *dimensão polissémica da linguagem* poética do design e a sua *fixação em referentes identificáveis*, há uma distância que Alberto Pimenta acentua e ilustra, opondo *poesia* e *social*, como duas classes complementares inconciliáveis. A poesia vive para o social, mas não há nada de social na poesia; o social é coletivo e a poesia individual. Os interesses da poesia esbarram na lei, na ordem e na inevitável defesa de interesses maioritários, defendidos pelo grupo. A poesia, pelo contrário, não se justifica pela maioria, mas pela pertinência existencial, pelo desejo.

Abre-se a oposição entre ética (social) e moral (poética), mas tratando as relações que contemporaneamente se têm estabelecido entre a sociologia e o design, nomeadamente sob o tema dos contributos do design para a *inovação social* (com E. Manzini) ou mesmo sobre a emergência de um *design social* (F. Alastair).

Encontramos nos primeiros versos da poesia *O Poeta e o social*³⁴ de Alberto Pimenta, a precisão do seu enunciado: (se) *o poeta pergunta, mesmo quando*

responde, o social responde, mesmo quando pergunta.

Isto é, há entre o poeta e o social uma divergência radical, já que o segundo deseja concluir, sentenciando a verdade, enquanto que o primeiro duvida de si, mesmo quando afirma. Transpondo o princípio para os domínios do Design, e considerando como possíveis os três domínios da investigação em design (pela engenharia *biodesign*, pela sociologia *ecodesign*, e pela arte *metadesign*), reconhecemos na oposição entre poesia e social, a mesma raiz que opõe Design poético (*metadesign*) ao Design social (*ecodesign*).

Esta circunstância repercute-se na paradoxal ambição ontológica do design, já que o design vive para o social, mas não o poderá fazer segundo as suas próprias regras, sob pena de perder o seu significado e, consequentemente, a sua relevância. A poesia contraria a ordem do social constituindo-se como reserva moral, como abertura à sua própria superação. Se o social deseja o poder e a ordem da sua estabilidade, a poesia produz pela instabilidade, a condição de abertura à inovação. Por isso escreve Pimenta no 35º verso do mesmo poema já referido: *quando o social é o estável efêmero, o poeta é o instável eterno.*

A humanização do design que urge, é a de um design operado em nome próprio, a partir da singularidade da experiência existencial do seu autor e, consequentemente, de raiz poética, distanciando-se de todo o universalismo. Esta será a condição e contributo da poesia para o social, porque, *quando já morreu a chama do social* (e assim termina o poema de Pimenta), *o poeta renasce das próprias cinzas.*

Regressando à questão do design enquanto linguagem (toda a linguagem é um instrumento de identidade e de poder), se é certo que a poesia não pode morrer na estabilidade da forma, é pela sintaxe do estilo que cumprirá o seu desígnio, a forma com que in-formará hoje o futuro, ou seja, a tal *revelação* ou *antecipação de vida*.

O design não é linguagem, mas serve-se da forma para antecipar e desenhar o futuro.

Esse *dizer* ou prescrever o futuro, esse *dizer* o que ainda não há (Francisco de Holanda), decorre da interação com o presente, aferido pelo desejo do autor, revestindo-se da duplicidade simbólica do desenho, produzido entre o conhecido (testemunhal) e o desconhecido (enigmático). Ou seja, entre aquilo que quer dizer e aquilo que sente mas *não sabe dizer*.

Há, por isso, na poesia e no design, um propósito de dizer o *indizível*. Mas ao fazê-lo e para não o eliminar (ao tornar dizível o indizível estaria o design a destruí-lo), não o poderá senão apresentar. Quer isto dizer que será o *indizível* quem fala, não o poeta _ *é a fala que fala no homem*, não o homem (Heidegger); por isso caberá ao design não representar, mas apresentar.

É pelo radicalismo desse *apresentar* (ou tornar presente), que se justifica a tendência do Design Poético para dizer *nada*, ou *quase nada*, expressão de sinceridade minimalista, que resulta da impossibilidade de promessa ao confrontar-se com o vazio interior (condição necessária à compreensão da vida em si mesma). A poesia diz nada para que o leitor possa experimentar a sua própria vida. O nada será também e por isso mesmo, uma manifestação de respeito pelo outro.

Como refere Irene Ramalho no texto “A poesia e nós”, citando o poeta-filósofo Vítor Matos e Sá: “em si mesma, a poesia nada diz. (...) É nesse não-dizer que se diz o poema, é nesse não-dizer que se funda a poesia” (... mas) quem lhe empresta a voz é um ser humano (social e político, ... por isso) recorda Sophia de Mello Breyner:

“Sabemos que a vida não é uma coisa e a poesia outra. Sabemos que a política não é uma coisa e a poesia outra. Procuramos o coincidir do estar e do ser. Procurar a inteireza do estar na terra é a busca da poesia” (ANDRESEN, 1977, P. 78).

Há uma diferença entre ser e estar que a poesia reconcilia (quer reconciliar), através da tal “inteireza de estar na terra”, constituindo a tarefa do autor designer. Deduz a este respeito Joana Quental: “a poesia/obra/design *dirá* sobre o seu autor e sobre esta sua procura; sobre a maneira como o objeto *não-diz* – desde que haja um outro (por alteridade) disponível para interpretar e acolher”. O design *não-diz*, porque ao dizê-lo impor-se-á ao outro excluindo-o da produção de significado, coisificando-o por isso. Assim, a poesia não poderá dizer o *indizível*, não poderá representá-lo, mas somente torná-lo presente.

Este *procurar a inteireza do estar na terra* (ou seja, a poesia), implicará a conciliação do físico com o metafísico, do passado com o futuro, do documental com o enigmático, do desejo com o possível, que se traduz na concretização das respostas reais do design, assim se distanciando da arte. Tomemos, pois, como verdade que a poesia deixa o dizível para a prosa, mas também não diz o indizível, *apresenta-o*; assim também o design poético não representa, mas apresenta. Mas o que *a-presenta* afinal o design?

³⁴ PIMENTA, Alberto. *O Poeta e o social, 40 teses seguidas de exercício (para mestres e mestrandos)*, in Revista Crítica de Ciências Sociais, nº 47, fevereiro de 1997 (pp. 91-92).

Anexos

Do ilimitado formalismo ao nihilismo romântico

Alain Badiou³⁵ (2003) ao refletir sobre a Arte contemporânea³⁶, enuncia o seu pensamento estruturado em 12 teses³⁷ que formam uma aproximação ao fenómeno contemporâneo da Arte, também declinável para a atual produção do Design. Na sua 10ª tese, Badiou opõe a arte à globalização, demonstrando a impossibilidade da ligação entre o imperialismo (globalização) e a arte (ainda que universal) pela seguinte proposição:

se o imperialismo tudo torna possível (ilimitado formalismo), também não admite nada para além de si mesmo (nihilismo romântico), assim gerando a impossibilidade da possibilidade, caracterizada pelo fenómeno artístico contemporâneo polarizado entre formalismo e romantismo.

No entanto Badiou, reclamando a possibilidade (da Arte) na impossibilidade (da globalização)³⁸, convocará o exercício de resistência à globalização (ainda que correndo o risco da sua rápida integração comercial). Nesse mesmo texto, Badiou questiona-se sobre os efeitos da prática criativa do autor, se ao apresentar ao mundo renovados motivos de genuína originalidade e novidade, não estará a contribuir para a aceleração da sua própria reificação, integrando a lógica de domínio capitalista com uma renovada oferta de produtos consumíveis. Por esse motivo admite que, no maior esforço de resistência à sua reificação, deverá a forma da Arte (e do Design) resistir à sua eterna mutação, permanecendo igual a si própria e, assim, evitando a alienação pelo novo adquirido, opondo o permanente à novidade da moda.

Neste processo de integração, holisticamente organizada a partir da totalidade em que a cultura do design se encontra hoje, a universalidade dos acessos constituirá o mais importante contributo para a representação da globalização.

A funcionalização universalmente normalizada dos sistemas de acesso, materializam (na autoestrada da informação) a imagem imperial da globalização. Podemos dizer que são úteis, confortáveis, fáceis, etc., ou como diz Rentes de Carvalho, que são analgésicas, retirando-nos a capacidade de refletir, conduzindo-nos suave e letargicamente para a alienação do sistema. Nessa representação imperial (BADIOU, 2003) as cidades revelam-se hoje massificadamente “formalistas” e internacionalmente normalizadas, assim reproduzindo no seu interior, o nihilismo romântico, como impotente alternativa de afirmação autoral da diferença. Na medida em que a comunicação unifica o império e as suas manifestações estéticas, fazendo predominar a semelhança, também se tornará mais evidente a subtilidade da diferença que, inevitavelmente, emergirá em cada geografia.

In-formar para con-formar a sociedade

Se não há Desenho que não tenha origem no Desejo, nem Desenho que não convoque um Designio, ao Design enquanto mediação cultural entre pessoas e organizações, caberá refletir sobre a natureza da sua forma na representação do mundo; pela sua desconstrução ontológica radicada no desenho, consideram-se aqui três géneses possíveis: a do desejo, a do desenho e a do designio.

Se para Žižek a Arte nasce da necessidade de persuasão sexual, também para a psicologia a Arte foi entendida como sublimação socialmente produtiva das frustrações individuais, constituindo-se como esforço para conquistar a aceitação social. O Desejo como determinação biológica (fusão entre natural e artificial), concilia memória e construção, justificando a produção artística do belo, com a finalidade da sua integração na comunidade. Mas para Badiou, pelo contrário, o artista extingue-se onde começa a obra, autocondenando-se a desaparecer como se fosse o agente sacrificial da sua produção estética — a obra fica e o autor desaparece. O Desenho como produção de sentido (entre o absurdo e a contingência), concilia a memória com o designio. Peter Zumthor refere-se à Arte como transformação do feio em beleza, como meio de purificação (catarse) para (re)construir a presença, tornando presente o que está em falta e assim impondo um designio ao nada.

Talvez por isso e na mesma linha, Beckett reconheça a Arte como apoteose da solidão. No entanto, e ao ouvir depoimentos de Klee e Lapa, a Arte surge como meio catalisador do que não está disponível (à vista),

constituindo um meio de conhecimento de si próprio e do mundo que, ao mentir, revela a verdade. O Designio como revelação do habitado (desconhecido), concilia a memória com o acaso. Também para Duchamp e Beuys a Arte é entendida como revelação do não consciente que, recuperando a liberdade como condição ontológica, centrar-se-á no indivíduo dando visibilidade ao indisponível, assim atribuindo forma ao ser.

Na cosmologia da representação universal do Design, observamos distintas intenções técnicas desde a persuasão biológica do desejo, à construção de novos sentidos na interação com o mundo, até à antecipação da sua revelação catalisadora. Ainda que *falhando cada vez melhor* (Beckett) e porque o erro é afinal a grande porta para a inovação, será falhando que se avança para além da indiferença. Este tem sido o programa poético que subjaz à narrativa design que tenho procurado no meu trabalho ao longo dos últimos anos: contribuir com *um design lacónico para a construção de um mundo menos cínico*.

Práticas do conhecimento em design

No esclarecimento sobre a produção e transmissão de conhecimento na prática educativa do design na Universidade de Aveiro, reconhece-se que se no 1º ciclo da licenciatura é suposto que o projeto demonstre o domínio sobre o processo metodológico e no 2º ciclo do mestrado apresente dissertação mostrando conhecer, com autonomia de investigação, o estado da arte da disciplina, e no 3º ciclo, ao desenvolver tese de doutoramento, desenvolva novos domínios de conhecimento à disciplina. Ora, a criação de novos domínios é sempre de natureza poética e autoral, como vimos, quer como ato de eclosão, quer como novo território conquistado e a partir daí acedido.

No entanto, verifica-se também que na reflexão crítica do design enquanto meio de inovação para a criação de novas soluções, os modelos de suporte disponíveis à sua prática, revelam o peso da convencionalidade, limitando essa ambição (PROVIDÊNCIA / FERREIRA). O provincianismo está, por um lado na baixa resistência crítica aos discursos dominantes, por outro na oferta sacrificial da periferia em benefício da hegemonia central justificada pela ideia de cosmopolitismo.

Rentes de Carvalho³⁹, ao responder a uma jornalista que pretendia valorizar elogiosamente a dimensão cosmopolita do autor emigrado (preferindo viver num país mais desenvolvido quando comparado com a ruralidade nacional), retorquiu:

“É curioso que onde você vê distanciamento, vejo eu pertença (...) à língua e à terra em que nasci. (...) Faço ainda objeção ao qualificativo de cosmopolita (...) o cosmopolita, sentindo-se à vontade em toda a parte, não pertence de facto a parte nenhuma (...) comigo dá-se o contrário. Eu intensamente pertença (...) aos lugares onde sinto ser da casa”. (CARVALHO, 2001: s/p)

Esta será, porventura, a diferença entre os não lugares cosmopolitas e universais (AUGÉ, 2006)⁴⁰ e os lugares memórias, lugares afetos que nos fazem desejar regressar, que nos prendem à realidade. A viagem é impossível quando o lugar não existe, quando o espaço é indefinido, quando o passado se confunde com o presente e o futuro. Só as palavras poderão conter e mostrar o sentido (AUGÉ, 2006).

O desenho, entendido como mediação cultural, poderá cumprir com este designio de apropriação do lugar, adotando-o, tomando-o como seu, fecundando-o, fundando pertença e, conseqüentemente, desenhando identidade. Se a ciência (e a academia) procuram a universalidade do discurso do conhecimento, a cultura procura a localidade do discurso da verdade, indissociável da dimensão simbólica atribuída.

Notas (anexos)

³⁵ Alain Badiou, filósofo e novelista francês de origem marroquina (Rabat 1937), é conhecido pelo intervencionismo de esquerda que mantém desde a sua participação na revolta de Maio de 68. Influenciado por Louis Althusser, por Jean-Paul Sartre e pelo psicanalista Jacques Lacan, Badiou, ao questionar a metafísica clássica, não prescinde da verdade enquanto categoria prática e teórica. Crítico violento das democracias liberais e dos direitos humanos, denuncia as atuais políticas ocidentais como “festim ideológico que sustenta o capitalismo”. Na obra *O ser e o evento*, defende a matemática como a verdadeira ontologia, ou “ciência do ser enquanto ser”.

³⁶ BADIOU, Alain, 2003. Fifteen Thesis on Contemporary Art. Laonian Ink 22, Available at: <http://www.lacan.com/frameXXIII7.htm> (Accessed 28 March 2010) Art: Mark Lombardi, George W. Bush, Harken Energy and Jackson Stephens c. 1979-90, fifth version, 1999, courtesy of Independent Curators international, NYC.

³⁷ As doze teses de Badiou, tendo sofrido aglutinações e acréscimos, resultaram nas seguinte nove afirmações: 1. Inversão da contradição entre a infinitude do desejo pelo finito corpo sexual; 2. Superação da globalização económica pela universalidade da arte fundada na verdade; 3. _ De que natureza é a verdade “aesthetica” da arte? 4. Rejeição crítica à tentação da obra de arte total; 5/8. _ Mas o que significa criar novas formas? 6/7. Persiste a questão de perceber qual é, afinal, o objecto da arte? 10/11. A impossibilidade da possibilidade caracteriza o fenómeno artístico contemporâneo, polarizado entre Romantismo e Formalismo; 12. Tese poética, ou demonstração da criação artística; 13. Conclusão: a relação entre a humanidade e a arte, poderá traduzir-se na relação entre a criação artística e a liberdade.

³⁸ Se pela ação centrífuga tudo é possível no Império, porque o poder dominante congrega em si todo o mundo diluindo os limites da possibilidade, pela ação centrípeta também se verifica que no Império nada mais é possível, para além de si próprio. Conseqüentemente o Império é o domínio do ilimitado formalismo, tanto quanto do niilismo romântico, confrontado com a impossibilidade de existência para além de si.

³⁹ “É curioso que onde você vê distanciamento, vejo eu pertença. Escrevo da maneira e com o sentimento que escrevo, não por estar longe, mas porque me sinto e sempre senti intimamente preso ao povo, à língua e a terra em que nasci. Claro que posso estar errado, mas aquilo que você chama distanciamento crítico e estético, talvez exprima antes a sua surpresa, pois é razoável que com meio século de ausência ninguém espere que haja na Holanda um maduro a escrever sobre Trás-os-Montes com carinho, com respeito, e em Português de lei. Faço ainda objeção ao qualificativo de cosmopolita. No uso corrente a palavra tem um cheirinho desagradável a *snobismo*. Para mim, o cosmopolita, sentindo-se à vontade em toda a parte, não pertence de facto a parte nenhuma, observa tudo a partir da distante e indiferente altura em que se coloca. Ora comigo dá-se o contrário. Eu intensamente pertença ao Nordeste transmontano, ao Porto, a Gaia, a Amsterdão, enfim, aos lugares onde sinto ser da casa.”

⁴⁰ Marc Augé, o antropólogo e autor de *Não lugares*, é diretor de estudos “Lógica simbólica e ideologia” na École des Hautes, Études en Sciences Sociales em Paris e Presidente da mesma entre 1985 e 1995. Os não-lugares, esses espaços de anonimato que acolhem indivíduos cada vez mais numerosos, são o objeto de uma antropologia da sobre modernidade, abrindo perspetivas que nos introduzem ao que se poderia designar por uma etnologia da solidão.

Bibliografia e autores de referência

- BRANCO, Vasco (2010). *O ID+ no quadro da investigação em Design em Portugal*, 2nd International Forum of Design as a Process, Opening. Aveiro: 28 a 20 Outubro, 2010.
- BRANZI, Andrea (1997). *Weak and Diffuse Modernity: The World of Projects at the beginning of the 21st Century*. Paris: ed. Skira Architecture Library S.. ISBN-10: 290657161X / ISBN-13: 978-2906571617
- BRANZI, Andrea (2006). *Modernità debole e diffusa: il mondo del projectto all'inizio de XXI secolo*. Milão: ed. Skira.
- BRUSATIN, Manlio (1992). *Desenho / Projecto* (Capítulo in Enciclopédia Einaudi. Volume 25: Criatividade / Visão) Lisboa: ed. Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- BÜRDEK, Bernhard E (2006). *História, teoria e prática do design de produtos* (tradução de Freddy Van Camp). São Paulo, ed. Editora Edgard Blücher Ltda. ISBN 85-212-0375-6
- CABRAL, Maria Manuela (2002). *Como abordar... o texto poético*. Porto, ed. Areal editores. ISBN972-627-640-3
- CALVINO, Italo (1998, 3ª edição). *Seis propostas para o próximo milénio* (tradução de José Colaço Barreiros). Lisboa: ed. Teorema, Lisboa. ISBN 972-695-354-5
- CARDOSO, Rafael (2011). *Design para um mundo complexo*. S. Paulo: ed. Cosacnaify. ISBN 978-85-405-0098-3
- CARNEIRO, Alberto (2001). *O desenho, projecto da pessoa*, in ARAÚJO, Helena Costa, CORREIA, José Alberto, PACHECO, Natércia, ALÍRIO, Emília, LEITE, Elvira (2001). *Os desenhos do desenho, nas novas perspectivas sobre ensino artístico* (actas do seminário). Porto, ed. Faculdade de Psicologia de Ciências da Educação da Universidade do Porto.
- CARVALHO, Rentes (2001). *“Por amor de Deus não leia”*. In Index, nº19 Setembro 2001 <http://www.trasosmontes.com/eitofora/numero19/index.html> (consultado em 01.10.2001)
- COSTA, Alexandre Alves (1990). *Álvaro Siza* (catálogo da exposição do Arquitecto Álvaro Siza). Paris, Centro Georges Pompidou.
- COSTA, Rui Carlos (2006). *Investigação em / por design*. Porto: Universidade do Porto, Faculdade de Belas Artes (defesa de dissertação de mestrado).
- COSTA, Rui Carlos (2014). *O desenho da comunicação como conhecimento*. Aveiro: Universidade de Aveiro, Departamento de Comunicação e Arte (defesa de tese de doutoramento).
- DAMÁSIO, António (2006). *Comunicação sobre educação pela arte*. Lisboa: Conferência Mundial de Educação Artística, Unesco. In TAYLOR, Cíntia. *Ninguém sabe desenhar o sol*. Porto: Pontos nos Il, (revista mensal de política educativa, ano 1, nº 4, Abril 2006), edição nº 5858 do Jornal Público, 2006.
- DAMÁSIO, António (2007). *Inteligência emocional*. Porto: Jornal de Notícias (sociedade e vida), 26 Março de 2007.
- DELEUZE, Gilles, PARNET, Claire (1996). *Dialogues*. Paris: ed. Flammarion.
- DUCHAMP, Marcel (2010). *Cartas sobre el arte 1916-1956, seguido de El acto creativo*. Barcelona: ed. Elba. p.63. ISBN 978-84-938034-6-9
- DUCHAMP, Marcel (1957). *The Creative Act*, (texto proferido em Houston, no encontro da American Federation of the Arts, em Abril de 1957, traduzido por Isabel Parda); In Digital Arts Institute, www.digitalartsinstitute.com/ducham (19.10.2007).
- DURAS, Marguerite Duras (1987). *A vida material* (tradução de Tereza Coelho). Lisboa: ed. Difel difusão editorial.
- ECO, Umberto (2007). *História do Feio*. Lisboa ed. Difel. ISBN: 9789722908542
- ESPINOSA, Ética de Espinosa, livro 3 citado por Clément, É., Demonque, C.,
- Hansen-Love, L., Kahn, P. (1997). *Dicionário prático de filosofia*. Lisboa: ed. Terramar. p.93. ISBN 972-710-141-0
- EVAMY, Michae (2003). *Um Mundo Sim Palavras*. Barcelona: ed. Index Books SL. ISBN 84-89994-65-X
- FLUSSER, Vilém (2010). *Uma Filosofia do Design: A Forma das Coisas*, (tradução de Sandra Escobar). Lisboa: ed. Relógio D'Água Editores.
- FOUCAULT, Michel (1992). *O Que é um Autor?* Lisboa: ed. Vega.
- FRAMPTON, Kenneth, Álvaro Siza (1986). *Professione poetica*. Milão: ed. Electa / Electa Moniteur (Quaderni di Lotus). ISBN 9780847807932.
- FRAYLING, C. (1993) *Research in art and design*. Royal College of Art: Research Paper
- GOMES, Carlos A. (2012). *A Geração como núcleo da Razão vital em Ortega y Gasset*. Ed. Filosofia e Cultura Luso-Hispanica in <http://filcarlos.com/a-geracao-como-nucleo-da-razao-vitale-m-ortega-y-gasset/> (consultado em 31 agosto de 2017).
- GUARALDO, Laís (2007). *A construção da linguagem gráfica na criação de ilustrações jornalísticas* (Tese de doutorado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- HEIDEGGER, Martin (1999). *A origem da obra de arte*, (tradução de Maria da Conceição Costa). Lisboa: ed. Edições 70. ISBN 972-44-0524-9
- HEIDEGGER, Martin (1998). *Carta sobre o Humanismo* [1947] (Pinharanda Gomes). Lisboa: Guimarães Editores.
- HEIDEGGER, Martin (1987). *Que é uma coisa?* (tradução de Carlos Morujão). Lisboa: ed. Edições 70.
- HEIDEGGER, Martin (2008, 3ª edição). *Ser e Tempo* (Sein und Zeit, 1927, tradução de Márcia Sá Cavalcante Schuback). Petrópolis: ed. Vozes.
- HOLANDA, Francisco de (1985). *Da Ciência do Desenho* [1571]: Lisboa: ed. Livros Horizonte.
- HOUAISS, António (2001). *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: ed. António Houaiss.
- HON, M. Garcia (1988). *Comunicação em proa moderna* (14ª edição). Rio de Janeiro: ed. Fundação Getulio Vargas.
- LAKOFF, George & JOHNSON, Mark (2003). *Metaphors we live by*. Londres, ed. The university of Chicago press. ISBN-13: 978-0226468013
- LAPA, Álvaro (1968). *Situação da arte, Inquérito junto de artistas e intelectuais portugueses*. Porto: ed. Publicações Europa-américa, Porto.
- MALDONADO, Tomás (2009). *Design industrial* [1991]. Lisboa: ed. edições 70. ISBN 972-44-1331-4
- MARGOLIN, Victor (2005). *Las Políticas de lo artificial* (tradução de Gabriela Ubaldini). San Ángel (México): ed. Editorial Designio. ISBN 968-5852-05-7
- MARI, Enzo (2001). *Progetto e passione*. Torim, ed. Bollati Boringhieri.
- MARQUES, J. E. (2015). Herberto Helder: morreu o poeta que nunca se deixou capturar. *Observador*, jornal online de 24 março, in <http://observador.pt/especiais/herberto-helder-morreu-o-poeta-que-nunca-se-deixou-capturar> (consultado em 11 setembro 2015).
- MARTINS (2007), Guilherme d' Oliveira. *Portugal, identidade e diferença, aventuras da memória*. Lisboa: ed. Gradiva. ISBN 978-989-616-165-1
- MANZINI, Ezio (2008). *Design para a inovação social e sustentabilidade, Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projectuais* (tradução Carla Cipolla). Rio de Janeiro: ed. e-papers serviços editoriais, Ida. ISBN 978-85- 7650-170-1
- MOLINA, Juan J.G., CABEZAS, Lino e BORDES, Juan (2005). *El Manual de dibujo, estrategias de su enseñanza en el siglo xx*. Madrid: ed. Cátedra. ISBN 84-376-1924-6
- NAYLOR, Maxine e BALL, Ralph (2005). *Form follows idea, an introduction to design poetics*. Londres: ed. Black dog publishing. ISBN 1-904772-21-8
- ORTEGA Y GASSET, José (2003). *A Desumanização da Arte e outros Ensaios de Estética*. Coimbra: ed. Almedina. ISBN 9789724018546
- ORTEGA Y GASSET, José (2009). *Meditação sobre a técnica*. Lisboa, ed. Fim de Século Edições. ISBN: 9789727542659
- PAZ, Octávio (1996). *Signos em rotação*. S. Paulo: ed. Perspectiva. ISBN 8527300745
- PAPANÉK, Victor (1974). *Design for the real world: human ecology and social chance*. Londres: ed. Paladin.
- PEDREIRINHO, José Manuel (2013). *Siza Design*. Matosinhos ed. Artebooks/ESAD Matosinhos. ISBN 978-972-98303-8-9
- PESSOA, Fernando (2007). *O Guardador de Rebanhos e Outros Poemas* [1914]. Coimbra: ed. Alma Azul.
- PIMENTA, Alberto. *O Poeta e o social, 40 teses seguidas de exercício (para mestres e mestrandos)*, in Revista Crítica de Ciências Sociais, nº 47, fevereiro de 1997 (pp, 91-92).
- POZO, Antonio Gutiérrez (2012). *Filosofia y poesía en sentido postrágico: Ortega, Heidegger y Adorno*. Minas Gerais, ed. Kriterion: revista de filosofia. ISSN 0100-512X in (consultado em 31 agosto de 2017)
- PROVIDÊNCIA, Francisco (2012). *Poeta, ou aquele que faz. A Poética como inovação em design*. Aveiro: Universidade de Aveiro, Departamento de Comunicação e Arte (defesa de tese de doutoramento).
- PROVIDÊNCIA, Francisco, *Algo más que una hélice*, in CALVERA, Anna (2003). *Arte? Disegn?!, nuevos capitulos en una polémica que viene de lejos*. Barcelona: ed. GG Diseño. ISBN 84-252-1543-9
- PROVIDÊNCIA, Francisco, *Para dar morada ao ser* (prefácio). In MENDONÇA, Rui (2010). *Cartaz: pensar desenhar, comunicar*. Porto: ed. Modo de Ler – editores e livreiros.
- PROVIDÊNCIA, Francisco, CASELLA, Gabriella, BELÉM, Margarida Cunha (2017). *Francisco D'Holanda: Desejo, Designio e Desenho (1517 – 2017)* (publicado por ocasião da exposição comemorativa dos 500 anos sobre o nascimento de Francisco de Holanda. Lisboa, ed. Museu do Dinheiro, Banco de Portugal.
- QUENTAL, Joana (2009). *A ilustração enquanto processo de pensamento. Autorial e Interpretação*. Aveiro: Universidade de Aveiro, Departamento de Comunicação e Arte (defesa de tese de doutoramento).
- RUA, Maria Helena (1998). *Os Dez livros de arquitectura de Vitruvius* (corrigidos e traduzidos recentemente em português, com notações e figuras). Lisboa: ed. Departamento de Engenharia Civil, Instituto Superior Técnico.
- SÉNECA, Lúcio Aneu [2009, 4ª edição]. *Cartas a Lucílio*, (traduzido do inglês por J.A. Segurado e Campos). Lisboa, ed. Fundação Calouste Gulbenkian, p.229.
- SOUSA e SILVA, Pedro (2017). *A protecção jurídica do Design*. Coimbra, ed. Almedina, pp 25-26. ISBN 978-972-40-7041-4
- TILL, Jeremy (2005). *What is architectural research? Architectural research: three myths and one model*. Londres, ed. RIBA (paper).
- TRIMARCHI, Mario. In <http://mariotrimarchi.eu/ossidiana/> (consultado em 12 de setembro).
- WORRINGER, W. (1975). *Astrazione ed empatia*. Torino: ed. Einaudi.
- ŽIŽEK, Slavoj (2010). *O design como ideologia*. In BARTOLO, José. Revista comunicação e linguagem, Design, nº 41. Lisboa: ed. Centro de Estudos de Comunicação e Linguagem, Universidade Nova de Lisboa.
- ZUMTHOR, Peter (2005). *Pensar a arquitectura*. Barcelona: ed. Gustavo Gili.

inovação:

contributos do design para o desenvolvimento
económico e social

francisco providência

autoria e textos

universidade de aveiro

edição

molográfica

impressão

978-972-789-472-7

isbn

2015 © todos os direitos reservados

