

PROCESSOS DE SIGNIFICAÇÃO NA PROJETAÇÃO

3.1 PRODUÇÃO DE SENTIDO

A produção de sentido interessa uma vez que remete à transformação da realidade tal como é concebida. Por essa razão, é preciso investigá-la pelo viés da linguagem e pelos processos de significação que ocorrem na projeção. A projeção refere-se ao processo projetual. E ato projetual é tratado como a ação que envolve atos estéticos, atos éticos e atos políticos na projeção.

A linguagem é uma condição humana: “a linguagem é a casa do ser”, de acordo com Heidegger (2003, p. 124). Em Saussure (2012), a linguagem está relacionada à compreensão da convencionalidade do signo linguístico que, em suma, é a associação entre a imagem (o significante) e o conceito (significado). Para compreender a significação, resgata-se a relação significado e significante que compõe o signo, e assim “o plano dos significantes constitui o plano de expressão e o dos significados o plano do conteúdo” (BARTHES, 2012b, p. 51). Portanto, plano dos significantes será acompanhado de (E) e o plano dos significados acompanhado de (C).

Cada plano comporta, de fato, para Hjelmslev, dois *strata*: a forma e a substância [...]. A forma é o que pode ser descrito exaustiva, simples e coerentemente (critérios epistemológicos) pela Linguística, sem recorrermos a nenhuma premissa extralinguística; a substância é o conjunto dos aspectos dos fenômenos linguísticos que não podem ser descritos sem recorrermos a premissas extralinguísticas (BARTHES, 2012b, p. 52).

A significação é compreendida como forma da expressão do significado e não como forma do conteúdo do significado. Segundo Barthes (2012b, p. 61), “a significação pode ser concebida como um processo; é o ato que une o significante e o significado, cujo produto é o signo”. Esse processo também é conhecido como semiose. Essa união não se encerra, uma vez que pelo ato semântico o signo vale também pelos seus contornos. Ou seja, o sentido não é subordinado apenas pela relação significado (C) e significante (E), mas também pela relação semântica com todos os demais signos daquele sistema. O funcionamento desse sistema depende da compreensão de que os signos estão em uma relação diferencial e negativa entre si e no sistema, ou seja, um signo é algo, adquire valor, na medida em que não é outra coisa. Na linguagem, portanto, existem apenas relações diferenciais. Barthes (2012b, p. 69) ainda explica que “o sentido só se fixa realmente a partir desta dupla determinação: significado e valor. O valor não é então a significação, mas provém, diz Saussure, ‘da situação recíproca das peças da língua’”. Sentido e significado não são sinônimos; conseqüentemente, a perspectiva da significação é relativa ao processo e o sentido relativo ao resultado. Nesse caminho, a linguagem é um sistema de signos convencionados, e, por meio do manejo dos signos, pensamos, ou seja, a possibilidade do pensamento está relacionada à faculdade da linguagem (BENVENISTE, 2005).

Para Greimas (1973), a significação tem como objeto o texto, e tal proposição implica considerá-la um todo de sentido e dotado de uma organização específica. Nesse caso, é preciso dar conta dos elementos que o estruturam e que o configuram em sua totalidade de sentido. É importante lembrar que a etimologia da palavra “texto” remete a tecer, trançar, e, portanto, existe um sistema de relações que dão sentido a essa estrutura, o texto. Tudo que é objeto de significação é, então, texto, e não apenas o que é escrito ou falado, uma vez que o signo é manifestado por diversas materialidades e processa diferentes sentidos. Ademais, a significação deve buscar integrar as demais linguagens que coexistem com as línguas naturais e artificiais, verbais e não verbais. E as linguagens verbais têm, nos vocábulos, o seu sistema de códigos, que também são visuais e sonoros, dependendo da sua natureza. Nesse caso, as linguagens visuais e não verbais têm estruturas de códigos que operam por signos visuais, representados em imagens, a exemplo da fotografia. Para Greimas (1973), a significação acontece no percurso entre o enunciador até

o enunciatário, na relação entre conteúdo e expressão, e é manifestada de forma discursiva. Não exatamente o que o texto diz, mas como é dito é o que importa na significação, que envolve o processo de acumulação e produção de sentido. O percurso gerativo de sentido, para Greimas (1973), é relativo ao plano do conteúdo, no qual encontra-se os efeitos de sentido do texto.

Contudo, se é por meio da linguagem que se criam as ideias, se significa o mundo, é por meio dela que se percebe, interpreta e transforma a realidade ao manejar os signos. A realidade é compreendida, nesse viés, como uma construção simbólica, representada pelas linguagens. Então, o design estratégico, como atividade projetual imaginativa, atua no campo da significação e trabalha com textos diversos. Quando o design confere valor a algo, quando produz sentido, constrói realidades.

3.2 O PROJETO DE DESIGN: DO TEXTO AO DISCURSO

Se o design transforma a realidade ao produzir sentido, tal proposição coloca em evidência a relação entre a projeção em design e os processos de significação. Logo, a projeção também configura um percurso narrativo, ou seja, um percurso gerativo de sentido, que ocorre em uma sucessão de ações, numa passagem de um estado anterior para um estado posterior (GREIMAS, 1973). A narrativa faz parte da vida em sociedade e, desde os primórdios, o homem conta histórias e narra acontecimentos passados. É o que caracteriza a narrativa como um modo de expressão, a exemplo dos mitos, das epopeias, dos romances, das metáforas e das histórias que conhecemos ao longo da vida. A narrativa “é um tipo de texto em que na sucessão de acontecimentos, eles se respondem uns aos outros, não necessariamente em ordem sequencial de acontecimentos reais verossímeis” (BENTZ, 2015, p. 238). Evidencia-se, com essa afirmação, que as narrativas: (a) constroem um percurso que pode ser não linear; (b) manifestam alguma transformação de estado; e (c) comunicam discursivamente valores e conceitos. Para Bentz (2015, p. 227), “as narrativas terão aqui relevância pelo fato de considerá-las instâncias de reconhecimento capazes de explicitar estratégias de ver, prever e fazer ver, portanto, serem de interesse dos processos de projeção”. Bentz (Ibid., p. 228) diz, ainda:

Relacionar o ato de projetar ao ato de narrar tem toda pertinência. O processo projetual cria uma narrativa-síntese do ser e do dever ser; a estratégia em que essa narrativa projetual pretende operar, corresponde, via de regra, aos sentidos postos e pressupostos, lineares e subliminares, processos praticados pelos sujeitos da operação nas linguagens.

Em especial, as narrativas favorecem a imaginação e representam uma visão de mundo, pois constroem, manifestam e comunicam as realidades. O design, nesse caminho, projeta em um percurso narrativo, articulando imagens por meio das linguagens visuais, manejando signos. E, novamente, concordamos nesse sentido com Bentz (Ibid., p. 233), quando afirma que:

A linguagem das imagens ganha relevância especial para o processo de projeto, pois correspondem ao mundo da referência (não do referente) e ao mundo da imaginação, ou seja, espaço textual do delírio, do sonho e da fantasia. Ela tem o poder de representar, por meios analógicos e por sistemas não lineares (difusos), o real que se quer construir.

Para Bentz (Ibid., p. 238), “na dimensão narrativa, é necessário um sujeito operador com condições de executar ações que materializam as transformações”. Portanto, no percurso narrativo, ocorre a produção de sentidos. E, desde Bauhaus, o design está comprometido com a visualidade, por meio do ato projetual. Para Gropius (apud SUBIRATS, 1988), o design seria uma ciência visual e, nessa perspectiva, Findeli (2001) propõe para o design uma inteligência visual que se aproxima do conceito de estratégia. Essa inteligência visual, para o autor, é parte de um sistema capaz de penetrar no mundo invisível da consciência humana (pensamentos, propósitos, motivações), sistemas estes que são da complexidade semiótica, da percepção e da recepção dos artefatos de design. De um outro modo, Zurlo (2010) igualmente destaca a visualidade e coloca as capacidades de ver, prever e fazer ver como competências de design. Para Zurlo (Ibid.), ver é a capacidade de observar os fenômenos além da sua superfície visível, é um ato imaginativo, assim como fazer ver o visível e o invisível, como diz Rancière (2012), ou seja, faz sentir. É possível, então, compreender que os recursos visuais são fundamentais para que se materializem as ideias (ZURLO, 2010). Portanto, as narrativas imagéticas conferem ao projeto de design uma habilidade de torná-lo visível, pois têm nas imagens a sua matéria significativa. Ao concordar com a natureza visual do design, entende-se que é preciso projetar por meio de imagens e comunicar-se com o mundo visualmente. E mais: para visualizar é preciso sentir, o que aproxima, no ato projetual, visualidade, sensibilidade, imagem e imaginação.

Sobre a imagem, Aumont (2006, p. 260) a define como “um objeto produzido pela mão do homem, em um determinado dispositivo, e sempre para transmitir ao seu espectador, sob forma simbolizada um discurso sobre o mundo”. A imagem, assim, pode ser um aspecto da realidade, representada por uma linguagem visual, uma forma de construir uma visão de mundo. A conceituação acerca da imagem transita entre diferentes perspectivas, simbólica, cultural e social. E a relação entre

imagem e sujeito é central na afirmação de Aumont (2006), que confere à imagem um caráter de mediação entre o sujeito e a realidade. O autor ainda relaciona o sujeito ao papel de construtor da realidade e vice-versa.

Por outro caminho, Barthes (2012a) compreende que a imagem em si é matéria significativa (E), de natureza polissêmica, e atua na produção de sentido, o que a distingue do conceito de mediação proposto por Aumont (2006). Por se tratar do significativo (E), a imagem nos conduz ao significado (C). Todavia, é preciso considerar que a imagem não está aprisionada a um objeto material, pois condiz ao mundo da referência. Logo, pode haver uma imagem sem que haja um dado referente. É nesse ínterim que a imaginação ganha espaço.

Ou seja, deve-se entender a imagem pelo seu caráter de representação (de realidades), como matéria significativa; e o projeto, como uma narrativa imagética. Todavia, essa representação é uma produção de sentido sobre o real que não produz verdade, mas verossimilhanças. E, portanto, a imagem amplia o espaço da interpretação e permite a imaginação fluir.

Em consonância com essa argumentação, Rancière (2012) propõe o caráter duplo da imagem: o primeiro caráter é uma relação simples que produz semelhanças de um original, não sua cópia, mas apenas o que é suficiente para tomar seu lugar; e o segundo caráter, que se apresenta pela arte: operações que resultam na alteração da semelhança. Para o autor:

[...] essa alteração pode assumir mil formas: pode ser a visibilidade conferida a pinceladas inúteis para nos fazer saber o que é representado num retrato; um alongamento dos corpos que expressa seu movimento a despeito de suas proporções; uma locução que exacerba a expressão de um sentimento ou torna mais complexa a percepção de uma ideia [...]. É nesse sentido que a arte é feita de imagens, seja ela figurativa ou não, quer reconhecamos ou não a forma de personagens e espetáculos identificáveis. As imagens da arte são operações que produzem uma distância, uma dessemelhança (RANCIÈRE, 2012, p. 15).

Para Rancière (2012, p. 12), as imagens “são operações, relações entre um todo e as partes, entre uma visibilidade e uma potência de significação e de afeto que lhe é associada, entre as expectativas e aquilo que vem preenchê-las”. E ainda, “palavras descrevem o que o olho poderia ver ou expressam o que jamais verá, esclarecem ou obscurecem propositalmente uma ideia. Formas visíveis propõem uma significação a ser compreendida ou a subtraem” (Ibid., p. 15). Nesse âmbito, Rancière (Ibid., p. 16) defende que a imagem não é uma exclusividade do visível, uma vez que “há um visível que não produz imagem, há imagens que estão todas

em palavras”. A imagem, ainda, é a “significação das coisas inscritas diretamente sobre os corpos, sua linguagem visível a ser decifrada” (Ibid., p. 22).

Sendo assim, a narrativa imagética constrói, manifesta e comunica, por meio de relações entre os enunciados, a produção de sentido que resulta da projeção em design. A narrativa é o encadeamento de enunciados e a enunciação, para Bakhtin (1992), é a marca da interação entre sujeitos (dialogismo), uma vez que a palavra tem duas faces, isto é, a de alguém e a de outro alguém. Ademais o sentido, na dialogia, desdobra-se sobre a significação.

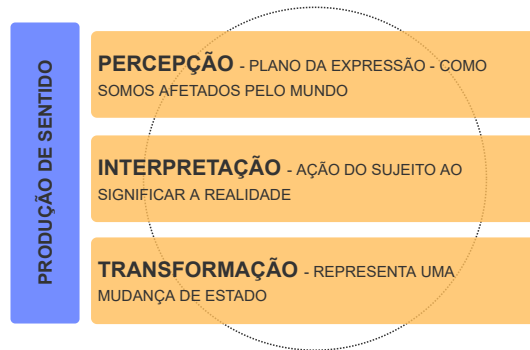
Nesse caminho, o discurso, para Bakhtin (1992), é um fenômeno social que acontece em processos dialógicos de representação, articulado por enunciados. O encadeamento de enunciados constitui, assim, uma narrativa que, nesse viés, é o próprio discurso que marca a presença do sujeito. O projeto, enquanto narrativa imagética, carrega a voz dos sujeitos, que coletivamente fazem parte da projeção. E, ainda, a polifonia, para Bakhtin (1992), é a relação entre diversos discursos, um atravessamento de multiplicidades de vozes em uma narrativa discursiva. O sujeito, portanto, só existe na perspectiva do coletivo e do seu entorno. É possível dizer que o dialogismo é o modo de funcionamento da linguagem, que se articula sempre entre relações de enunciados. “As relações dialógicas são relações (de sentidos) entre toda espécie de enunciados na comunicação discursiva” (BAKHTIN, 1992, p. 98). O design, ao produzir sentido, organiza e reorganiza essas relações dialógicas em enunciados discursivos.

3.3 PERCEPÇÃO, INTERPRETAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO

O projeto de design, pela narrativa imagética, visa a transformar a realidade pela ação dos processos de significação. A percepção, a interpretação e a transformação são processos de significação que resultam do manejo dos signos. Essa tríade é indissociável e é na narrativa que tudo se explicita: (a) a percepção corresponde ao plano da expressão, condiz com a forma que nos afeta pelo mundo sensível, apreendida pelos nossos sentidos; (b) a interpretação é a ação do sujeito, que, a partir da percepção de algo que se manifesta na realidade, confere a essa manifestação um significado. Para tanto, o sujeito relaciona, classifica e aponta para discontinuidades em um determinado sistema e organiza as relações semânticas a partir dos signos. Ao interpretar, compreende-se algo. Para Zingale (2016, p. 15), “O projetar [...] advém de uma incessante atividade de interpretação”. A interpretação é uma atividade exploratória, “é uma atividade de compreensão do que se apresenta à mente como obscuro ou surpreendente [...] é um sentido possível a ser construído” (ZINGALE, 2016, p. 15); (c) a transformação, assim, é

resultado de uma ação que aciona mudança de estado na narrativa, ao produzir mudança de nível metaprojetual. O signo transformado passa a representar algo que antes não tinha ocorrido e, então, um novo sentido é criado ao apontar para uma nova referência no mundo; novas relações são (re)organizadas no sistema do mundo sensível e, com isso, novas realidades são criadas. Em síntese:

Figura 9 – Instâncias da narrativa: percepção, interpretação e transformação



Fonte: elaborado pela autora.

A partir dessa tríade, possibilita-se um percurso gerativo de sentido, no plano da expressão, que foge, em parte, àquilo que se propõe nos estudos de significação dedicados aos modelos de interpretação no plano do conteúdo.

Em decorrência disso, ao perceber, interpretar e transformar os signos, o designer cria os efeitos de sentido e, a partir deles, constrói realidades. É, portanto, pela interpretação que podemos relacionar tais processos aos níveis de conhecimento (GREIMAS, 1973) situados em um nível metalinguístico, o que equivale ao metadesign ou metaprojeto. Para Bentz e Franzato (2016, p. 1.426), o metaprojeto é um “processo que traz a necessidade de refletir sobre os níveis de conhecimento, uma vez que o movimento que entre eles se dá materializa as relações dinâmicas dos processos projetuais”, em seus vários níveis. Para os autores, o ato projetual acontece entre o deslocamento desses níveis: “res” (realidade), língua-objeto, metaprojeto, metodológico e epistemológico. E o processo de projeção é desencadeado pelas operações de metaprojeto, metodológicas e epistemológicas.

De acordo com a hierarquia dos níveis apresentada por Bentz e Franzato (2016), na Figura 10 é possível situar a transformação a partir do deslocamento entre esses níveis projetuais e a metodologia que orienta esse movimento é o design estratégico.

Figura 10 – Níveis projetuais

EPISTEMOLÓGICO	(Bases epistemológicas)
METODOLÓGICO	(Design Estratégico)

METALINGUÍSTICO	(Metadesign)
LÍNGUA-OBJETO	(Design)

REALIDADE	(Res)

Fonte: Elaborado a partir de Bentz e Franzato (2016, p. 1.426).

Desse modo, o conceito de percepção é (re)significado e apresentado como aquilo que acontece no nível da realidade, a interpretação está situada no nível do design e a transformação ocorre no deslocamento para o nível do metaprojeto. Em suma, ao transformar a realidade, o design realiza um deslocamento e atua no nível do metaprojeto, definido recursivamente pelas metodologias e pelas epistemologias de design. O movimento contrário também acontece: uma vez que um novo sentido é criado, ele é devolvido para a realidade, pois recebe um novo referente. A interpretação é a chave dessa operação metaprojetual. E a estratégia é responsável pelo movimento entre os níveis projetuais.

Se o percurso gerativo de sentido é atualizado pelo plano do conteúdo, ainda é preciso desenvolver um percurso gerativo de sentido no que tange ao plano da expressão. Essa separação entre plano do conteúdo e plano da expressão é relativa aos modelos interpretativos; logo, não é possível considerá-los atividades que ocorram separadamente em uma sucessão de acontecimentos. Conforme exposto:

No que concerne aos níveis de pertinência do plano da expressão, nada ainda hoje está suficientemente claro. Supõe-se que seja necessário buscar apoio, inicialmente, nos modos do sensível, no aparecimento do fenômeno e em sua esquematização em formas semióticas (FONTANILLE, 2005, p. 16).

Essa é uma proposição que tem como motivação pensar sobre a projeção em design no que diz respeito ao plano da expressão e à matéria sensível. O plano da expressão é, com certeza, matéria de interesse do design, mas é pouco explorado no âmbito da pesquisa nos modelos interpretativos.

3.4 HERMES NA CIDADE: DA PERCEPÇÃO À TRANSFORMAÇÃO

Um importante lócus de atuação para o design estratégico é a cidade, pois é um espaço dinâmico que está em constante processo de transformação. Desse espaço podem resultar projetos comprometidos com a própria cidade ou projetos que encontram na cidade substratos criativos que podem vir a atender a outras

demandas da sociedade. Em especial desde o século XIX, a cidade ou o viver na cidade despertam nos designers, filósofos, antropólogos, sociólogos, historiadores, geógrafos, artistas, engenheiros e arquitetos distintos modos de concepção sobre as formas de habitá-la. Os fenômenos sociais ocorridos a partir da revolução industrial modificam radicalmente esse espaço do ponto de vista sociocultural, econômico, político e ambiental. Em decorrência disso, iniciam-se os estudos de urbanização⁸ das cidades e o planejamento das vias públicas, edificações, áreas verdes e espaços públicos que visavam à organização da vida e também ao controle na cidade. O interesse não é pelo viés do urbanismo, mas pensar a cidade a partir das perspectivas: (a) cidade enquanto fenômeno social, fruto da modernidade e (b) cidade enquanto experiência estética.

A cidade é o reduto da modernidade, da técnica, da aceleração, das ferrovias, das máquinas e do consumo, em especial o lugar do comércio da *imageria*.⁹ Benjamin (2000) denuncia a degradação (*Erniedrigung*) da cidade, que seria a predominância da vivência e a diminuição da experiência do indivíduo, consequência da racionalização da organização social. De acordo com o que foi apresentado anteriormente, a experiência está relacionada a uma memória, à produção de sentido; a vivência cria no sujeito uma consciência que o ajuda a lidar com o mundo – uma não se contrapõe à outra. Portanto, a cidade deve ser experienciada pelo designer e não somente vivenciada. Para evitar a degradação, é preciso aprender a experienciar e a vivenciar a cidade, lócus de atuação do design, uma vez que a experiência estética faz ver (o visível e o invisível).

Benjamin (2000), ao observar a Paris transformada pela reforma de Haussmann no século XIX, não desenvolve uma teoria, mas realiza ensaios fragmentados que denunciam as profundas transformações sociais na cidade moderna. O registro de tais transformações também foi narrado pelo documentário *Um homem com uma câmera*, de Dziga Vertov, em 1929. Esse documentário seminal apresenta a cidade moderna e o homem moderno a partir de uma experiência cinematográfica.

Assim como a narrativa de Vertov, essa trajetória também é fragmentada; não há uma concepção de cidade, mas fragmentos que se apresentam ao experienciá-la e vivenciá-la. No documentário, imagens pulsam no ritmo da cidade.

⁸ O termo urbanização, que se refere ao planejamento urbano, foi apresentado no século XIX por Ildefonso Cerdá, em sua obra *Teoria geral da urbanização* (MOYNIHAN, 1980).

⁹ Em nota, o tradutor de Rancière (2012, p. 24) fala sobre essa expressão: “No original, *imagerie*; o termo deve ser tomado aqui em sentido amplo – relativo a todas as formas de produção e reprodução de imagens, não especificamente às produzidas por ‘equipamento imageador’ como repertório de imagens disponíveis”.

E a arquitetura, o comércio, os manequins, os carros, o mendigo e os passantes nos apresentam o *ethos* dessa cidade. Em um primeiro momento, o olhar sobre a cidade pode ser confundido com o olhar de um *flâneur*. No entanto o *flâneur*, na cidade moderna, é seduzido pelo fetiche das mercadorias e as olha com sonhos de consumidor, tornando-se ele mesmo mercadoria. Ele não sabe disso, pois o espírito da mercadoria age como um alucinógeno, explica Benjamin (2000). Dessa forma, perder-se na cidade parece um caminho interessante para quem busca experienciá-la:

[...] saber orientar-se numa cidade não significa muito. No entanto perder-se numa cidade, como alguém se perde numa floresta, requer instrução. Neste caso, o nome das ruas deve soar para aquele que se perde como o estalar do graveto seco ao ser pisado, e as vielas do centro da cidade devem refletir as horas do dia tão nitidamente quanto um desfiladeiro (BENJAMIN, 1993, p. 73).

Ao destacar a importância do perder-se na cidade, o autor reforça a experiência estética, pois afeta o modo como a percebemos. E, ao percebê-la, também a interpretamos e a transformamos. Barthes (1987, p. 184) define a cidade como um espaço significante “de elementos marcados e de elementos não marcados [...]”. Como é evidente, cada cidade possui uma espécie de ritmo”. Pela experiência estética, que faz perceber, é possível trilhar um caminho em direção à **interpretação** e à transformação da realidade a partir da cidade. E mais: “a cidade fala aos seus habitantes, nós falamos a nossa cidade, a cidade onde nos encontramos simplesmente quando a habitamos, a percorremos, a olhamos” (BARTHES, 1987, p. 184). Doravante, a cidade é compreendida como uma experiência estética e semiótica, e, portanto, “descobrimos que, quando se quiser fazer a semiologia da cidade, provavelmente será necessário levar mais longe e com uma minúcia maior o significante” (BARTHES, 1987, p. 186-187), ou seja, o plano da expressão. Para Barthes, é preciso olhar a cidade através dos seus signos e textos, para então desvendar os seus ritmos e os seus sentidos. É a fotografia que permite adentrar pelo plano da expressão no inconsciente óptico da cidade, o que nos revela uma dimensão sensível da cidade.

Nesse mesmo caminho, a cidade, para Canevacci (1993, p. 43), “é o lugar do olhar [...] o olhar significa não somente olhar; mas também ser olhado”. E ainda, a cidade “se caracteriza pela sobreposição de melodias e harmonias, ruídos e sons, regras e improvisos cuja soma total, simultânea ou fragmentária, comunica o sentido da obra” (CANEVACCI, 1993, p. 18). A cidade é, portanto, também polifônica e isso significa que

A cidade em geral e a comunicação urbana em particular comparam-se a um coro que canta, com uma multiplicidade de vozes autônomas que se cruzam, relacionam-se, sobrepõe-se umas às outras, isolam-se ou se contrastam; e também designa uma determinada escolha metodológica de “dar vozes a muitas vozes”, experimentando assim um enfoque polifônico como qual se pode representar o mesmo objeto – justamente a comunicação urbana. A polifonia está no objeto e no método (CANEVACCI, 1993, p. 18).

Para o autor, “a cidade é narrada com diversas técnicas interpretativas, cada qual uma diferente uma da outra” (CANEVACCI, 1993, p. 18). Essa não é uma tarefa solitária, não se pode experimentar a cidade só, é preciso observar e ser observado, e assim multiplicar as vozes de quem o acompanha. Canevacci (1993) também destaca que o estudo da cidade exige o desenraizamento e o estranhamento, o que permite que o sujeito interprete o sentido daquilo que lhe parece estranho e assim amplie o seu campo de percepção sobre a cidade.

Canevacci (1993) segue dizendo que “compreender uma cidade significa colher fragmentos. E lançar entre eles estranhas pontes, por intermédio das quais seja possível encontrar uma pluralidade de significados. Ou encruzilhadas herméticas” (CANEVACCI, 1993, p. 35). É pelo método que essas pontes serão lançadas. Ademais, segundo Graves (2008), Hermes, na mitologia grega, é o mensageiro. É o senhor dos caminhos, das passagens, um dos deuses mais espertos e, por isso, lhe é atribuída a habilidade da oratória e da negociação. É Hermes o responsável pela comunicação entre os mundos e sua principal tarefa é interpretar as vontades dos deuses. Filho de Zeus e de Maia, Hermes, no seu primeiro dia de vida, roubou as vacas de Apolo, seu irmão. Ele era malandro, astuto e transitava entre o mundo dos homens e dos deuses. Era ele quem conduzia as almas mortas para o Hades e quem carregava os sonhos enviados aos mortais por Zeus.

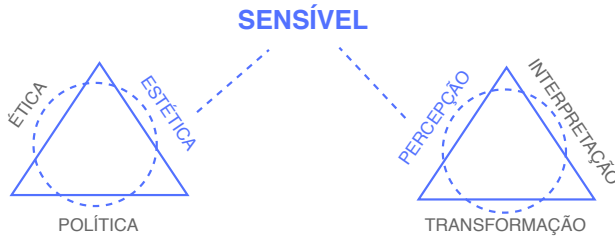
Portanto, ao registrar a cidade e lançar pontes sobre os fragmentos, o designer também interpreta mensagens. Canevacci (Ibid., p. 35) também afirma que “tenta-se compreender estes territórios. Descrevê-los e interpretá-los. Mas também transformá-los”. Por essa razão, o autor afirma:

O etnógrafo é um pouco como Hermes: um mensageiro que, contando com algumas metodologias para descobrir o mascarado, o latente, o inconsciente, pode obter a sua mensagem até mesmo através do furto. Ele apresenta linguagens, culturas e sociedades em toda a sua opacidade, estranheza e falta de sentido; então como se fosse um mágico, um hermeneuta – o próprio Hermes – esclarece o que não estava claro, torna familiar o que era estranho e dá sentido ao que era desprovido de sentido. Ele decodifica a mensagem. Ele o interpreta (CANEVACCI, 1993, p. 29).

A ação do antropólogo, de descrição, interpretação, transformação, assemelha-se à ação do design, de percepção, interpretação e transformação. O visual é objeto e método, deve ser interpretado e também deve ser o meio da interpretação (CANEVACCI, 1993), tanto para o antropólogo quanto para o designer. É preciso que o designer, como Hermes, perceba e interprete a narrativa da cidade para então projetar novos significados a partir da transformação desses signos.

Nesse sentido, é profícuo relacionar as tríades percepção/interpretação/transformação e estética/ética/política pelo viés do sensível, identificado pela percepção e manifestado pelo ato estético, conforme representado na Figura 11. Embora sejam indissociáveis, a conexão poderia se dar por quaisquer dessas faces, mas, neste contexto, interessa principalmente a conexão estética e percepção.

Figura 11 – Sensível: conexão entre estética e percepção



Fonte: elaborado pela autora.