

Metáforas: aproximações entre o Surrealismo e o Design de Hipermídia

Metaphors: proximities between Surrealism and Hypermedia Design

Mateus Knelsen, graduando em Design Digital; Universidade Anhembi Morumbi.
E-mail: ex.ars.scientia@gmail.com

Gisela Belluzzo de Campos, Doutora em Comunicação e Semiótica; Universidade Anhembi Morumbi.
E-mail: giselabelluzzo@uol.com.br

Resumo

O artigo estabelece analogias entre as propostas filosóficas e estéticas do Surrealismo e o Design de hipermídia, abordando a metáfora como mecanismo fundamental de linguagem na relação entre o receptor (observador ou usuário), a mídia (obra de arte ou interface digital) e o criador (artista ou designer). Ao discutir-se o grau de profundidade e as potencialidades dessas analogias, sugere-se a linguagem surrealista como referência ao designer no desenvolvimento de interfaces hipermidiáticas.

Palavras Chave: Surrealismo, Hipermídia, Metáfora.

Abstract

This article aims to establish conceptual analogies between philosophical and aesthetic aspects of Surrealism and Hypermedia Design through analysis of metaphor usage as a key mechanism between the receptor (observer or user), the machine (work of art/digital interface) and the creator (artist/designer). This discussion includes the degrees of complexity and possibilities of such analogies, suggesting how aspects of surrealistic language may be a reference for designers during the development of hypermediatic interfaces.

Keywords: Surrealism; Hypermedia; Metaphor.

Por meio do senso comum, tem-se que tudo que é *surreal* é desconexo com a realidade ou uma distorção absurda da mesma. Esta corriqueira aplicação do termo é um exemplo de como o Surrealismo, movimento de vanguarda modernista emergente na década de 1920 em Paris, foi e ainda é incompreendido, visto que a maioria das suas obras nas artes plásticas e literárias expõem uma linguagem aparentemente absurda, de difícil leitura para a maioria daqueles que se propuserem a observá-las ou lê-las. Das chamadas vanguardas históricas, o Surrealismo é aquela que exhibe sua arte com a maior carga de ironia, subjetividade, ludismo e onirismo.

Sabe-se, entretanto, que a repulsão causada pela linguagem surrealista nasceu de questionamentos próprios do período entre-guerras e é *proposita*. Ciente da necessidade de reatar a relação entre o homem e a arte deixada às cinzas pela iconoclastia dadaísta, o Surrealismo propõe um ser humano que é projeto artístico de sua subjetividade. A proposta filosófica, cujos créditos são entregues a André Breton e a seus Manifestos Surrealistas de 1924 e 1930, prevê a complexidade do ambiente no qual o homem está inserido e questiona sua lógica por meio da poesia. O Surrealismo entende o homem como testemunha de uma experiência sensorial rica e multifacetada, cujo universo pelo imaginário, pela dualidade construtiva entre a realidade objetiva e a realidade subjetiva.

Apesar da concepção sobre o Surrealismo ter se mantido no espectro da incompreensão com o decorrer dos anos, muitas das propostas, pesquisas e explorações de linguagem feitas por Breton e seus simpatizantes passaram a ser resgatadas sob a perspectiva das tecnologias computacionais, principalmente com o hipertexto, a hipermissão e as redes telemáticas. Há, sinteticamente, duas razões para tanto.

A primeira diz respeito ao fato dessas tecnologias possibilitarem de modo mais contundente a exteriorização de aspectos subjetivos que antes ficavam restritas à privacidade do indivíduo. A maneira como o cinema, a televisão e o computador são utilizados enquanto mídia geram um crescente interesse da sociedade em exteriorizar o que antes era exclusivo das faculdades mentais. Processos e representações antes inobserváveis, graças às tecnologias gráficas e as simulações propiciadas pela computação, tornam-se passíveis de expressão em fotografias, animações, filmes, jogos virtuais e websites. A demanda em padronizar formas de leitura e produção da informação por parte da sociedade de massa moderna, em paralelo às maiores possibilidades de exteriorização do imaginário, padronizam o próprio pensar, para que processos mentais e de produção estejam, cada vez mais, em maior concordância. “O privado e o individual são trazidos para o público e tornam-se regulados” (MANOVICH, 2001: 60). Assim surgem os vídeos cinematográficos ou publicitários que exploram situações apenas possíveis na imaginação, os avatares virtuais, *blogs*, redes de relacionamento *on-line* e demais formas de interação usuário-máquina e usuário-usuário que caracterizam as novas definições do *socializar-se* e *expressar-se* hoje.

A segunda razão refere-se diretamente à própria lógica computacional, desenvolvida a partir das operações associativas dos processos cognitivos, muito exploradas pelos artistas surrealistas. O princípio fundamental da hipermissão, o *hyperlink*, “torna tangível o processo de associação, seguidamente tomado como base para o pensamento humano” (MANOVICH,

2001: 61). Processos mentais de associação, memória, decisão e deslocamento são exteriorizados e equacionados, por exemplo, em uma simples experiência de navegação e interação de um usuário em um aplicativo hipermidiático, ou quando um observador assiste a um filme.

O caminho percorrido pelas tecnologias hipermidiáticas, contudo, contraria em certo modo a lógica dos processos cognitivos na qual foram inspiradas, uma vez que os caminhos a serem trilhados entre os semas, ou *links*, são previamente traçados. Ou seja, o interator encontra-se hoje diante de uma mídia que lhe oferece *n* possibilidades de associação entre determinados conteúdos, sendo que *n* é um número finito, e as trilhas associativas são previamente desenvolvidas por designers.

Não obstante, os objetos digitais contemporâneos, principalmente aqueles desenvolvidos para fins mercadológicos, são projetados segundo as necessidades de uma sociedade de consumo e de uma indústria cultural. A falta de incentivo para projetos de pesquisa devido ao alto risco financeiro de uma experimentação em um mercado que somente suporta “acertos” alicerça pilares de funcionalidade para as mídias digitais. A máxima “padronizar para vender” atrofiou o espírito *avant-garde* do experimentalismo ao *status quo*, aos métodos de criação conservadores, às interfaces idênticas, à desvalorização do trabalho conceitual e, em última instância, criaram um afastamento, cada vez maior, entre as esferas de produção acadêmicas e mercadológicas.

Propõe-se aqui, portanto, que projetistas e desenvolvedores abandonem os ceticismos e busquem referências na arte para fornecer alternativas às padronizações estético-funcionalistas dos produtos e interfaces digitais que, invariavelmente, acabam por padronizar também o pensar dos usuários, futuros designers e pesquisadores. Indo além, propõe-se que a linguagem surrealista sirva como referência conceitual para o pensar e fazer no universo digital.

Obviamente, levanta-se a pergunta: como?

Ora, sabe-se que o Surrealismo constrói sua linguagem com base na exteriorização de aspectos subjetivos. Afinal, a lógica das obras surrealistas não está ontologicamente relacionada à objetividade, pelo contrário: são extremamente particulares, com suas peculiaridades, seus recortes, suas narrativas e sua tragédia. Uma obra surrealista visa, portanto, “materializar” espacialmente o intangível e o subjetivo, lembrando o indivíduo de que a mente não funciona segundo pragmatismos, dogmas ou regras. A *vontade* do leitor/observador é o que justifica a existência da arte.

De modo semelhante, o ciberespaço é um espaço virtual comandado pela vontade do usuário, que imerso em um sistema de informações, compõe não-linearmente o próprio espaço ao inserir novos dados, ou ao estruturá-lo à sua maneira. No ciberespaço, não há valores absolutos, pois todo o valor é relativo a uma posição e a um espaço-tempo, e a lógica deste espaço é construída contextualmente.

Pode-se afirmar, portanto, que a obra surrealista também se constitui de um espaço no qual o observador é livre para transpor sua imaginação e “navegar” pelo universo proposto pela obra. Metafórica por excelência, a obra surrealista pede que o observador participe de sua construção. O espaço surrealista, portanto, *tem como co-autor o próprio observador*, por meio

dos estímulos que este recebe. Esta construção se dá por meio da real contemplação, na qual o observador assume um papel essencialmente ativo, conforme afirma Arnheim (1996).

Este espaço presente nas obras surrealistas funciona similarmente à arquitetura de um ciberespaço. A “rede surrealista” tem sua estrutura e seus “nós” (ligações entre unidades visuais e semânticas) alteradas continuamente, com suas conexões e desconexões ocorrendo a todo o momento. Afinal, a metáfora é um recurso de linguagem que pressupõe uma descontinuidade sintagmática, na qual a continuidade do pensamento apenas torna-se possível a partir do momento em que se adota um raciocínio analógico vertical, não-linear, paradigmático. Imerso na obra surrealista, o indivíduo é observador e artista simultaneamente: não há um “epicentro epistemológico”. A obra surrealista possui múltiplos pontos de partida, que continuamente aparecem e desaparecem conforme a rede semântica (composta das conclusões sobre a obra) vai sendo tecida, e que inclusive podem levar a outros múltiplos contextos exteriores à obra. O sistema, assim como o ciberespaço e a estrutura hipermediática, constitui um caleidoscópio constantemente reformulado conforme a mutabilidade das funções e paradigmas estabelecidos pela lógica interna à obra ou das variáveis inseridas e substituídas pelo observador.

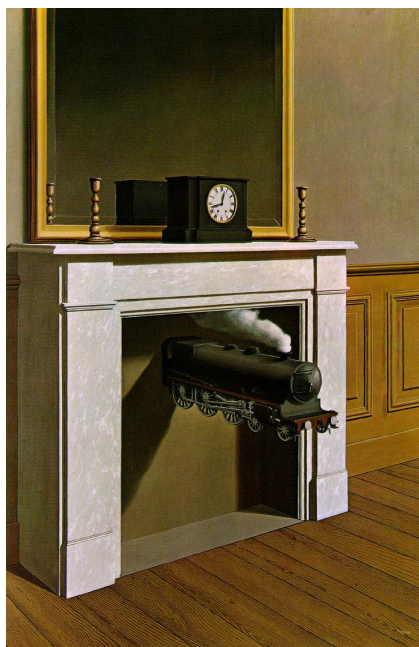


Figura 1: **René Magritte**
Tempo trespassado (1938)

Óleo sobre tela
147 x 99 cm
The Art Institute of Chicago

Fonte: KLINGSÖHR-LEROY, 2004: 67.

Como exemplificação, pegue-se *Tempo trespassado* (1938), de René Magritte. Com maestria, o pintor belga exibe uma composição com alto grau de meticulosidade em termos de perspectiva, proporção e representação. A cena poderia ser considerada deveras melancólica, típica de uma sala de estar europeia classicamente decorada, não fosse por um elemento: a locomotiva que parece transpassar a parede da lareira. Da mesma forma como Salvador Dalí, Magritte mescla elementos familiares em situações ilógicas, tal qual a linguagem dos sonhos e do inconsciente. Estabelece-se, portanto, uma cena em que o tempo parece estar congelado, na qual não há certeza de seu passado, presente ou futuro. Ironicamente, é o que confere equilíbrio à composição, o único elemento a possuir movimento e vida.

Por mais estranha que seja sua presença em uma sala de estar, a locomotiva parece realmente *pertencer* ao ambiente, uma vez que Magritte a retrata de forma que se torne semelhante aos outros elementos presentes na cena. Ou seja, a locomotiva estabelece a metáfora, o elo para a surrealidade: não fosse sua presença, esta seria uma cena absolutamente sem sentido, devido a sua normalidade. O sentido, mais uma vez, por ironia, é dado pela surrealidade.

O que metaforiza Magritte, no entanto, ao retratar uma locomotiva que transpassa uma parede em uma cena como esta? O próprio tempo, talvez. Pois para Magritte, o tempo é uma locomotiva que não encontra barreiras: não se pode pará-lo. O tempo é, conforme o relógio entre dois castiçais presente na obra, um fator sempre presente e relativo entre duas polaridades: a vida e a morte, a noite e o dia, o inverno e o verão, o movimento e a estagnação. Similar é a posição adotada pelo Surrealismo: intermediária entre o real e o irreal, o familiar e o absurdo. O tempo e sua relatividade é a metáfora da condição do Surrealismo.

A metáfora, portanto, assume a condição de exato ponto de contato em uma dualidade. Não é esta exatamente a mesma condição de uma interface? Seria a própria interface uma metáfora?

Se a metáfora é um *desvio de significado*, e se o desvio é “todo o elemento do discurso que se manifeste infringindo as normas de construção ou de funcionamento do seu próprio contexto” (LOPES, 1986: 8), o que ocorre então é a quebra da linearidade sintagmática contextualmente prevista para o discurso, ou seja, *recontextualização*.

Para tornar objetos ou informações passíveis de compreensão e consumo, designers de interfaces devem buscar referências no horizonte de expectativas dos usuários e recontextualizá-las de forma a gerar, a partir do conhecimento gerado por um algo já existente, a assimilação do novo. Exemplo claro disso foi o sucesso das interfaces de sistemas operacionais para computadores domésticos, desenvolvidas a partir da metáfora do *desktop*. Em suma, projetar interfaces significa, em termos, *projetar metáforas*.

Um constante argumento feito contra a pesquisa em discursos metafóricos para projetos de interface que visem à usabilidade é a aparente abrangência interpretativa que tais discursos possibilitam. Ao contrário do que propõem as aparências, o elo interseccional que possibilita tais discursos não é gratuito. Quando propriamente planejados e materializados, eles indicam que há paradigmas em comum entre os elementos do discurso, por mais profundos ou abstratos que sejam. Estes paradigmas, que *sempre* existem em uma ocorrência metafórica,

constituem a lógica associativa que abre portas para a compreensão, pois explicitam associações subjetivas, que encontram sua riqueza na complexidade ou mesmo na simplicidade de suas analogias subjacentes, revelando os mais diversos planos semânticos envolvidos em uma mensagem e, principalmente, tornando tangível a multiplicidade imaginária da experiência humana. Apesar de propor uma quebra das interconexões previstas em um sistema, a metáfora não atinge níveis absurdos de possibilidades interpretativas, do contrário, perde sua função figurativa. *A denotação se dá por meio da limitação paradigmática dos significados possíveis estabelecidas pelo quadro da metáfora.*

Se retirada de um contexto, portanto, a metáfora é *irrelevante*, pois ela é caracterizada como uma figura dependente de um discurso específico para ser compreendida. A leitura de um discurso figurativo se dá por dois eixos: o do *contexto posto* ou *sintagmático*, com bases lingüísticas; e o chamado *contexto pressuposto* ou *paradigmático*, baseado em um *sistema cultural*. Uma das funções dos contextos posto e pressuposto é determinar o que uma cultura e um discurso construído com base nesta admitem como compatível, possível ou não-contraditório.

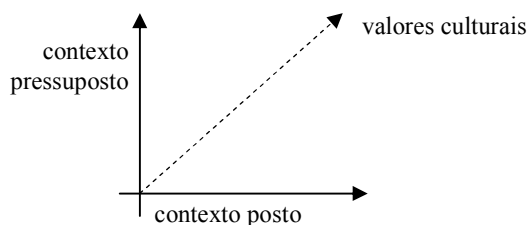


Gráfico 1 – Demonstração dos valores culturais enquanto produtos dos contextos posto e pressuposto estabelecidos um espaço-tempo.

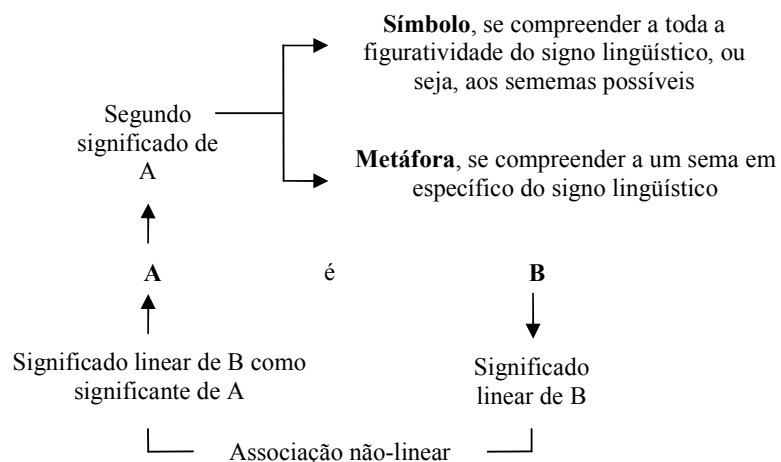
Fonte: autoria própria.

Em outras termos, a metáfora constitui um postulado ideológico, um *saber dissimulado*. Uma mensagem de cunho metafórico não tem como intenção declarar uma verdade ou uma mentira: a metáfora é aquilo que se crê que ela seja. A análise racional tomará o discurso metafórico sempre como não verídico. Já uma análise interpretativa subjetiva levará o receptor a *estabelecer* verdades a esta metáfora, *suas verdades*, já que a mensagem é apresentada a ele como uma *potencialidade semântica*, ou seja, uma *sugestão*, e não como uma verdade absoluta e inexorável.

Para o design de sistemas hipermediáticos, portanto, a metáfora constitui um recurso de grande valor semântico, estético, conceitual e estrutural, principalmente em pesquisas sobre interfaces líquidas ou adaptativas. Considerar questões referentes ao universo cognitivo de um usuário em particular é adequar o produto à necessidade não de um *público*, mas de um *indivíduo*. Desta forma, abandonam-se metodologias de produção que pressupõem a massificação de saberes, culturas e valores simbólicos, partindo-se para o design de uma experiência interativa em particular.

Há ainda aqueles que podem argumentar que a utilização de símbolos em interfaces é muito mais eficiente do que a experimentação de metáforas. E de fato, em um contexto mercadológico no qual *deve* haver padrões de produção e leitura, este argumento é justificado. Contudo, um símbolo é “funcional” porque o é de fato, ou porque é *convencionalmente* estabelecido como tal?

Segundo Lopes, o símbolo ocorre sempre que “o significado normal (...) funciona como significante de um segundo significado, que será o objeto simbolizado” (*Ibid*, 1986: 49). Assim, tem-se que o símbolo abrange todos os sememas passíveis de associação ao signo, ao passo que a metáfora mantém um sema em específico dentro de um conjunto plausível de sememas como seu fundamento.



Esquema 1 – Funcionamento da metáfora em um dado discurso.

Fonte: autoria própria.

Semanticamente, a metáfora é *mais objetiva* que o símbolo, apesar de ambos não apontarem literalmente ou linearmente para o sema ou o conjunto destes que visam designar. Sendo assim, utilizar-se de um desvio metafórico significa dar um *sentido ao sentido* de um discurso, ou seja, *por meio da norma, quebrar a norma*. Ao assimilar dois objetos de maneira sintagmaticamente ou linearmente imprópria (assim como o design de interfaces de apropria de signos, recontextualizando-os), a metáfora não simplesmente opõe-se à racionalidade de um sistema, mas questiona *o que é aceito* no sistema e, não obstante, *o porquê da sua aceitação*, gerando assim novos sistemas. A figura metafórica propõe a suspensão de paradigmas sem desfazê-los, utilizando-se de suas sistemáticas para contestá-los. A metáfora não é um questionamento com finalidade em si. É um *mecanismo cognitivo* em potencial, revelador das fragilidades de um sistema sem simultaneamente infringi-lo. A quebra da norma não está na figura metafórica, mas no efeito desencadeado nos processos cognitivos do observador. Em última instância, pode-se afirmar que a metáfora não é visual, verbal, ou mesmo passível de expressão em qualquer sistema sígnico. *A metáfora é puro produto mental.*

Um símbolo, sabe-se, é assimilado como *funcional* porque é válido para uma coletividade. Em sua origem, entretanto, o símbolo surge como uma relação paradigmática entre sememas imprevista em um sistema, sendo ele próprio *uma metáfora por excelência*. Os melhores exemplos disso são, conforme Borges (2000), as *palavras*, as quais o escritor e poeta argentino define como “metáforas mortas”. Uma vez assimiladas por uma coletividade, as metáforas tornam-se referência lógica para a construção de novos sistemas epistemológicos.

Assim sendo, *é o recurso metafórico que determina as tendências da funcionalidade*. O que se tem por “funcional” hoje é o que foi considerado “ilegível” ontem; o que se tem por “metafórico” hoje é o possível “funcional” amanhã.

Partindo-se deste pressuposto, utilizar-se da metáfora no design de interfaces hipermediáticas não é simplesmente recurso poético: é uma porta para novos paradigmas de funcionalidade. Assim, a linguagem surrealista aplicada ao design não poderá almejar ser funcional segundo os padrões correntes. No entanto, deve-se ter em mente que a funcionalidade é *relativa, temporária e metamórfica*, pois é ditada por mudanças tecnológicas e culturais, e que o modo como um usuário interage com um objeto é determinado contextualmente.

Os diversos elementos visuais de uma obra surrealista, sobrepostos em um espaço aberto e dinâmico, tornam-se *lexias* de uma interface que pede a participação do observador por meio da contemplação, da investigação e da indagação. Os *links* que inter-relacionam os diversos elementos da obra, estruturando o espaço semântico e condicionados a uma lógica interna, são o mecanismo fundamental para o observador chegar à metáfora propriamente dita. Afinal, se uma metáfora é, conforme Lopes (1986), uma relação contextual de equivalência ideológica não-linear (portanto paradigmática), então a obra surrealista articula relações verticais com referentes abstratos, *in absentia*. O composto de “*lexias*” e “*links*” de uma obra surrealista é o texto manifestante, enquanto as articulações paradigmáticas que este composto proporciona compõem o texto manifestado: a metáfora.



Figuras 2 e 3 – Luis Buñuel e Salvador Dalí
Um cão andaluz (1929)

Cenas do filme: os autores propõem a não-linearidade da trama, baseado nas narrativas oníricas.

Curta-metragem (16 min.)

Fonte: UN CHIEN, 1929.

Esta substituição da linearidade por não-linearidade proposta pela linguagem surrealista é característica fundamental da dita cibercultura, que substitui *tradições* por *escolhas*. Defronte à obra surrealista, o observador pode iniciar a sua cadeia associativa a partir de qualquer ponto, pois não há narrativas lineares.

Não obstante, com relação à associação livre e a liberdade de circulação por uma rede semântica, tal qual se tem hoje por meio de objetos computacionais baseados na lógica do hipertexto, os objetos surrealistas remetem a algumas análises interessantes. Tais objetos descaracterizam os seus aspectos funcionais e, em troca, lhes conferem caráter *simbólico*. Os objetos em si *não* são descaracterizados. A *percepção* que o observador possui de tais objetos, no entanto, se altera completamente.



Figura 4 - Salvador Dalí
Telefone-lagosta (1936)

Plástico, gesso policromado e técnica mista
17,8 x 33 x 17,8 cm

Fonte: <<http://www.tate.org.uk/collections/glossary/definition.jsp?entryId=23>>
Acesso em 13 jun. 2006.

Tais obras são exemplos de como objetos do mundo físico, libertos de seu uso e lógica comuns, podem servir a lógica computacional e o princípio da *variabilidade* de Manovich (2001), possibilitando a criação de lógicas particulares a cada interface. Em uma obra surrealista, o artista também se apropria de objetos do cotidiano, porém, os manipula segundo a lógica da obra. Na computação, o processo é exatamente o mesmo, uma vez que o objeto digitalizado tem sua ontologia modificada e passa a obedecer à lógica computacional.

Assim, ao mesmo tempo em que o design pode buscar referências estéticas e culturais na esfera artística, a arte metaforicamente questiona o contexto humano por meio de ferramentas do cotidiano. Por meio de elementos visuais (lexias), propiciar ligações não-lineares (*links*), tarefa do design de hipermídia hoje, é uma investigação feita desde a década de 1930 pelos surrealistas.

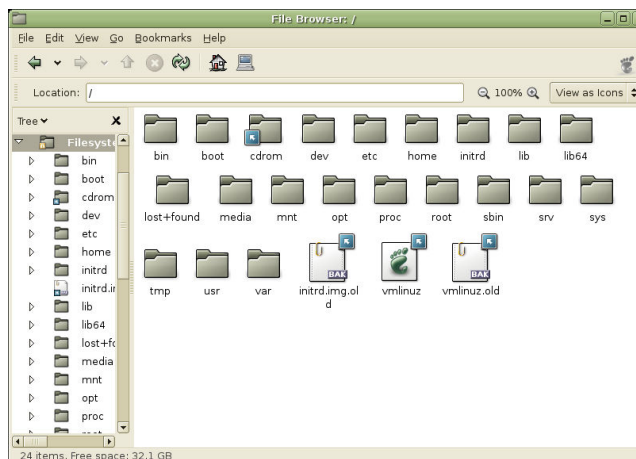


Figura 5 – Da mesma forma como os objetos surrealistas, as interfaces se apropriam de objetos, utilizando da sua familiaridade com o usuário para conferindo-lhes novos significados.

Fonte: autoria própria.

A forma como o Surrealismo aborda a percepção e interpretação de um objeto torna evidente mais uma similaridade existente entre a linguagem surrealista e a linguagem da hiperídia, pois em um ambiente hipermediático, uma *lexia* é também multiplamente associativa, em termos ideais. No entanto, a maioria das interfaces contemporâneas não contempla a esta possibilidade, limitando o usuário a estabelecer relações segundo as limitações do mundo físico. As metáforas de interface, além de constituir os elementos figurados que compõem o mundo real, podem ser construídas baseadas nas experiências anteriores do usuário, porém não referentes ao um único contexto, mas ainda sim dentro de um mesmo paradigma semântico de raciocínio. Os objetos gráficos e as denominações conferidas as operações devem ser familiares ao usuário, permitindo que este reflita sobre a malha sígnica que vê diante de si, de forma a, de fato, *contemplar* a interface.

Esta concepção de uma interface justificava-se em um contexto onde a maioria dos usuários não tinha familiaridade com contextos homem-máquina desta configuração. Vive-se, atualmente, um momento no qual as novas gerações demonstram maior facilidade de manuseio de tais interfaces e até anseiam por novas formas de experienciar o ciberespaço. Prova disso é a popularidade obtida por *websites* que propiciam novas experiências interativas, buscando alternativas aos mecanismos já desgastados de comunicação, principalmente pela tecnologia proporcionada por *softwares* como o Adobe Flash.

Portanto, o que se propõe é que as metáforas projetadas para sistemas hipermediáticos desprendam-se do mundo físico, e passem a servir à lógica do sistema e do meio. Afinal, a computação da informação é uma realidade, e a linguagem das novas mídias somente se além a antigas formas de produzir e ler informação, inicialmente, por consistir de um universo ainda pouco inteligível para os usuários. Com a maior alfabetização computacional, os usuários contemporâneos começam a assimilar *softwares* e sistemas operacionais com relativa facilidade. É necessário, portanto, que se expandam as possibilidades de usabilidade destes

ambientes, oferecendo novas formas de estruturar, codificar e apresentar visualmente sistemas computacionais como a hipermídia. A lógica destes sistemas, cada vez mais, deve tornar-se autônoma.

Observa-se, ao longo das relações aqui estabelecidas, que a obra surrealista caracteriza-se como uma real *interface* entre as intenções do artista e o observador, entre a realidade tal qual ela se apresenta ao observador e a realidade contextual da obra, um ponto médio de uma relação marcada pelas continuidades e descontinidades, na qual a metáfora é exatamente o elo fundamental que permite o contato entre os dois pólos do jogo artístico. A metáfora assume a condição que Breton defende como fundamental ao Surrealismo: o exato ponto de contato em uma dualidade, entre o real e o irreal, entre a subjetividade e a objetividade. Da mesma forma, as interfaces hipermidiáticas propõem-se como espaços de conflito entre a lógica do usuário e a lógica computacional, o que as caracteriza como um campo de batalha, conforme define Manovich (2001), entre convenções culturais.

Muitos dos conceitos aqui abordados, obviamente, não são sugestões plausíveis para projetistas de interfaces “convencionais”, visto que oferecem justamente alternativas que explorem o potencial da mídia. Questionar os atuais conceitos de funcionalidade, que reduzem os usuários e consumidores a uma massa homogeneizada, impondo o “não-pensar” como padrão de usabilidade, é também *dever* do design contemporâneo. Afinal, estas são, essencialmente, as características que tornam a sociedade ignorante quanto às suas questões internas, econômicas, políticas e ambientais. Utilizar-se do design para contestar estes padrões é, talvez, uma tentativa de se repetir o que os surrealistas fizeram no começo do século XX: lembrar o indivíduo do seu valor enquanto humano, enquanto ser particular, impossível de ser massificado.

Referências

ARNHEIM, Rudolf. Creativity and contemplation. In: **Towards a psychology of art**. Londres, Faber and Faber, 1996, p. 296-299.

BRADLEY, Fiona. **Surrealismo**. 2 ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

UN CHIEN Andalou. Direção: Luis Buñuel. Direção de Arte: Salvador Dalí. Transflux Films, 1929. 1 DVD (55 min), NTSC, preto e branco, Full Screen, silent, idioma original: francês.

BORGES, Jorge Luis. **Esse ofício do verso**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

KLINGSÖHR-LEROY, Cathrin. **Surrealismo**. Köln: Taschen, 2004.

LOPES, Edward. **Metáfora: da Retórica a Semiótica**. São Paulo: Atual, 1986.

MANOVICH, Lev. *Avant-garde as software*. [on-line]. Disponível em : < http://www.manovich.net/docs/avant-garde_as_software.doc>. 1999. Acesso em 23 dez. 2006.

_____, Lev. **The language of new media**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2001.

MOURA, Mônica. **O design de hipermissão**. 2003. Tese de Doutorado em Comunicação e Semiótica. Departamento de Comunicação Visual, PUC-SP, São Paulo.

PFÜTZENREUTER, Edson do Prado. “Contribuições para a questão da formação do designer de hipermissão”. In: LEÃO, Lúcia (org.). **O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Editora Senac, 2005. p. 167-181.

SANTAELLA, Lúcia. *Do ícone puro a metáfora: seis graus de iconicidade*. Trabalho apresentado no C.S. Peirce Sesquicentennial International Congress, Harvard, USA. 4-10 set. 1989.

_____, Lúcia. **O que é Semiótica**. 13 ed. São Paulo: Brasiliense, 1998.