

# **Confluências entre a semiótica peirciana e a concepção do design em Bürdek**

*Meeting between the Peirce's semiotic and the idea of design in Bürdek*

Cardoso, Tarcisio; mestrando em Comunicação e semiótica; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

[tscardoso@gmail.com](mailto:tscardoso@gmail.com)

Santaella, Lúcia; Livre-docente; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

[lbraga@pucsp.br](mailto:lbraga@pucsp.br)

## **Resumo**

Este estudo, propondo-se a abordar o tema da semiótica no design pós-moderno, reveste-se de uma abordagem que o extrapola e justifica: a concepção de design relacionada enfaticamente ao estudo das funções de linguagem dos objetos. Neste sentido, o autor Bernhard Bürdek, no final do século XX, não apenas adequa a teoria do design a um contexto de crescimento das interseções entre arte, indústria e tecnologia, mas também amplia os conceitos do funcionalismo bauhausiano naquele contexto. A forma segue a função, mas esta não é vista apenas como função técnica. Tal domínio admite uma abordagem semiótica sobre o problema do design.

**Palavras Chave:** design; signo; semiose.

## **Abstract**

*This study, proposing to approach the issue of semiotics in post-modern design, is an approach that extrapolates and justifies it: the idea of design strongly related to the study of the language functions of objects. In this sense, the author Bernhard Bürdek, at the end of the twentieth century, not only fits the theory of design to a context of growth of the intersections between art, industry and technology, but also expands the concepts of Bauhaus functionalism in that context. The form follows the function, which is seen not only as technical function. This field allows a semiotic approach to the problem of design.*

**Keywords:** design; sign; semiosis.

**Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

## **Primórdios de uma teoria do design**

A análise diacrônica da evolução teórica no design elucidou modelos doutrinários sólidos, haja vista as propostas das escolas Bauhaus e UFG-Ulm. Estes modelos, importantes marcos no desenvolvimento de um corpo teórico sobre o tema, influenciaram a produção tanto no que tange às expressões artísticas quanto aos projetos fundamentalmente técnicos. Temas como ergonomia, planejamento, metodologia que, já na virada do século XX, expressavam-se pelo lema *form follows function* refletiram na linguagem visual, difundindo o estilo *good design* e transferindo para o código comunicativo da cultura moderna os princípios do racionalismo, geometrização, simplificação e “pureza”.

Com a velocidade do surgimento das novas tecnologias no pós-guerra, movimentos artísticos passaram a se apropriar de elementos industriais, e, concomitantemente, mídias industriais (publicidade, moda, design) ganharam potencial em plasticidade. Na medida mesma em que as interseções cresceram e o pós-modernismo emergiu nas expressões visuais, clamou-se por igual evolução no fundamento da teoria do design.

Nesse contexto, o eixo teórico dessa disciplina, ao contrário do que previa o funcionalismo do início do século XX, foi ampliado por Bernhard Bürdek na década de 1980. Para essa nova doutrina, o problema das funções do design toma uma dimensão que não diz respeito apenas à técnica, ou seja, não se trata simplesmente da funcionalidade prática, mas também das funções de linguagem, laborando assim um novo centro para orientar essa atividade.

## **Concepção de design em Bürdek: enfoque na linguagem**

Sendo o design uma atividade cujos fins devem estar ligados ao desenvolvimento sustentável por projetos com relevância cultural, social e individual, a satisfação de funções é parte essencial desta disciplina.

Há outras ciências que promovem soluções para o ser humano por meio de produtos, mas as abordagens divergem antes de se chegar à essência disciplinar. A distinção essencial está justamente no fato de que as funções a serem trabalhadas pelo projeto de design não dizem respeito exclusivamente aos aspectos técnicos do produto (como legibilidade, no caso do design gráfico em mídia impressa). Para esse sentido, a ergonomia (inclusive a ergonomia visual) seria mais que suficiente. Design trata fundamentalmente das funções de linguagem. “Designer deve ser conhecedor das funções práticas de um produto, mas deve ser um especialista nas funções de signo” (BÜRDEK, 1994, 179), pois busca, por meio da composição estético-formal, transmitir mensagens codificadas para os usuários e deles para com suas relações sociais.

O conceito de função do design em Bürdek passa a ser dividido em função prática e função de linguagem, sendo esta subdividida em outras três, a saber: estética, indicativa e simbólica (BÜRDEK, 1994, 179). As subdivisões desta função nos fornecem os tipos de interação que o autor categoriza. Enquanto a função prática estaria ligada a todo o aparelho mecânico do objeto, as funções de linguagem estariam no plano dialético da relação homem-objeto.

À função estética poder-se-ia incluir os aspectos perceptíveis que estão livres de significado. Os fundamentos desta função estão assentados sobre os conceitos da percepção expressos pela psicologia da Gestalt. (BÜRDEK, 2002, p. 180)

Já a função indicativa faz uso da significação para instruir o usuário quanto ao uso de determinado produto. Numa espécie de metalinguagem, este aspecto seria responsável pela visualização das funções técnicas do objeto, ou seja, pelo potencial explicativo que um objeto tem, em si, de proferir acerca do modo de manuseio.

As funções simbólicas, segundo o autor, referem-se às mensagens de fundo do produto. São mensagens extremamente complexas que refletem contextos sociais, socioeconômicos e culturais (BÜRDEK, 2002, p. 228).

Outros autores, contemporâneos de Bürdek, trabalham com certa conformidade com os preceitos apresentados por este. Bernd Lobach, por exemplo, ressalta o caráter estético: “a função estética dos produtos, atendendo às condições de percepção do homem, é tarefa principal do designer” (LÖBACH, 2001, p. 62). O autor trata da função de linguagem no seu potencial de percepção e interpretação, o que, em semiótica peirciana, estará relacionado com o interpretante imediato do signo, ou seja, com o potencial interpretativo que todo signo apresenta. Löbach, porém, não atenta ao fato de que a dimensão estética, por si só, não é capaz de proporcionar a compreensão dos processos de semiose, quer dizer, das ações dos signos, tão essenciais na transmissão de mensagens. Ela seria um aspecto menos relevante se comparada com a abordagem discursiva à qual estaria subordinada.

## **Relações entre design e semiótica**

Pensando nas funções de linguagem como um dos veículos por onde circulam objetivos sociais com os quais o design lida, admite-se uma reflexão de aspectos semióticos inerentes ao problema do design.

Neste sentido, o projetista deve ser capaz de trabalhar sistemas complexos, mais até do que o aspecto emocional e os gostos subjetivos do ser humano. Antes deve ser capaz de estabelecer uma conexão com os sistemas de linguagem culturais com os quais o projeto vai trabalhar. Com isto, pode-se traçar conexões entre o estudo do design e a teoria semiótica de

Charles Sanders Peirce, no sentido de permitir a ampliação da mera dicotomia emocional versus racional.

As qualidades sígnicas das composições visuais abrangem as propriedades imagéticas do plano bi e tridimensionais da interação ser humano-objeto. Imagem, no seu sentido ampliado por Santaella e Nöth, pode ser entendida como um misto entre o objeto referenciado, o veículo que a referencia e os conceitos que suscita (SANTAELLA/NÖTH, 2005, p.141). A semiótica, como campo do conhecimento que trabalha com as funções de linguagem está intimamente relacionada com estas noções, bem como com os conceitos que enfatizam um caráter ‘anti-funcionalista’ (no sentido bauhausiano) do projeto, focando outros aspectos que não exclusivamente técnicos.

No livro *O que é Semiótica* (1983), Santaella apresenta este campo do conhecimento como uma parte de uma filosofia relacionada com o fenômeno cultural de linguagem. De acordo com a autora, na semiótica, “toda e qualquer atividade ou prática social constituem-se como práticas significantes, isto é, práticas de produção de linguagem e sentido”. (SANTAELLA, 1983, p.12)

Quando os efeitos decorrentes das manifestações do signo são estudados, a semiótica auxilia na compreensão dos significados que um projeto de design está apto a produzir. Assim, uma união entre a criação de imagem e uma teoria do signo pode não apenas somar abordagens, mas fornecer subsídios a questionamentos acerca do potencial comunicativo da linguagem.

Quando aplicada ao design ou à publicidade, a análise semiótica tem por objetivo tornar explícito o potencial comunicativo que um produto, peça ou imagem apresenta, quer dizer, explorar, através da análise, quais são os efeitos que um dado produto está apto a produzir em um receptor. Esses efeitos podem ser de várias ordens, desde o nível de uma primeira impressão até o nível de um julgamento de valor que o receptor pode e, muitas vezes, é levado a efetuar. (Santaella, 2002, p.69)

## **Considerações finais**

Com o advento das novas tecnologias de comunicação, o design vem atravessando uma etapa de experimentalismo democratizado, na qual é possível propor novas iconicidades. As revoluções tecnológicas e as reflexões acerca dos movimentos artísticos do mundo pós-moderno contribuíram para o surgimento de um novo eixo teórico para a atividade do designer, cada vez mais interdisciplinar.

Pode-se apontar uma possível tendência (que se pretende verificar com o desenvolvimento deste estudo) de busca de efeitos de significado com ênfase nos aspectos subjetivos. A persuasão e a incitação do interesse do receptor da mensagem são fins a serem

trabalhados pela imagem no que diz respeito aos propósitos que enaltecem o inusitado. Ideais presentes nos movimentos surrealista e dadaísta anunciavam uma aspiração para o incremento dos aspectos subjetivos na comunicação visual. Cabem aprofundamentos sobre essa questão e suas relações com uma teoria crítica do design contemporâneo. À exemplo da proposta do desconstrutivismo, pretende-se caminhar rumo à compreensão do fenômeno cultural que inclui um modo de pensar complexo da sociedade globalizada.

## **Referências**

- BUCCINI, Marcos e PADOVANI, Stephania. **Uma introdução ao design experiencial**. In: Estudos em design, Design articles v. 13 # 2. Rio de Janeiro, p. 9 – 30, 2005.
- BÜRDEK, Bernhard E. **Diseño. Historia, teoría y practica del diseño industrial**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2002.
- CARDOSO, Rafael. **O design brasileiro antes do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- FIELD, Charlotte e Petter. **Design do século XX**. China: Taschen, 2005.
- FRUTIGER, Adrian. **Sinais e Símbolos, Desenho, projeto e significado**. São Paulo: Martins Fontes, 1999;
- LÖBACH, Bernd. **Design Industrial, Bases para a configuração dos produtos industriais**. Rio de Janeiro: Edgard Blücher Ltda, 2001.
- OLIVEIRA, Sandra R. **Imagem também se lê**. São Paulo: Rosari, 2006.
- Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e filosofia**. São Paulo: Cultrix, 1993.
- PIGNATARI, Décio. **Semiótica da arte e da arquitetura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.
- SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- \_\_\_\_\_. **O que é Semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2007.
- \_\_\_\_\_. **O método anticartesiano de C. S. Peirce**. São Paulo: Editora Unesp, 2004.
- \_\_\_\_\_. e NOTH Winfried. **Imagem – cognição, semiótica e mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2005.