

# Leitura visual. Um olhar sobre o *design* conceitual à luz da semiótica peirceana

Jurema Roehrs Trindade\*

## Resumo

Nas últimas décadas, o conceito passou a ser um diferencial do *design*. O *design* conceitual, no entanto, prevê, além de uma habilidade técnica, uma habilidade mental e uma postura filosófica diante dos projetos. Para tanto é necessário um exercício por parte dos *designers* e aprendizes de *design*, no sentido de perceber as significações, as tendências, as idéias de um grupo empresarial ou gerador, a ideologia de um seguimento da sociedade ou até do pensamento de uma determinada cultura. A semiótica peirceana, como disciplina que trata dos signos, pode servir de suporte teórico-científico-filosófico para um método de didática na área do *design*, que inclui o desenvolvimento de um processo de leitura visual de produtos que fazem parte do cotidiano.

**Palavras-chave:** *Design*; conceito; semiótica.

## Abstract

In the last decades, the concept has become a differential of design. The conceptual design, however, expects mental ability and philosophical attitude facing projects besides technical ability alone. This way it is necessary an exercise from designers and learners of design so that they can notice the meanings, the tendencies, the ideas of a business or generator group, the ideology of a segment of society or even the beliefs of certain culture. Peirce's semiotics, as a subject that deals with signs, can serve as a theoretical-scientific-philosophical support for the visual reading process of products that are part of everyday life.

**Keywords:** *Design*; concept; semiotics.

---

\* Mestre em Filosofia. Professora dos cursos de Artes Visuais e Design da ULBRA, *Campus* Canoas-RS. Graduada em Artes Plásticas e pós-graduada em História das Artes.

## 1. Introdução

A prática da leitura de imagens, como parte de uma alfabetização visual, tem merecido destaque entre os acadêmicos do *design*, no sentido de desenvolver uma inteligência visual. Este processo favorece o entendimento daquilo que é transmitido no produto, compreendendo “o termo produto na acepção de resultado de um projeto de *design*, seja ele um objeto de uso, máquina, mobiliário, jóia, seja uma peça de comunicação visual, material impresso, página na internet, embalagem” (Niemeyer, 2003, p.14).

Partimos do princípio que o *design* é comunicação, e sendo assim tem algo a dizer, a quem se dirigir e alguém a atingir. Desde a instância geradora, os elementos comunicativos estão presentes, estabelecendo uma ação de diálogo entre o produto e o seu destinatário. Verificar, ler e interpretar estes sinais é tarefa daquele aprendiz de *design* que almeja incorporar um conceito em seus projetos futuros. A leitura visual, portanto, é um exercício do aprender a *ver*. Sabemos que os cursos de *design* necessitam eliminar a barreira que os acadêmicos encontram em transpor um conceito ou idéia para o produto que projetam. Acreditamos que um dos caminhos para a resolução desta questão está no desenvolvimento de um processo de alfabetização visual.

Como estudar o que já conhecemos? A resposta a essa pergunta encontra-se numa definição do alfabetismo visual como algo além do simples enxergar, como algo além da simples criação de mensagens visuais. O alfabetismo visual implica compreensão, e meios de ver e compartilhar o significado a um certo nível e universalidade. (Dondis, 1997, p. 227)

A leitura visual que propomos baseia-se na semiótica peirceana<sup>1</sup>, como suporte teórico, para resolver problemas de ordem comunicacional e de significação do objeto, porém ela não resolve todos os problemas, mas contribui para a solução das questões relativas aos signos. O signo pode estar no lugar ou representando um simples objeto reconhecível ou até um paradigma, um modelo institucional que insere uma filosofia de um grupo, de uma sociedade e de uma cultura.

---

<sup>1</sup> Charles Sanders Peirce – Americano, filósofo, cientista, matemático, biólogo, astrônomo, químico, tratou da “ciência dos signos”, a semiótica.

Uma das questões apresentadas pela semiótica peirceana é a da “reutilização ou criação de signos para novas interpretações” (Alcure; Ferraz; Carneiro, 1996, p. 22), a semiose.

Um código não é fechado, fixo, acabado. Um signo pode sempre ser retomado em novas interpretações, resultando ou reinventado, como um processo comum em nossa cultura. Tudo depende, portanto, de um acordo feito entre os usuários do código e da sua interpretação. [...] Um exemplo de semiose não-verbal, entre nós, brasileiros, está no uso das cores verde e amarela, signos relacionados à brasilidade. Nas festas nacionais, em que a idéia de pátria está envolvida, as duas cores são reutilizadas e mil maneiras: nas roupas, nas pinturas dos rostos, na decoração das ruas. (Alcure; Ferraz; Carneiro, 1996, p. 22)

“Um outro processo de ampliação do significado pode ser encontrado na polissemia. [...] Polissemia – mudança de significação do signo através da mudança de contexto” (Alcure; Ferraz; Carneiro, 1996, p. 23). Tanto a semiose quanto a polissemia, em *design*, exigem certo grau de maturidade e um novo olhar por parte daquelas representações que fazem parte dos produtos (objetos tridimensionais ou identidades visuais), para não recaírem em idéias dúbias, confundindo a mente dos clientes. A significação, portanto, deve ser clara e a escolha dos signos muito bem pensada. Um dos caminhos para esse aprendizado no processo de criação é exercitar a capacidade de percepção dos acadêmicos com relação aos conceitos evidenciados nos signos, propondo-lhes atividades de leitura visual a luz da semiótica peirceana.

Constatamos uma outra questão que deve ser tratada sem preconceito; é o fato de percebermos que alguns aprendizes de *design* não assimilaram o *design* conceitual por desconhecerem o verdadeiro significado do termo *conceito*, confundindo com referencial temático ou mensagem. O tema varia desde o religioso ao profano com suas divisões; é o assunto tratado no produto. Já a mensagem pode ser educacional, religiosa, política, publicitária, econômica, moda, sentimento, etc. O conceito é o que faz o diferencial no produto. É a idéia a ser passada, com o objetivo de ser assimilada pelos consumidores.

O uso do termo conceito vem da área das artes. Ele surge na arte contemporânea entre 1968 e 1970, quando várias exposições na Europa e Estados Unidos dão impulso à tendência conceitual, reunindo artistas italianos, holandeses, alemães e norte-americanos.

### Trilhas Filosóficas

O termo conceptual indicaria que a relação tradicional na obra de arte entre idéia e expressão foi alterada, de algum modo, a fim de enfatizar mais a idéia do que o resultado final. Nesses termos, representa um passo adiante de, por exemplo, Yves Klein, no qual a atividade, a fase entre a idéia e produto final, era a parte mais importante do processo de fazer arte. [...] A arte mais estritamente conceptual era, portanto, a espécie escrita: a apresentação da teoria, de acordo com a definição de Kusuth. (Read, 1985, p. 311)

O artista dá uma indicação, e o observador se vê impulsionado a refletir e a imaginar. A prevalência do conceito sobre a forma acende uma nova atitude do artista e do apreciador da arte, assim como do *designer* e do consumidor do produto. Nesse sentido, o sujeito da arte e do *design* não se restringe apenas ao artista e ao *designer*, mas está presente na posteridade, no indivíduo que aprecia e consome. Embora a arte tenha como meta agradar o próprio artista, enquanto o *designer* procura atingir o desejo de consumo do seu cliente, a arte e o *design* de hoje se identificam pelo conceito, a idéia expressa na coisa artística e no produto, respectivamente. O conceito, portanto, pode ser restrito ou universal, dependendo do objeto representado. Restrito quando retrata a idéia individual, um valor de um segmento da sociedade ou de um pequeno grupo; o conceito é universal quando se amplia e demonstra, no produto, um valor absorvido por todas ou parte de determinadas culturas.

Em nossa proposta de método de didática, o aprendiz de *design* assume o papel de sujeito que interpreta os signos que lhe são apresentados visualmente. É imperativo que reflitamos, inclusive, a noção de sujeito contemporâneo. Segundo Benetti (2004), o sujeito não é um emissor, nem um receptor, nem um sujeito sociológico, mas é formado pela linguagem, refletindo-se na e a cultura; um sujeito que resgata a idéia de identidades, que se apossam desse sujeito tornando-o, não único, mas fragmentado, em conseqüência de mudanças na estrutura social. “[...] princípio de relação entre real/imaginário, público/privado, consciente/inconsciente, parte/todo, e sempre inserido na perspectiva de um sujeito central, histórico, material e em uma visão evolutiva da sociedade” (Benetti, 2004, p. 54-55). Também um sujeito repleto de desejos, vontades e valores que se transformam. É esse o sujeito que interpreta os signos do seu cotidiano. Fazer com que ele tire o maior proveito nessa tarefa é uma incumbência do processo de alfabetização visual. Essa atitude contribui para o desenvolvimento de uma inteligência visual e conseqüentemente uma cultura visual. Desta forma, a semiótica e a leitura de seus elementos, presentes nas produções culturais, e mais precisamente no *design*, nosso

objeto de estudo, constituem o sustentáculo e todo o processo. Os sujeitos dessa análise integram uma “consciência semiótica”.

## 2. A semiótica peirceana

O que mais importa é o significado das representações visuais realizadas nas suas mais diversas linguagens da arte, do *design*, da publicidade e propaganda e outras áreas que tratam direta ou indiretamente de uma identidade comunicacional através de imagens. “A linguagem é um meio de armazenar e transmitir informações, veículo para o intercâmbio de idéias e meio para que a mente humana seja capaz de conceituar” (Dondis, 1997, p. 227).

Defendemos a idéia de que devemos auxiliar no desenvolvimento da mente perceptiva dos aprendizes de *design*, no sentido de prepará-los para, mais tarde, terem condições de aplicação do conhecimento desenvolvido, em seus projetos. No que tange às significações, a semiótica, como disciplina que trata dos signos, pode contribuir para uma eficaz aprendizagem na leitura de imagens.

Nossa proposta metodológico-didática inicia com um convite aos acadêmicos de design para uma reflexão sobre o pensamento do filósofo Charles Sanders Peirce, que tratou da “ciência dos signos”, a Semiótica.

Não há qualquer campo da especulação filosófica que lhe tenha passado despercebido: dos pré-socráticos e gregos aos empiristas ingleses, dos escolásticos e Descartes e todos os alemães... Desde muito cedo, quando ele começou na Filosofia, pretendeu trazer para esta uma aproximação alternativa que tinha, até então, poucos representantes, isto é, a aproximação ao pensamento filosófico através das ciências. Um filósofo, portanto, que levou para a Filosofia o espírito da investigação científica, que assumiu que as disciplinas filosóficas são ou podem se tornar também ciências e que, para tal, propôs aplicar na Filosofia, com as modificações necessárias, os métodos de observação, hipóteses e experimentos que são práticos nas ciências. (Santaella, 1983, p. 19)

Peirce tratou as questões da semiótica na linha científico-lógico-filosófica, envolvendo outras áreas do conhecimento e possibilitou que outros autores evoluíssem essas questões – entre eles, Umberto Eco,

Roland Barthes, Armando e Michèle Mattelard, Juan E. Diaz Bordenave, Lúcia Santaella, Décio Pignatari, Lucy Niemeyer.

Eu sou, pelo que sei, um pioneiro, ou antes, um explorador, na atividade de esclarecer e iniciar aquilo que chamo semiótica, isto é, a doutrina da natureza essencial e das variedades fundamentais de cada semiose possível. (Saussure *apud* Eco, 1991, p. 9)

Por semiose entendo uma ação, uma influência que seja ou coenvolva uma cooperação de *três* sujeitos, como por exemplo, um signo, o seu objeto e o seu interpretante, tal influência tri-relativa não sendo jamais passível de resolução em uma ação entre duplas. (Peirce *apud* Eco, 1991, p. 11)

A novidade no estudo de Peirce é a noção de semiose e a de interpretante. Ele estabelece uma ação tripla entre o objeto, o signo e o interpretante. “[...] é objeto aquela coisa que passa pela esfera do conhecimento” (Pinto *apud* Niemeyer, 2003, p. 33), o significado. Por sua vez, o objeto é denominado dinâmico. Peirce também trata de um outro objeto chamado imediato que é o signo. O signo é aquilo que está no lugar do objeto representado. A noção de interpretante é mais complexa porque é uma entidade semiológica abstrata, que, a luz de Peirce, pode estar ligada à idéia antropomórfica ou não. Isto quer dizer que o que menos importa é a significação do signo, mas a interpretação que se faz dele. Sendo assim o interpretante não deixa de ser um outro signo, que explica um outro; nesse caso, podemos entender o fenômeno de interpretação como um evento psicológico que vai ao infinito, isto é, sempre haverá um novo interpretante para dar novas interpretações aos signos.

A teoria peirceana é relativa e evolutiva porque baseia-se na fenomenologia. É relativa porque o significado do signo depende de uma interpretação. Na realidade, o pensamento peirceano também trata de significados, buscando a sua origem na Semiologia e na Lingüística, porém estas significações são interferidas pela interpretação que se faz do signo, “porque o signo precisa, antes de tudo, ser percebido por alguém que vai interpretá-lo” (Santos, 1992, p. 34). Peirce estabelece uma responsabilidade em um outro elemento que modifica todo o processo interpretativo: o intérprete. Não confundir intérprete com interpretante. O intérprete é a mente interpretadora, um sujeito que passa a ser um elemento indispensável na interpretação, pois depende dele a evolução de idéias ou interpretantes. O intérprete estabelece relações entre os níveis sígnicos. Para Peirce o

intérprete constitui-se em um elemento que se impõe no processo de interpretação, modificando constatações pré-estabelecidas.

## 2.1. Relações sógnicas, segundo Peirce

O signo identifica-se como *representâmen*, *objeto* e *interpretante*.

O *representâmen* – é o signo em si, ao nível sintático e instrumental, isto é, “suporte das significações que serão extraídas do signo” (Niemeyer, 2003, p. 35). Essas dimensões sintáticas e materiais do produto fazem com que conheçamos o signo, sendo entendidos como *qualisigno*, *sinsigno* e *legisigno*. Como remete o termo, o qualisigno sugere qualidade, e é caracterizado pelos elementos estruturais, tais como cores, materiais, texturas e acabamentos. O sinsigno particulariza o representâmen através da sua forma e dimensão. O legisigno resume convenções, regras, padrões e normas que identificam o representâmen. Todo signo ou representâmen é resultado do uso de uma determinada linguagem. As linguagens são legitimadas por meio de padrões de uso que as identificam: legisigno da pintura, da fotografia, do teatro, etc.

O *objeto* – é a relação do signo com o objeto é objetiva e a nível semântico. Entendemos por semântico o modo como o signo representa algo, ou seja, o meio pelo qual definimos o significado de algo. Este meio pode ser apresentado como *ícone*, *índice* e *símbolo*. O ícone é facilmente decifrável e remete imediatamente e à idéia a que se refere, ou seja, o signo possui ligações estruturais com o seu significado. Exemplo: a foto de um animal imediatamente reconhecível. Assim o ícone pode ser uma imagem, um diagrama ou uma metáfora. O ícone imagem é um signo que força a mente interpretadora a identificar o objeto dinâmico, como um todo, instantaneamente. “O ícone traz o objeto para dentro do signo” (Niemeyer, 2003, p. 37). O ícone diagrama apresenta-se através de relações e simulacros de partes do objeto dinâmico, mas que remete o intérprete ao significado com facilidade. Exemplo: mapas e gráficos. O ícone metáfora apresenta “atributos do caráter do objeto dinâmico”, constituindo um nível abstrato do signo. É freqüente artistas adeptos da arte conceitual em instalações usarem objetos em contextos arbitrários para exprimirem novas idéias. Exemplo: Uma cadeira num auditório serve para alguém sentar; a mesma cadeira colocada estrategicamente num outro contexto, pode refletir uma outra idéia que o artista quis passar. Para interpretação deste elemento

semiótico há necessidade da capacidade de abstração apurada e sensibilidade. O *índice* como diz o termo, dá indício de algo a que se refere, isto é, “o índice aponta para fora do signo, para o objeto; o seu movimento é para fora. A sua relação é de causalidade ou efeito e não de analogia” (Niemeyer, 2003, p. 37). Exemplo: a fumaça dá indício de fogo. Pegadas na areia dão indícios de rastro de alguém ou de um animal. O *símbolo* é resultado de uma relação que ocorre por um processo de convenção. O símbolo pode ser icônico, indicial e simbólico. Isto ocorre quando ícone, índice ou um símbolo constituem um símbolo, através do processo de convenção. Destes, o símbolo simbólico merece uma maior atenção, pois um símbolo pode fazer parte de um outro símbolo, ou seja, tornando-se um símbolo duas vezes. Exemplo: É o caso de um símbolo musical fazer parte de uma logomarca de uma escola musical.

O *interpretante* – o processo de interpretação que envolve a participação do intérprete denominamos interpretante. Este ocorre a nível pragmático. Nesse processo, a mente interpretadora traduz significações sobre um signo, o que gera outro signo. Costumamos dizer que o signo é o que está inserido no objeto imediato, porém, no caso dos signos gerados pelo intérprete, estes podem perder a condição física, permanecendo no campo das idéias, uma imagem mental: são signos que traduzem outros signos, podendo formar uma cadeia de signos relativos aos anteriores. Quanto ao interpretante, este pode desempenhar sua função como *rema*, *dícente* e *argumento*. Rema compreende um primeiro momento de indecisão, onde o intérprete realiza questionamentos a cerca do significado do signo. São levantadas hipóteses na mente interpretadora, conduzindo-a a uma primeira impressão sobre o signo. Ao momento seguinte, o das primeiras afirmações sobre o signo, particularizando interpretações e levando a uma cadeia de novos signos a serem interpretados, denominamos dícente ou dicissigno. O argumento caracteriza-se pelo instante em que as indecisões se afastam, dando lugar às certezas, as precisões, é quando o intérprete está convicto da significação do signo.

## 2.2. Níveis de relações sígnicas.

Peirce estabeleceu três categorias da experiência sígnica: *primeiridade*, *secundidade* e *terceiridade*.

A categoria de primeiridade remete a um primeiro momento do processo interpretativo. É uma consciência imediata e presente da representação, uma primeira impressão do caráter qualitativo do signo. “Ele



é iniciante, original, espontâneo e livre, porque senão seria um segundo em relação a uma causa. Ele precede toda síntese e toda a diferenciação; ele não tem nenhuma unidade nem partes. Ele não pode ser articuladamente pensado” (Santaella, 1983, p. 45); a categoria de primeiridade estabelece uma relação sígnica entre o primeiro nível do representâmen, do objeto e do interpretante, ou seja, qualisigno, ícone e rema.

A categoria de secundidade implica em reação, e ultrapassa o momento de consciência qualitativa. Enquanto o momento de primeiridade  surpresa, imediatismo, o momento de secundidade envolve uma inquietude, porque não nos parece claro, necessitando viver uma experiência. A secundidade  uma instância do processo de significação que nos induz a pensar, constituindo um elo entre a categoria da primeiridade e a da terceiridade. Neste estágio nossa mente envolve-se com o sinsigno, como o ndice e como o dícente, unindo novamente o signo pelo seu representâmen, objeto e interpretante em seus segundos níveis.

No âmbito da terceiridade encontramos uma definição, o previsível, o encontro com o fenmeno, a tomada consciência de um fenmeno, aproximando momentos anteriores de primeiridade e secundidade. Neste nível a relação sígnica ocorre entre representâmen, objeto e interpretante através do legisigno, do símbolo e do argumento, respectivamente.

As categorias de primeiridade, secundidade e terceiridade acontecem num nível de consciência que vai desde a percepção de signos expostos em produções culturais até nossas experiências com o mundo que nos rodeia. As categorias sgnicas, contudo, ocorrem em instâncias separadas, mas não necessariamente em instantes diversos. Elas interagem num âmbito de abstração cognitiva que se completam, porém não podem ser entendidas com a interferência dos níveis superiores, isto é, um nível de primeiridade do objeto não pode conter o nível de secundidade ou de terceiridade. Exemplo: o ícone relaciona-se com o qualisigno e com rema, porque estes elementos pertencem à primeiridade (do objeto, representâmen e interpretante, mas não pode ser entendido juntamente com, ndice, sinsigno e dícente, nem com legisigno, símbolo e argumento; já o símbolo pode ser entendido como icnico, indicial e simbólico.

A semiótica elaborada por Peirce constitui uma das partes do seu edifício filosófico. A tride por ele elaborada nos fornece subsídios para uma reflexão em categorias e níveis que juntas facilitam a nutrição esttica de um produto em *design*. A leitura visual ou sígnica, além de contribuir para uma interpretação conceitual, também integra o desenvolvimento de uma alfabetização visual, tão necessária a uma nova geração de *designers*.

Trilhas Filosóficas

### 3. A leitura visual

Seguindo a linha peirceana, o acadêmico assume o papel do intérprete na leitura dos signos ou interpretantes, até chegar ao objeto de representação; o objeto dinâmico. Todo o processo mental elaborado pelo aprendiz de design é estabelecido a partir de cada signo que resulta da interpretação dos signos mentais que surgem no transcurso. Para Peirce as idéias que surgem durante o processo interpretativo, são novos signos que devem ser decifrados pelo intérprete. Nossa intenção é oportunizar situações de leituras de imagens, para que o educando possa experienciar o seu papel de intérprete.

O signo pode representar uma coisa ou um modelo filosófico. Por este motivo o aprendiz de *design* realiza mais que uma leitura visual, também uma leitura *signica*. Esta leitura exige habilidades mentais diferentes de uma leitura textual, pois os códigos não-verbais estabelecem, na mente, novos signos que devem ser interpretados, podendo formar uma imensa cadeia de interpretantes abstratos.

Nossa proposta valoriza a participação do intérprete, isto é, a contribuição efetiva das mentes curiosas e interpretadoras de nossos acadêmicos, como elemento chave para a obtenção da eficácia do processo de leitura dos conceitos inseridos nos signos dos produtos. Esta postura vai ao encontro dos novos paradigmas da pós-modernidade, entendida como uma condição neo-barroca<sup>2</sup>, em que as leituras podem ultrapassar as barreiras da significação e compreender um mundo interpretativo.

#### 3.1. Roteiro para leitura de um produto

A leitura visual de um produto compreende três etapas, a saber:

**a.** fundamentação teórico-filosófica: texto onde os aprendizes de *design* (dispostos individualmente, aos pares ou em grupos) explicam o que entendem por semiótica;

---

<sup>2</sup> Neo-barroco. Termo empregado “por Omar Calabrese para estudar o contemporâneo. Omar Calabrese é um estudioso italiano de semiótica. Faz uma aproximação da arte e da comunicação e suas produções culturais e propõe analisá-las a partir do conceito neo-barroco” (Benetti, 2004, p. 15).

- b. histórico da empresa e/ou produto;
- c. leitura visual, propriamente dita, tendo como pano de fundo, a nutrição estética e análise dos elementos da semiótica. Compreende:

(c1) leitura do *signo ou representâmen*, isto é, o aspecto representativo do signo: *qualisigno* (o qualisigno retrata aspectos do objeto dinâmico através de detalhes, como cores, texturas, ritmos, o que vai ser analisado e considerado, posteriormente na dimensão sintática), *sinsigno* (refere-se aos aspectos da forma e dimensões, fornecendo subsídios para análise a dimensão semântica) e *legisigno* (está ligada à dimensão pragmática, normas, leis, perspectiva, escalas, etc.). Constatar como estas relações são evidenciadas no produto;

(c2) leitura do *objeto imediato*, isto é, como é identificado o signo? Se em forma de *símbolo-ícone* (este ícone é uma imagem, diagrama ou metáfora?), *símbolo-índice* (este índice remete o intérprete a que idéia do produto dinâmico?) ou *símbolo-simbólico* (existe uma forma convencional – símbolo- inserida em outro símbolo?);

(c3) leitura do *interpretante*, ou seja, aspectos do *rema* (perguntas de impacto, de primeira impressão: para que serve? O que representa?), *dicente ou dicissigno* (dá respostas às perguntas realizadas no item rema, levando a interpretações variadas) e *argumento* (conclusão), a partir do processo de interpretação do produto;

(c4) *estudo do processo de comunicação* no estúdio de *design*, isto é, o acadêmico visita o local da geração do produto e entrevista os profissionais envolvidos nesta etapa. Os dados para análise desta etapa são fornecidos pelo item nº 2 do presente roteiro. O aprendiz de *design* questiona como funciona o processo gerador do produto, se é interdisciplinar ou é realizado apenas por um *designer*; envolve toda a criação até o produto final: interferências, local, situação, bases científicas (ergonomia, percepção, informações, semiótica aplicada e estética, quais os profissionais envolvidos). Nesse processo também é constatado o papel do *interpretador* (não confundir com intérprete e interpretante). O estágio interpretador faz parte do processo de geração do produto (entendido, inclusive, como marca); consiste em um indivíduo ou grupo de pessoas que acompanham o processo gerador, dando aval positivo, indiferente ou negativo ao próprio processo. Fazem parte dos interpretadores: *designers*, profissionais, gerentes, usuários pilotos, consumidores, examinadores e meros espectadores, pessoas que ficam acompanhando o processo de feitura do produto, a partir de um olhar rítmico;

Trilhas Filosóficas

(c5) considerações sobre as relações de *primeiridade* (qualisigno, ícone e rema), *secundidade* (sinsigno, índice e dícente), e por último a relação de *terceiridade* (legisigno, símbolo e argumento);

(c6) conclusão do trabalho. Os aprendizes de design estabelecem, por escrito, as definições evidenciadas durante a pesquisa e a nutrição estética referente aos produtos escolhidos para leitura visual. Estabelecem as considerações sobre a validade do trabalho, bem como redigem a conclusão da tarefa, realizando conexões desta prática com os elementos semióticos estudados.

#### 4. Considerações finais

A pós-modernidade compreende, inclusive, uma multiplicidade de objetos e idéias. Houve um tempo em que artefatos visuais eram tidos como obras de arte e estes deveriam se perpetuar pelo seu material inconsumível. São artes dos tempos platônicos. Mais tarde acreditou-se que o conceito é o que fica de qualquer produto cultural. Neste contexto, preferimos a filosofia de Peirce, a semiótica, como sustentáculo do *design* que se insere numa visão neo-barroca ou contemporânea.

Em nossa proposta metodológica, fica claro que se faz necessária uma nova postura do professor e do aprendiz de design diante dos produtos. Assim a nutrição estética fundamentada nos elementos da semiótica peirceana propõe uma interpretação para aquilo que realmente expressa significações para a vida dos clientes e consumidores.

Embora pareça-nos que não somente os objetos são efêmeros, mas que as idéias também são passageiras, porque os conceitos mudam, preferimos persistir com o que a semiótica pode nos oferecer como filosofia. Seguindo o próprio pensamento de Peirce, o mais importante para uma mente interpretadora não é o significado, mas o processo de interpretação de uma linguagem verbal ou não-verbal. Sendo assim investimos no desenvolvimento da capacidade de interpretação de nossos aprendizes, um educar para o olhar, uma consciência do *ver*, que certamente é mais profunda e complexa do que simplesmente enxergar.

## Referências

- ALCURE, Lenira; FERRAZ, N. S.; CARNEIRO, Rosane. *Comunicação verbal e não-verbal*. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1996.
- BENETTI, Mariceia. *Estética neobarroca*. Canoas: ULBRA, 2004.
- DONDIS, A. Donis. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: M. Fontes, 1997.
- ECO, Umberto. *Tratado geral de semiótica*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1991.
- NIEMEYER, Luci. *Elementos de semiótica aplicados ao design*. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica*. Trad. José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- READ, Herbert. *História da pintura moderna*. São Paulo: Círculo do Livro, 1985.
- SANTAELLA, Lúcia. *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 1983. (Coleção Primeiros Passos).
- SANTOS, Roberto Elísio dos. *Introdução à teoria da comunicação*. São Bernardo do Campo: Editora do IMS, 1992. (Coleção Pistas).