

A dúvida como semiose criativa - O design como mudança de hábito na prática social ordinária.

Romilson Marco dos Santos¹

Resumo

Este trabalho tem como objetivo entender que a prática social ordinária pauta-se em um falibilismo. Não parece evidente que tal organização, comunicação e seu funcionamento emergem da utilização de métodos de fixação de crenças como o método da tenacidade, autoridade e intelectual. Não é sobremodo que tais métodos promovam hábitos. É preciso admitir, entretanto, que o design, sob vários aspectos, contribui e/ou ratifica tais hábitos, e, com efeito, transforma a prática social ordinária em uma atmosfera de peças de devaneios criativos de designers. E de tal modo contribui para um prática social ordinária não sustentável, não comunicacional, não ecológica e muito menos responsável. Sendo assim, busca-se investigar em que medida a utilização da criação em design pelo método científico de C. S. Peirce atrelado ao conceito de dúvida fomentam uma mudança de hábito na prática social ordinária.

Palavras-chave:

Semiótica; pragmaticismo; design; prática social ordinária; dúvida.

Abstact

This study aims to understand the common social practice is guided in a fallibilism. It is doubtful that such an organization, communication and functioning emerge from the use of belief fixation methods as the method of tenacity, authority and intellectual. It is greatly that such methods promote habits. It must be admitted, however, that the design in many ways, contribute and / or ratifies such habits, and, in effect, transforms the ordinary social practice in an atmosphere of pieces of creative reverie designers. And so contributes to an ordinary social practice is not sustainable, no communication, no ecological and less responsible. Thus, we try to investigate to what extent the use of design creation in the scientific method of C. S. Peirce linked to the concept of doubt encourage a change of habit in common social practice.

Keywords:

Semiotics; pragmaticism; design; common social practice; doubt.

¹ Doutor e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP; Pesquisador no GT de Semiótica da comunicação da INTERCOM; Professor de semiótica nos cursos de Arquitetura e Jornalismo.

O objetivo deste trabalho se concentra em entender o conceito de dúvida de Charles Sanders Peirce como fator inerente ao processo de descoberta e criação em design. É preciso acrescentar, porém, que focalizaremos o entendimento metodológico do modo pelo qual se processa o ato da dúvida como fundamento da descoberta em design, decorrendo daí a apropriação dessa descoberta como matéria-prima da criação em design.

A dúvida pode funcionar como um método de mensuração da capacidade de um produto de design fixar uma crença e, portanto, gerar um hábito na prática social ordinária na qual está inserido.

Não parece evidente que a dúvida possa se estabelecer também como um ato de descoberta. Sendo assim, temos dois momentos. Em um primeiro momento, temos a utilização da dúvida como ferramenta de descobertas contidas nas práticas sociais ordinárias. Portanto, o que se segue é a apropriação dessas descobertas como criação de design. Por outro lado, temos outro momento, no qual a dúvida funciona como forma de mensurar a capacidade de um produto de design fixar uma crença e não sucumbir à dúvida.

Com o avanço constante da tecnologia e a funcionalidade real reduzida à fictícia utilidade do provisório e do descartável, o desenho já não tem com referência claras a forma, a função e o uso. De um lado, a descartabilidade e provisoriedade impostas pela lei do consumo reduziram a forma a uma simples possibilidade que destrói todas as soluções de desenho antes mesmo que elas se alicercem na prática;(FERRARA, 2002, p. 53-54).

É importante, de início, assinalar que a descoberta parte de um raciocínio abduativo, segundo Peirce. “*A inspiração abduativa acontece em nós num lampejo. É um ato de insight, embora extremamente falível. É verdade que os elementos da hipótese estavam antes em nossa mente; mas é a ideia de associar o que nunca antes pensáramos em associar que faz lampejar a inspiração abduativa em nós*”. (PEIRCE, 1974:p. 57). Todavia, consideramos que a descoberta pode ser também estabelecida pela dúvida e, de tal modo, que o designer ao colocar uma crença em dúvida, engendram-se novas descobertas intrínsecas nas práticas sociais ordinárias. De fato, colocar em dúvida tais crenças, no tocante à busca das origens nas quais elas foram pensadas, evidencia-se expor aquilo que foi preterido nas escolhas formativas das crenças. Acrescente-se, igualmente, que ao duvidar o designer promove um processo de

investigação, a fim de entendermos por que tal crença engendra hábitos, os quais se solidificaram como verdades. Trata-se, pois, de evidenciar aquilo que poderia ter sido.

Desse idealismo-objetivo decorre a descoberta de um recorte fenomênico que orienta os parâmetros metodológicos: na observação da realidade econômica, social, cultural e tecnológica de cada sociedade, o desenhista industrial descobre a inspiração do projeto e essa adesão faz dele um indivíduo que deve saber ver para, a partir daí, gerar a análise que lhe permite saber como, finalmente, produzir a criação atenta de um fazer projetivo. Relacionam-se ver, saber fazer e fazer e dessa correlação emerge aquele Desenho Industrial onde o que se desenha não é apenas um objeto, mas uma informação que interfere no cotidiano, no modo de vida, nas relações socioculturais. (FERRARA, 2002, p. 51).

Com efeito, manifestam-se descobertas as quais ficaram na opacidade em função da clareza exigida pela crença eleita. Sendo assim, a criação em design está na apropriação dessas descobertas manifestadas nas dúvidas das crenças contidas nas práticas sociais ordinárias “(...) a investigação como um processo que tem início quando uma crença previamente estabelecida é posta em dúvida. Esta dúvida, por sua vez, nos levará a uma atividade investigativa que só cessará quando uma nova crença surgir”. (FESSORE, 2005, p. 63).

Desse modo, busca-se entender se o design estabelecido engendra hábitos e, portanto, fixa uma crença na prática social ordinária, ou se a investigação via dúvida pode apresentar um design mais eficiente no tocante à fixação de uma crença. De fato, evidencia-se, assim, a aproximação de uma atmosfera de design na qual a dúvida erradica o design provisório (entenda-se o design que não consegue se tornar hábito na prática social) o qual será substituído, iminentemente, pelo design da descoberta. O design da descoberta é engendrado pela dúvida estabelecida nos hábitos contidos nas práticas sociais ordinárias. Não é surpreendente, portanto, que colocar em dúvida as crenças contidas nessas práticas sociais é de fundamental importância para se iniciar o processo de descoberta. No entanto, como se inicia o processo de duvidar do que já está estabelecido nas práticas sociais ordinárias?

265. Não podemos começar com a dúvida completa. É mister começar com todos os preconceitos que possuímos no momento em que começamos a estudar filosofia. Os preconceitos não podem ser banidos por uma máxima; no fundo, nem nos passa pela cabeça que possamos duvidar deles. O ceticismo inicial acaba por ser auto-ilusão, não é uma dúvida real; e nenhum seguidor do método cartesiano descansa enquanto não recuperar as crenças que pôs de lado apenas formalmente. É um rodeio inútil ir até o Pólo Norte para chegar a Constantinopla descendo regularmente ao longo de um meridiano. Uma pessoa pode no curso de seus estudos encontrar razão para duvidar daquilo em que começou por acreditar; mas nesse caso duvida

porque tem uma razão positiva para fazê-lo e não por ordem da máxima Cartesiana. Não vamos agora duvidar em filosofia daquilo que não duvidamos em nossos corações. (PEIRCE, 1974: p. 77).

Parece ser lícito inferir que a dúvida em Peirce subjaz a doutrina do falibilismo. Fica evidente que o falibilismo de Peirce nos obriga a repensar a pertinência na qual as práticas sociais ordinárias estão solidificadas e, por consequência, o engendramento de produtos de design.

O falibilismo é uma doutrina e não um método. Ele decorre de um sistema teórico que incorpora a lição kantiana de fazer uma metafísica fundada na lógica sem, contudo, a tarefa hercúlea do sujeito constituidor de dar forma àquilo que de gênese não a tem, solução, a propósito, que pode ser comparada a um remédio alopatóico eficiente, mas agressivo pelos seus efeitos colaterais caracterizados por aquele resíduo de mundo incognoscível, constituído pela coisa-em-si. Assim, uma consequência axial decorre do falibilismo de Peirce, quando ele propugna que os limites do saber sejam substituídos pelos limites de sua precisão. Todo saber é falível porque, além de conter a soma das possibilidades de incidência de variáveis aleatórias, seja do agir humano, seja dos procedimentos semióticos de construção das representações, interage com a erraticidade intrínseca dos fenômenos, que impõe desvios em relação às leis. (IBRI, 2004, p. 177).

A justificativa deste trabalho está exatamente na existência desse falibilismo no qual o design está imerso, quando parte de uma prática social ordinária. De fato, a dúvida funciona como fator de mensuração de quão próximos estamos desse falibilismo, na criação de produtos de design.

Trata-se, pois, de entender que os produtos de design partem do pressuposto de mediadores na prática social ordinária. Logo, faz-se necessário pensar ou repensar em que medida o design contribui para o engendramento de hábitos sufocantes nessa prática. É evidente, desse modo, que resgatamos a doutrina do falibilismo de Peirce para mostrar o equívoco de uma abordagem solidificada na criação em design. De fato, tal questão somente reforça a necessidade de uma semiótica da descoberta e criação em design, design este colaborador de uma cultura intrínseca na prática social ordinária e passível de falência iminente, caso não estabeleça uma conexão com aquela prática social.

Embora seja certo que a cultura limita de muitas maneiras desconhecidas os seres humanos, essa restrição não é senão a rotina do hábito. Não foi para se deixar asfixiar que o homem desenvolveu a cultura, mas como uma forma de se mover, viver, respirar e desenvolver a sua individualidade própria. Para poder explorá-la, é-lhe necessário conhecê-la muito melhor. Não devemos tomar conservadorismo à compreensão de que a cultura formal pode exercer uma influência estabilizadora das nossas vidas. (HALL, 1994, p. 210).

Não é, portanto, de se admirar que o designer necessite duvidar dessa cultura asfixiante (caso ocorra) para, a partir da dúvida, fazer descobertas as quais gerem criações e, de tal modo, promover hábitos mais sustentáveis e funcionais. É bom que se note, antes de tudo, que sabemos da existência de propostas sustentáveis e de funcionalidades. Contudo, é no que diz respeito ao fato de tais propostas se tornarem hábitos na prática social ordinária que reside o nosso questionamento. Em que medida a intenção se torna hábito? Para tanto, o designer, nas palavras de Santaella, deve se equipar com uma capacidade observacional, pois:

A rapidez com que as linguagens estão crescendo parece estar exigindo de nós que nossa interação com elas não se limite ao nível puramente intuitivo, mas que possamos dialogar com elas no nível mais crítico e reflexivo. Essa é a finalidade de uma Teoria Geral dos Signos. Equipar-nos com uma capacidade de penetração analítica que nos permita ler os signos com a mesma naturalidade com que respiramos, com a mesma prontidão com que reagimos ao perigo e com a mesma profundidade com que meditamos. (SANTAELLA, 2000, p. XI).

É preciso notar, sobretudo, que tal capacidade de ler signos funciona como uma bússola para atingirmos os pontos necessários e os colocar em dúvida. Em outras palavras, o designer necessita dessa leitura para apreender o que efetivamente necessita ser colocado em dúvida. Pressupõe, no entanto, que, desse modo, avançaremos para o que FERRARA conceitua como um design semiótico.

Nesse ver, instala-se a primeira dimensão para um design semiótico. Estamos em um momento histórico e tecnológico marcado pela rapidez e pela mudança, o mercado é flexível, volúvel e programa o valor e sua descartabilidade: ao design cabe ser previdente e sensível às oscilações do momento para produzir com mais agilidade, a fim de adiantar-se à mudança. O ver semiótico é uma arma fundamental para operacionalizar essa agilidade e prontidão perceptiva, porém, é auxiliado pela contextualização histórica, geográfica, social, cultural e tecnologia a fim de saber ver para poder prever. Porém, nessa contextualização, impõem-se enfrentar a realidade que o designer encontra nas artimanhas da produção industrial. (FERRARA, 2004, p. 53).

Nota-se que o produto design não se estabelece em si, mas, sobretudo, na interface com outras linguagens e pelo seu efetivo uso. Sendo assim, o engendramento em design requer uma descoberta contida nas práticas sociais ordinárias, uma vez que são nessas práticas que o design efetivamente significa, à medida que converge e diverge em usos com e entre essas linguagens. Logo, pensar o design é pensar o modo pelo qual o usuário aciona o uso dos produtos desse design. O design, enquanto imerso em um sistema no qual a prática social ordinária se estabelece, rompe com a

característica de projeto para transformá-lo em manifestação de uma produção simbólica. Portanto, na relação que se estabelece entre projeto, contexto e usos, faz-se necessário o engendramento de uma semiótica da descoberta e da criação em design.

Qualquer prática é simultaneamente social e prenhe de significados. Escolher um modo de trajar-se ou comprar um carro, ao lado do seu caráter funcional – cobrir o corpo, servir de modo de locomoção – caracterizam nosso padrão de gostos e preferências, nossa escala de valores, nossa identidade como classe social. A escolha do tecido ou do modelo, da cor, da marca ou do ano do carro comunica não só nossa inserção social, mas também nossas expectativas e, sobretudo, o que queremos que pensem de nós, a autoimagem que queremos comunicar, o modo e as pessoas com as quais queremos nos relacionar. Estes elementos são linguagens não-verbais, analógica nas relações humanas, no mundo da comunicação, e as diferenças entre eles não podem ser interpretadas, apenas, como uma divisão social de classes ou possibilidades econômicas de acesso aos bens, mas são, também, linguagens que apontam para uma realidade cultural. (FERRARA, 1988: p. 7).

É preciso notar, sobretudo, que é na prática social ordinária que se efetiva a significação do design. Não surpreende, portanto, que o produto design que é apropriado e utilizado como elemento de valor de troca simbólica é aquele que perdura às ofensivas da dúvida. Não obstante, permanece em detrimento à concorrência de outros produtos de design que querem fixar suas crenças.

Se cada sentido funciona como elemento caracterizador de percepções determinadas e singulares, e cada código cria a sua própria sintaxe e maneira de representar, toda representação é uma codificação do mundo, um simulacro do universo e, portanto, uma informação cultural diferenciada. Nesse sentido, torna-se óbvio que, para decodificar qualquer sistema, é imprescindível reconhecer o signo e a sintaxe que o identificam. (FERRARA, 1988: p.8)

É bom que se note, antes de qualquer coisa, que se busca, aqui, uma metodologia de descoberta e criação em design, a qual surja do ato de colocar em dúvida as práticas sociais ordinárias estabelecidas. Trata-se, na verdade, da descoberta daquilo que engendra identificação e se estabelece como hábito. Todavia, os mecanismos de sintaxe partem de um obscurantismo revestido de sedução, no qual promovem uma opacidade para ver o que de fato se estabelece como uma codificação do mundo. De fato, Peirce afirma:

Mas – suponho eu – ao ver homens que pareciam claros e positivos sustentarem opiniões opostas acerca de princípios fundamentais, Descartes foi conduzido a afirmar não bastar a clareza das ideias, que deveriam ser, a par disso, distintas, isto é, não haver a propósito delas nada de obscuro. O que Descartes provavelmente quis dizer (pois que não se explicou com precisão) foi que as ideias devem resistir ao teste do exame dialético, devem não apenas parecer inicialmente claras, mas ser impossível um debate fazer emergirem pontos obscuros com elas relacionados. (PEIRCE, 1993: p. 50-51).

É legítimo supor que, de uma maneira geral, o designer ou o estudante de design partam da premissa de que a prática social ordinária na qual vivem é inicialmente clara, pois afinal não existe nenhum movimento efetivamente contestatório. Note-se que não estamos nos referindo aos movimentos contestatórios de mais sustentabilidade e ecologia. É preciso notar, sobretudo, movimentos contestatórios das origens que formaram tal prática social ordinária. Para tanto, somente um indivíduo consciente da falibilidade daquela prática social está apto à descoberta. Do contrário, segundo Peirce:

No que tange a um indivíduo, entretanto, não pode haver dúvida de que umas poucas ideias claras valem mais do que muitas ideias confusas. Dificilmente se conseguirá persuadir um jovem a sacrificar a maioria de seus pensamentos para salvar o resto; e o espírito perturbado é o menos capaz de perceber a necessidade de tal sacrifício. Podemos apenas apiedar-nos dele, como de uma pessoa portadora de defeito congênito. (PEIRCE, 1993: p. 52).

Não surpreende, portanto, que tenhamos muitos designers que, no tocante à criação, exerçam a reprodução. Evidencia-se que, somente ideias claras sobre o ambiente no qual estamos envolvidos permitem uma leitura da descoberta e, portanto, de criação em design.

O tempo ajuda, mas a maturidade intelectual, no que diz respeito à clareza, costuma chegar tarde. Essa parece uma infeliz acomodação da Natureza, especialmente porque para um homem já assentado na vida, cujos erros, em grande medida, já produziram os respectivos efeitos, a clareza é de menor utilidade do que seria para um homem que tivesse o caminho à sua frente. Terrível é ver como uma única ideia obscura, uma única fórmula sem significado furtivamente instalada no espírito de um jovem pode, por vezes, agir como obstáculo de matéria inerte numa artéria, impedindo a nutrição do cérebro e condenando sua vítima a consumir-se no total domínio de seu vigor intelectual e em meio a intelectual plenitude. (PEIRCE, 1993: p. 52-53).

De imediato fica evidente que, em função da conveniência - na qual a falta de clareza é promovida pela prática social - vários equívocos são proporcionados. De fato, o modo pelo qual vivemos, nem sempre nos é apresentado de forma clara. Portanto, segundo Peirce:

Muitos homens, ao longo de anos, acariciaram, como a um brinquedo favorito, a vaga sombra de uma ideia, demasiado sem sentido para ser decididamente falsa; e amaram-na apaixonadamente, dela fazendo a companheira de todas as horas, consagrando-lhe as forças e a vida, abandonando, por ela, todas as demais ocupações e, em resumo, vivendo com ela e por ela, tornando-se carne de sua carne e sangue de seu sangue; e despertaram em certa manhã gloriosa, para verificar que ela se tinha ido, que se tinha desvanecido como a bela Melusina da fábula e que, juntamente com ela, desaparecia a essência de suas próprias vidas.(PEIRCE, 1993: p. 53).

Parece necessário, portanto, entender que a prática social ordinária na qual vivemos parte, prioritariamente, de hábitos adquiridos. Por conseguinte, todo hábito somente se consolida em função da fixação de uma crença. Daí a necessidade da dúvida como fator determinante para descoberta e criação em design. Nota-se que é da dúvida que se podem verificar as descobertas intrínsecas nas práticas sociais ordinárias ocultadas pelos hábitos adquiridos pelas crenças. De fato,

E o que é crença? É a meia-modulação que encerra uma frase musical na sinfonia de nossa vida intelectual. Já vimos que é dotada de três propriedades: Primeiro, é algo de que estamos cientes; segundo, aplaca a irritação da dúvida; e, terceiro, envolve o surgimento, em nossa natureza, de uma regra de ação, ou, digamos com brevidade, o surgimento de um hábito. Na medida em que aplaca a irritação da dúvida, que é o motivo de pensar, o pensamento diminui sua tensão, e ao atingir a crença repousa por um momento. Como, entretanto, a crença é uma regra de ação, cuja aplicação envolve dúvida posterior e posterior reflexão, constitui-se, ao mesmo tempo, em ponto de escala e novo ponto de partida para o pensamento. (PEIRCE, 1993, p. 56).

Muito embora a crença funcione como uma suposta certeza no modo de agir, tal fato para a criação parece-nos desastroso. Trata-se, sobretudo, de entender que toda crença promove uma zona de conforto intelectual, na qual perecem a criatividade e a capacidade observacional. De fato, se a crença é algo de que estamos cientes, toda crença passa a ser algo previsível, portanto, algo rotineiro, o qual não acrescenta um novo modo de ver as coisas. Em seguida, aplaca a irritação da dúvida. Note-se que, se toda dúvida provoca uma irritação, tal irritação é fruto da ausência de referências do modo pelo qual devo agir. Daí surge a investigação e, conseqüentemente, a descoberta. Por outro lado, pode-se apegar à primeira crença, a qual me direciona no modo pelo qual seria ideal agir. Evidencia-se, assim, a ausência de questionamento de que tal crença seja falível ou não. Apega-se à crença pela conveniência, sob certos aspectos. E, finalmente, a crença gera um hábito. Hábito pressupõe não raciocinar, uma vez que alguém já o fez e, portanto, precisamos apenas segui-lo. É evidente, porém, que um profissional de design apegado às crenças tem uma produção criativa restrita ou ausente. Nesse sentido, pensamos que toda criação é o resultado do processo de dúvida imposta à crença engendrando, assim, descobertas ocultas no hábito. Na situação dada, o hábito determinará as ações práticas e intelectuais do designer, portanto, faz-se necessário

explicitar que tal hábito não foi criado, sob certos aspectos, pelo designer, mas sim, por alguém ou por instituição os quais ele nem questiona.

Nossas crenças orientam nossos desejos e dão contorno a nossas ações. Os Assassinos, ou sequazes do Velho da Montanha precipitavam-se para a morte à sua mais leve palavra de ordem, pois acreditavam que dar-lhe obediência asseguraria a felicidade eterna. Duvidassem e não teriam agido como agiram. Assim ocorre com toda crença, na dependência do grau de que se revista. O sentimento de crença é indicação mais ou menos segura de se ter estabelecido em nossa natureza uma tendência que determinará nossas ações. A dúvida nunca se acompanha de tal efeito. (PEIRCE, 1993: p. 76-77).

É preciso notar, sobretudo, o caráter de segurança do qual a crença se reveste. Sendo assim, ela determina um hábito. Portanto, temos ausência de questionamento. Ora, nota-se que talvez nem o raciocínio permeie tal prática social ordinária caracterizada pelo hábito, tal a eficácia de segurança que se estabelece na vida da pessoa via crença. No entanto, não podemos limitar “*a razão por que o hábito não pode ser tomado como uma noção meramente behaviorista, de estímulo-resposta, reduzido à alçada do orgânico (BORTOLOTTI, 2002: p. XVII)*”. Sendo assim, toda vez que um hábito é colocado em dúvida e sucumbe à mesma, verifica-se uma evolução a partir de um choque de realidade estabelecendo, assim, uma mudança de hábito.

Poucas pessoas se preocupam com estudar lógica, pois todas se julgam suficientemente conhecedoras da arte de raciocinar. Observo, porém, que tal suficiência só é reconhecida em relação à própria inteligência, não se estendendo à dos demais homens. A capacidade de traçar inferências é a última das faculdades sobre que adquirimos amplo domínio; é menos um dom natural do que arte de aprendizado longo e difícil. (PEIRCE, 1993: p. 71).

Não parece evidente que o caráter de segurança, além da geração de hábitos, faça com que as crenças promovam uma dispensa do ato de raciocinar por uma simples questão de conveniência. De fato, poderia ser, todavia, que, ao término desse percurso, deixasse-se entrever algo como: para que vou questionar algo que há tanto tempo é feito e praticado da mesma maneira? Ou algo como: se todos fazem dessa maneira, para que mudar? Mas, certamente, poucos vão raciocinar efetivamente no sentido de perguntar: qual a intenção da criação de tais hábitos? Quem ganha com tais hábitos? Poderíamos fazer diferente? Isso posto:

O objetivo do raciocinar é descobrir, a partir da consideração do que já sabemos, algo que não sabemos. Em consequência, o raciocínio será procedente se for levado a efeito de tal forma que nos conduza de premissas verdadeiras à conclusão verdadeira, afastadas outras possibilidades. (PEIRCE, 1993: p. 73).

Parece ser lícito inferir diante dessa contextualização que, na relação que se estabelece entre descoberta e criação em design, a dúvida é fator inerente. Nota-se que duvidar se estabelece como um raciocínio e, portanto, como descoberta.

Sob a determinação da crença, podemos dizer que o pensamento realiza sua atividade sem interrupção, conectando representações, conforme a determinação de um hábito. Ele trabalha, pois, dentro de uma situação já experimentada no mundo concreto ou na imaginação. Com a dúvida, essa cadeia habitual é rompida, passando o pensamento a errar, realizando novos experimentos, até que um hábito seja novamente estabelecido. (BORTOLOTTI, 2002: p. X-XI).

Outra justificativa para este trabalho é que, sendo a atmosfera de criação muito mais próxima da entropia, faz-se necessário que o designer estabeleça um raciocínio não previsível. Supomos, com efeito, que as rupturas, experimentos, erros e quebras de pré-conceitos são fundamentais no sentido de se criar uma atmosfera de descoberta. No tocante aos fatores citados, é evidente, porém, que o fator determinante para a execução dos mesmos recaia sobre a dúvida.

C.P. 477. Pode provar-se que o único efeito mental que pode ser assim produzido e que não é um signo, mas é de aplicação geral é uma mudança-de-hábito; por mudança-de-hábito uma modificação nas tendências de uma pessoa para a ação, que resulta de exercícios prévios da vontade ou dos atos, ou de um complexo de ambas as coisas. Exclui disposições naturais; mas inclui além de associações aquilo que podia ser denominado “transsociações”, ou alterações de associações, e inclui até dissociação que foi considerada habitualmente pelos psicólogos (creio que erroneamente) como de natureza profundamente contrária à associação. Os hábitos têm graus de força variados, que vão desde a dissociação completa até associação inseparável. Estes graus são mistura de prontidão de ação, por exemplo, excitabilidade, e outros ingredientes que não requerem análise separada neste local. A mudança-de-hábito consiste muitas vezes na elevação ou descuidada força do hábito. Os hábitos também diferem quanto à duração, que é igualmente uma qualidade compósita. Mas de uma maneira geral, pode dizer-se que os efeitos de uma mudança-de-hábito duram até que o tempo ou alguma causa mais definida produza uma nova mudança-de-hábito. Segue-se daí naturalmente que as repetições das ações que produzem a mudança aumentam as mudanças. É de notar que iteração da ação é frequentemente dita ser necessária para a formação de um hábito; mas usando um pouco a observação poderá refutar-se este erro. (PEIRCE, 1974:147-148).

Contudo, é fator notório que a experiência de duvidar recaia sobre um esforço hercúleo. Logo, a predisposição requer efetivamente uma mudança de hábito. Sendo assim, necessita-se entender que, desde o nascimento até o momento em que decide duvidar, muita coisa se configura como ideias obscuras travestidas de ideias claras. É nesse sentido, que visualizamos um recomeço agora não a partir de pré-conceitos, mas, sobretudo por conceitos engendrados a partir da vivência, da experiência.

CP. 51. Mas, precisamente, como ocorre a ação da experiência? Através de uma série de surpresas. Não é preciso entrar em detalhes. Antigamente, um navio navegava num mar tranquilo ajudado pelos ventos; o piloto estava na expectativa da monotonia habitual em viagens desse tipo quando topou num escolho. A maioria das descobertas, contudo, resultou da experimentação. Ora, ninguém realiza um experimento sem estar mais ou menos convencido de obter um resultado interessante, porque os experimentos exigem muita energia física e psicológica para serem levados a cabo ao acaso e sem objetivo. E naturalmente é possível que nada possa ser aprendido de um experimento que mostra ser como já esperávamos. É através de surpresas que a experiência nos ensina tudo aquilo que condescende a ensinar-nos. (PEIRCE, 1974: p. 27).

Tudo isso deixa claro que a descoberta está em duvidar, logo, a dúvida nos leva ao estado de investigação. Ora, só há investigação a partir da experimentação, ou seja, é somente a partir do ato de passar pela experiência que aprendemos com a experiência. Não surpreende, portanto, que passar por qualquer experiência é um ato libertador, à medida que buscamos entendê-la não por pré-conceitos, mas, sobretudo por aquilo que ela nos está apresentando, ou seja, é libertador porque passamos a engendrar conceitos e a não reproduzir pré-conceitos. É nesse sentido que a criação em design deve se pautar por uma atmosfera na qual nos interessamos por aquilo que não se repete.

Portanto, podemos concluir que, estando o designer ou o estudante de design imersos nas práticas sociais ordinárias, no tocante à descoberta e à criação, fica evidente a necessidade de entender que o que ocorre naquelas práticas tem um caráter de falibilidade e, portanto, faz-se necessária uma investigação, para entender os motivos pelos quais as práticas são da forma como são. Seria, pois, inferir que tais práticas são da forma que são em virtude das crenças fixadas.

Sendo assim, segundo Peirce, devemos exercer o ato de duvidar, para verificar a durabilidade do hábito. Ao duvidar, a crença entra em estado de sucumbência, o que abre precedente para a investigação de melhor hábito a ser estabelecido. Com efeito, cria-se uma atmosfera de descoberta. É nas descobertas que está a matéria-prima da criação em design. Tal proposição parte das práticas sociais ordinárias, onde efetivamente o design promove significação. Portanto, consideramos que a eficácia da criação em design não é um resultado de geração espontânea, mas, sobretudo de uma articulação naquela atmosfera na qual o design é acionado, a partir de seus usos e significações.

É evidente, desse modo, que se estabelece uma cooperação do usuário como condição de atualização do produto design. Podemos dizer isso de maneira mais precisa: um design é um produto cujo destino interpretativo deve fazer parte de seu próprio mecanismo generativo; gerar design significa pôr em marcha uma estratégia da qual façam parte as previsões dos movimentos do outro em relação tanto às ações previsíveis quanto às imprevisíveis - como em qualquer estratégia. É, dessa forma, que uma semiótica da descoberta e da criação em design necessita do entendimento de que, na relação entre descoberta e criação, faz-se necessário entender que, na prática social ordinária, estão inerentes códigos culturais em que está intrínseca uma produção simbólica que agrega e aproxima os indivíduos. No que se segue, portanto, a necessidade de um instrumental de leitura e decodificação de tais códigos, a fim de - mais do que prever - fixar novos hábitos a partir do design.

Não é, portanto, de se admirar que, ao duvidar de tais códigos, inicia-se uma investigação, a qual revela descobertas dos motivos pelos quais as crenças, travestidas em códigos culturais, tornaram-se hábitos degenerados.

Portanto, no que se refere à interface entre descoberta e criação em design pelo aporte filosófico e semiótica de Charles Sanders Peirce, a dúvida é fator inerente a tal operação. Por certo, conhecer é descobrir. De fato, toda descoberta nos revela um número de informações fora da área de conhecimento. Logo, é daí que temos a matéria-prima para o engendramento criativo em design.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORTOLOTTI, Ricardo G. **Signos da perfeição: a função do hábito no pensamento de Charles S. Peirce e suas fundamentações escolásticas**. 2002. 210 f. Tese (doutorado) _ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Curso de Pós-Graduação em Filosofia.

IBRI, Ivo Assad. **Semiótica e Pragmatismo: Interfaces Teóricas**. *Cognitio*, São Paulo, v.5,n.2, p. 168-179, 2004.

FERRARA, Lucrécia D`Alessio. **Ver a cidade: cidade, imagem, leitura**. – São Paulo: Nobel, 1988.

_____ **Do Desenho ao Design: um percurso semiótico?** Revista Galáxia.(on-line) São Paulo, 2004.



_____ **Design em espaços.** – São Paulo: Edições Rosari, 2002.

FESSORE, Gisele Molinari. **O Pragmatismo como método: em busca de um terceiro grau de clareza.** Dissertação (Mestrado em Filosofia) Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2005.

HALL, Edward. T. **A linguagem Silenciosa.** Lisboa/Portugal: Relógio d`água editores, 1994.

IBRI, Ivo Assad. **Kósmos Poietikós. Criação e Descoberta na Filosofia de Charles S. Peirce.** Tese de Doutorado. Filosofia USP, 1994.

PEIRCE, Charles Sanders. **Escritos Coligidos.** São Paulo: Abril Cultural, 1974.

_____ **Semiótica e Filosofia.** São Paulo: Cultrix, 1993.

_____ **Antologia Filosófica.** Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1998.

SANTAELLA, Lucia. **A Teoria Geral dos Signos. Como as linguagens significam as coisas.** São Paulo: Editora Pioneira, 2000.