

FACULDADE DE ENGENHARIA DA UNIVERSIDADE DO PORTO
Departamento de Mecânica

CONSCIÊNCIA E DESIGN
PERCEPÇÃO, SENTIMENTO, EMOÇÃO

Florentino Barbedo Soares
Licenciado pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Dissertação submetida para satisfação parcial dos
requisitos do grau de mestre em Design Industrial

Dissertação realizada sob a supervisão do
Professor Doutor Bernardo Pinto de Almeida,
Professor Catedrático da
Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Porto, Outubro de 2005

O espaço do olhar

*O espaço do olhar é tão claro e aberto
que nós estamos no mundo antes de o pensarmos
e nada nele indica que exista um outro lado
de sombras incertas de silêncios abismais
Vivemos no seio da luz, onde o inteiro vibra
com a sua evidência de claro planeta
e ainda que divididos vivemos no seu espaço uno
porque é o único em que podemos respirar
As nossas sombras não nos acolhem como folhas
envolvendo o fruto o nosso desamparo vem de mais fundo
e nele não podemos manter-nos temos de ascender
ao móvel girassol do nosso olhar
ainda que seja só para ver a fulva monotonia do deserto
A vocação da pupila é o imediato universal
quer caminhemos numa rua quer viajemos pelo mundo
quer ainda diante de uma página em branco
A palavra pode anteceder a visão mas também ela é atraída
para o luminoso espaço em que desenha os seus contornos
Como poderia a palavra fingir o que lhe foge
sem a superfície de um solo iluminado?*

António Ramos Rosa 1

Resumo

Qualquer forma que não nasce da natureza ou, mesmo que nela tenha origem é deslocada do seu ambiente original, passa a ser adaptação ou criação do homem...

É Design!

Este raciocínio, longe de ser pacífico e de nos deixar apenas como usufruidores ou meros espectadores, deve ser objecto de reflexão por implicar com o nosso bem-estar e qualidade de vida, inquieta-nos.

O Design contribui, assim, ou é a justificação para grande parte das nossas mudanças de humor, sendo também, e isto não é menos importante, o fundamento para o aliciamento no sentido do consumo ou, no sentido oposto, do desinteresse.

O consumo compulsivo e irracional deve, tal como o desinteresse, ser motivo para estudo. Ambos obrigam a uma tomada de consciência.

Design é Marketing.

Justifica-se e é necessária a clarificação da influência que o Design tem no homem ao marcar os seus limites éticos.

Consciência e Design estão assim próximos pelo interesse, necessidade e obrigação de análise, no sentido de ver o quanto um deve estar presente no outro.

O objecto desta dissertação orienta-se para o entendimento e desenvolvimento dos elementos e trabalhos de quem, directa ou indirectamente, se tem preocupado com este assunto: cientistas, filósofos e pensadores.

A consulta e recolhas de informação colhidas em livros e revistas, via Internet, apontamentos de palestras e seminários, possibilitaram a elaboração de conclusões úteis, para quem esteja atento a estes aspectos, abrindo vias para outras reflexões e possíveis conclusões.

O Design como matéria de estudo para que se entenda esta contemporaneidade, que tende somente para a vivência externa das coisas, pessoas e produtos, relegando-se para plano secundário a compreensão interna, como errada, desinteressante, parecendo que não tem relevância o facto de tudo o que é produzido inquietar e alterar sempre a vida das pessoas e do mundo.

E é para discutir este modo de viver que se elabora este trabalho, desenvolvido para concluir uma opinião e deixar questões para que outros se interessem por desenvolver mais completos estudos e aprofundamento nesta área onde se procura a percepção e justificação da interligação do Design com a Consciência.

O Design, parte integrante da vida humana, a sua influência por e através da emoção, da percepção e do sentimento.

Summary

Any form that isn't born out of nature or, if it was originated in it but is dislocated from its original surroundings, it becomes an adaptation or a creation of man... It's Design!

This reasoning, far of being pacific and in it leaving us as only users or mere spectators, must be reflected upon as it implies with our well-being and quality of life, as it troubles us.

The Design contributes thus, or is, the justification for great part of our changes of mood being also, and this is not less important, the basis for our drawing into consumption or, in the opposing direction, of the disinterest.

The irrational and compulsory consumption must, such as the disinterest, become a study case. Both compel to a conscience taking.

Design is marketing.

It is justified and mandatory the clearing up of the influence that the Design has in the man... to define its ethical boundaries.

Ethics and Design are thus close for the interest, necessity and obligation of analysis, as to be disclosed how much one should be present in the other.

The object of this essay is oriented towards the understanding and development of the elements and works of who may direct or indirectly been worried about this subject; such as scientists, philosophers and thinkers.

The research and recall of information harvested from books and magazines, as well as the Internet, notes of lectures and seminaries, make possible the elaboration of useful conclusions, for the ones aware of these aspects, opening ways for other reflections and possible conclusions.

Design as study case so that one understands its contemporary essence, that only tends towards the external experience of the things, so people and products, are internally understated and relegated to a secondary plan, seeming that it does not have relevance the fact that everything that is produced moves and alters the life of people and the world itself.

And it is for debate this way of living that this work has been elaborated, developed to conclude an opinion and to raise questions so that others which are interested in the development of more complete in-depth studies within this area where one looks to the perception and justification, of the interconnection of the Design with the Conscience.

Design, is an integrant part of the human life and its influence par and through the emotion can be felt in the perception and in the feelings.

Prefácio

Agradecimentos

Para a elaboração da presente dissertação, tivemos que realizar inúmeras investigações, consultas, frequência de aulas, conferências, que fizeram parte integrante do seu desenvolvimento.

Neste sentido, pelas suas informações, acompanhamento e disponibilidade, quero aqui agradecer destacadamente às seguintes pessoas:

Professor Doutor Bernardo Pinto de Almeida

Professor Doutor José Manuel Mendonça

Professor Doutor Joaquim Sabino Domingues

Professor Arquitecto José Manuel Soares

Engenheiro Mestre Roberto Manuel Ferreira Marques

Apresentação do problema a tratar

*A Beleza é...
...Antes uma imagem que vedes
mesmo de olhos fechados
e um canto que ouvis
mesmo tapando as orelhas*

Khalil Gibran 1

A beleza é um lugar exterior e, simultaneamente, um lugar interior. Estão ligados. Mesmo a própria aparição do outro em nós e de nós no outro é, em si, a demonstração de um exterior interiorizado.

A vida é o constante entrecruzar do “eu” com o outro.

O Belo é, assim, realizado através de vivências do corpo, entre contemplador e contemplado.

Ao olharmos o outro não há tema, o que existe é fulguração, intuição.

Percepção, Sentimento, Emoção...Consciência.

O entendimento do design como um acto é a sua consciencialização.

Pela desconstrução, pondo em relevo os respectivos elementos constituintes, trabalhando a abertura do sentido, é a via para o seu entendimento.

Percepção, Sentimento, Emoção...Ética, são as partes passíveis de desenvolvimento.

O meu objectivo foi a aproximação ao que nos pode propiciar felicidade enquanto observadores e usuários, tentando aproximar-me da explicação para esta relação, complexa, que temos com as coisas.

Fascinou-me divulgar esta inquietação porque pensar (ou, se quiserem filosofar), faz-se sempre a partir do presente, no presente.

Entendo que deve ser uma preocupação de todos tomar consciência que a coisa, o produto, não se fica pela execução, que se revela atingindo o seu fim, ao ser usado, finalmente presente ao mundo e à sua opinião.

Os produtos devem obter o reconhecimento das pessoas.

Índice

Primeira parte

Apresentação e objectivos

Capítulo I - A Percepção no Design.	9
1.1. A Percepção no Design.	
1.1.1 Consciência.	
1.1.2 Sentimento.	
1.1.3 Emoção.	
1.1.4 Ética.	
Capítulo II - Enquadramento do trabalho.	25
2.1 O designer	
2.2 Dimensões filosóficas de uma abordagem.	
Capítulo III- Apresentação do problema a tratar.	30
3.1 Objecto da dissertação	
3.2 A qualidade como futuro.	
3.3 A obra, a exterioridade, a utilidade.	
Capítulo IV- Reflexão com suporte documental, atitude crítica sobre o trabalho e análise.	36
4.1 Reflexão.	
4.1.1 A noção de utopia	
4.2 O design e o interesse pelo produto	
4.3 Análise. A contemporaneidade.	
4.3.1 O Marketing da Nova racionalidade.	
4.3.2 A Sedução e a Emoção.	
4.3.3 O Design e o Belo.	
4.3.4 O Design de Produto e a Humanização.	
4.3.5 O Externo e o Interno.	
4.3.6 A educação pelo Design	
4.3.7 O corpo, objecto de design.	
Capítulo V - Dificuldades subjacentes, limitações do trabalho desenvolvido.	51
5.1 Limitações do trabalho desenvolvido.	
5.1.1 Relação da Produção com a Economia.	
5.1.2 Limitações à Inovação da responsabilidade das Empresas, da Universidade e do Estado.	
5.1.3 Limitações próprias da ausência de diálogo e aceitação tácita do conservadorismo e liderança rígida, do politicamente correcto.	
Capítulo VI- Objectivos do estudo, perspectiva seguida e resultados obtidos.	56
6.1 Método seguido e porquê?	

Segunda parte

Indagação, aprofundamento e novas questões.

Capítulo VII - Roteiro breve sobre as restantes partes da dissertação.	61
Capítulo VIII- Relacionamento do trabalho com investigações anteriores na área, indagação teórica, aprofundamento e projecção do problema decorrente.	67
8.1 Desenvolvimento do trabalho: Indagação teórica.	
8.2 O Neuromarketing: Inovação no Marketing?	
8.3 Aprofundamento e projecção do problema decorrente. Transpor para a prática as perspectivas teóricas indagadas.	
8.4 Do ouvir ou percepção à compreensão ou entendimento. O ritmo.	
Capítulo IX – Sumariar conclusões.	81
9.1 Recordar o problema estudado.	
9.2 A mudança radical	
9.3 Pesquisar, perceber os outros. Os aspectos culturais e a educação.	
9.4 A razão tem emoções que o coração desconhece	
9.5 Tomada de consciência em relação à produção	
9.5.1 A emoção, a produção, a economia e o comércio.	
9.5.2 O design como processo técnico.	
9.5.3 A autoria.	
9.5.4 O “eu” autobiográfico.	
9.5.5 Perceber o conteúdo do design.	
9.5.6 O design ecológico e o usuário.	
9.6 Crise do Design	
9.7 Remeter para nova relação com a problemática	
Capítulo X – Constatação final.	99
10.1 Constatação final	
10.1.1 Imaginação e representação	
10.1.2 Consciência, necessidade e emoção	
10.1.3 Tangível e intangível	
10.1.4 O futuro...	
10.1.5 A economia...	
10.1.6 O objecto: Ícone e sonho.	

Índice de figuras

Figura 1 - Vista medial e inferior de um hemisfério cerebral após remoção de parte do diencéfalo, de modo a expor o fascículo mamilotalâmico.	14
Figura 2 - Principais componentes do sistema límbico, mostrando-se também o circuito de Papez.	15
Figura 3 - Esquema de um corte frontal do giro para-hipocampal e hipocampo.	16
Figura 4 - Corte frontal do cérebro passando pela comissura anterior. Notam-se as estruturas do corpo estriado e o núcleo basal de Meynert, situado na substância inominata.	17
Figura 5 - Esquema das conexões eferentes do sistema límbico com a formação reticular do mesencéfalo.	18
Figura 6 - PRESS CITRON 1990, Philippe Starck.	83
Figura 7 - Biblioteca Almeida Garrett (Galeria, exterior) 1.	131
Figura 8 - Biblioteca Almeida Garrett (Galeria, exterior) 2.	131
Figura 9 - Biblioteca Almeida Garrett (Galeria, exterior) 3.	132
Figura 10 - Biblioteca Almeida Garrett (Cafetaria).	132
Figura 11 - Biblioteca Almeida Garrett (Biblioteca).	133
Figura 12 - Biblioteca Almeida Garrett (Auditório).	133
Figura 13 - Casa de Chá de Leça da Palmeira (Vista exterior).	135
Figura 14 - Casa de Chá de Leça da Palmeira (Vista interior).	136
Figura 15 - Entrada do MAC-Museu de Arte Contemporânea de Serralves.	138
Figura 16 - MAC-Museu de Arte Contemporânea de Serralves.	139
Figura 17 - Igreja de Marco de Canaveses, vista do nível inferior, cripta.	141
Figura 18 - Igreja de Marco de Canaveses, interior que se oferece a quem entra pela porta principal.	142
Figura 19 - "Anémoma Gigante", em Matosinhos, vista de noite.	144
Figura 20 - "Anémoma Gigante", em Matosinhos, vista de dia.	145
Figura 21 - "Anémoma Gigante", em Matosinhos, o efeito do vento.	146
Figura 22 - "Anémoma Gigante", em Matosinhos, estruturas de suporte.	147
Figura 23 - "Anémoma Gigante", em Matosinhos, alusão e significado.	148
Figura 24 - (conjunto) Design "acessórios", Siza Vieira.	149
Figura 25 - (conjunto fotográfico) Alvar Aalto.	151
Figura 26 - (conjunto) Design de Alvar Aalto.	152
Figura 27 - Fotografia de Gaetano Pesce.	153
Figura 28 - (conjunto) Design de Gaetano Pesce 1.	154
Figura 29 - (conjunto) Design de Gaetano Pesce 2.	155
Figura 30 - Fotografia de Andrea Branzi.	156
Figura 31 - (conjunto) Design de Andrea Branzi 1.	157
Figura 32 - (conjunto) Design de Andrea Branzi 2.	158
Figura 33 - (conjunto) Design de Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 1.	159
Figura 34 - (conjunto) Design de Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 2.	160
Figura 35 - (conjunto) Design de Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 3.	161
Figura 36 - (conjunto) Design de Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 4.	162
Figura 37 - (conjunto) Design de Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 5.	163
Figura 38 - (conjunto) Design de Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 6.	164
Figura 39 - Fotografia, Philippe Starck.	165
Figura 40 - (conjunto) Design de Philippe Starck 1.	166
Figura 41 - (conjunto) Design de Philippe Starck 2.	167

Primeira parte

Apresentação e objectivos

Capítulo I

1.1 A Percepção no Design.

Aqui, a Percepção é tomar conhecimento do Design mas, criticando-o, pela experiência adquirida.

E essa experiência, da qual depende a Percepção, é função do nível do sistema cultural a que pertence quem exerce essa mesma percepção.

“Poiesis”, fazer, como produzir; é um aspecto do design mas também devemos falar de “estesis”, da capacidade de percepção, da mediação dos sentidos. O design coloca-nos um relacionamento interpessoal como facto social que é! Não é apenas “a obra em si” – é também o que suscita. O que em mim fecunda, como Nietzsche sugeriu a propósito da “Cármem” 1.

Sistemas culturais diferentes engendram percepções diferentes.

Por isso, no Design, o mesmo que dizer no Marketing, o estudo do mercado para que se dirige o produto, tem toda a importância.

Pensando, em termos de produção, poderemos ter outra estratégia como adiante se verá, em entrevistas e suas conclusões, quando se pensa de forma mais alargada, ou mesmo em desenvolver produtos em antecipação a uma época.

Tudo parece que começa com a sensação de que o comportamento passivo da Consciência é de sinal contrário à dinâmica da Razão, esta a actividade intelectual que estabelece a conexão entre o Saber e o Realizar.

Assim, o primeiro impulso da imaginação é a percepção. Nesse estágio, embora parecendo já pronto e formado, é mera ilusão 2.

Ao tomar contacto com a matéria física, ou com a própria palavra, vai-se transformando e enriquecendo com as dificuldades imprevistas, simplificando-se pelas “ajudas” que lhe são conferidas pelo próprio material com que contacta durante a elaboração, emocionalmente. Para haver emoção é necessário haver um objecto 3.

Mas o devir imagem do real, antecipa a plasticidade absoluta da matéria, e assim, a percepção é a base que possibilita a aplicação imaterial, que inicia o estabelecimento da comunicação, da interface.

Interface que é, por definição: “Comunicação; dispositivo material ou aplicação imaterial; permuta de dados entre sistemas de normas diferentes sem perturbar o funcionamento nem do emissor nem do receptor” 4.

A percepção é o resultado do “conteúdo”, conjunto informação mais conhecimento do indivíduo, a hermenêutica interpretando esses sinais, é o produto final diverso do embrião inicial, participante na vida (de uma época) não é, portanto, totalmente individual 5.

Percepção é a soma dos elementos subjectivos e objectivos que entram no processo perceptivo como elementos intencionais (6) tendo, como primeiro raciocínio, que a criação é primeiramente de ordem filosófica e espiritual, justifica a tendência dos designers de hoje procurando pôr em cena o invisível, podendo assim tudo devir interface; tudo funcionando ou podendo vir a funcionar como interface.

O corpo como interface das interfaces – jogando-se nele todo o nosso destino 7.

Beleza e emoção porque, virtualidade e utopia, tal como o sonho, são elementos fundamentais para o homem. Uma necessidade que lhe é indispensável revelando-se em várias formas de ver, que se complementam.

A percepção, para além de uma medição segundo um qualquer método ou padrão, vista segundo tensões orientadas por estímulos e estas tensões dirigidas, são tão imediatamente percebidas como as dimensões no espaço, as quantidades ou o posicionamento 8.

O Ocidente, preferindo as concepções estáticas, teoriza sobre a percepção, excluindo os seus aspectos dinâmicos, atribuindo-os a uma espécie de projecção de geração interna ou ao sentimento como faculdade especial negativamente definida.

O modo mais geral de perceber põe a tónica nas tensões dirigidas, e é um pré-requisito para a atitude estética, embora não seja monopólio dela.

A existência de uma faculdade especial de sentimento revela aspectos onerosos e equívocos analisando-a sob processos de alguma simplicidade como os da apreensão das estruturas perceptuais.

A criação requer, por exemplo, a faculdade de julgar a correcção de uma estrutura compositiva, quanto a equilíbrio, unidade e ritmo e, assim, o intelecto, que pode optar pela aplicação da proporção, tem um papel que, embora secundário, é bem definido.

A apreciação do correcto e do incorrecto efectua-se na realidade simplesmente olhando e escutando, muitas vezes sem tomar consciência dos critérios que a determinam. Tornar claros esses critérios está apenas ao alcance, com esforço e pertinácia, dos bons críticos e professores. Mas o criativo, ou o entendido são guiados pelas mesmas tensões que se reconhecem como a base da percepção. As forças constituem um produto equilibrado, a obra estará incompleta ou não será de qualidade, se analisarmos dentro da estrutura as tensões e pressões que indicarão não só que algo vai mal, mas também, onde há que corrigir e em que direcções há que fazê-lo 9.

Há uma visão sobre a qual reflectimos que só é sentida de facto como pensamento, juízo, leitura de signos – inspeccionada pelo espírito. E há a visão que tem lugar, pensamento instituído, honorário, dominada por um corpo que lhe pertence, a qual só percebemos exercendo-a, que introduz, entre o espaço e o pensamento, a ordem autónoma do composto de alma e corpo. Assim, o olhar, também é interface, tal como diz Merleau-Ponty «...quando tudo se resume a compreender que os nossos olhos de carne são muito mais do que receptores para as luzes, as cores e as linhas...» (10), compreensão que, transportada para a arte, coloca o olhar em posição de juiz supremo como já se sabia na Renascença 11. E o raciocínio, com a respectiva leitura sobre o olhar, indicam-no como sensação, cuja valoração passa pelo acto do conhecimento na forma de execução escolhida, sabendo nós que esse caminho terá o tipo de visibilidade que adoptarmos 12 e 13. Também podemos situar a visão, comumente designando os olhos como janelas da alma, também como via para as percepções virtuais de hoje, metáfora para tudo o que tem a ver com o pensamento, o sonho, a deslocação no tempo e no espaço, colocando o olhar no plano de reflexão que lhe é devido, podendo ser entendido, com o corpo, como interface fundamental, passagem para outras interfaces, cabendo-nos perceber, como deve ser, que os olhos estão muito para além de simples encaminhadores de imagens exteriores e lineares 14.

Hoje, falar em interfaces é uma questão central. Sem deixar de lembrar que o homem, desde sempre, sentiu necessidade de interfaces para poder viver.

Começando por precisar de sonhar, ou deixar deambular (ou fixar) o pensamento para se auto regenerar, partindo mesmo para planos superiores da ordem do espiritual. Temos exemplos: O homem das cavernas, com as pinturas rupestres, utilizando-as como metáfora para fins muito mais complexos do que o simples gosto em gravar na rocha um qualquer desenho. Sem dúvida, coisas que não parecem ter sido criadas, que parecem ter-se formado.

Na Idade Média, com tudo praticamente servindo de interface com o divino, procurando-se otimizar em locais precisos (como que para uma interfaciação imediata) como as igrejas e catedrais, como concentração do sagrado, significando uma superioridade e uma eficácia completas.

De facto tudo pode ser entendido como interface:

Desde um qualquer objecto doméstico, as imagens num monitor até uma instalação cibernética, tudo se generalizou. Tudo funciona ou pode funcionar como interface.

As interfaces, questão central, devem ser entendidas como associadas à técnica sem se confundirem com ela, permitindo mesmo questionar profundamente a sua lógica.

Se, na Idade Média, a interface com o divino significava e era uma espécie de mobilização para a “salvação”, hoje, interface tem uma leitura de tal modo abrangente que o mais artificial se confunde com o mais vital, a utopia torna-se real, cada vez mais se dilui a diferença entre projecto e realização.

O projecto é realização e realização é projecto.

-Se na época medieval, o real era entendido como “espelho distorcido”;

-Se o homem das cavernas riscava a parede da gruta, sabendo-se que era movido por uma outra ideia fundamental;

-Se a consequência do alargamento do ciberespaço é a tendência a ele próprio englobar no seu interior cada vez mais segmentos do real...Então tudo se resolve em torno da nossa percepção, do nosso olhar, da interface (primeiro e último) que é o nosso corpo, da necessidade de humanização, de ética. Ética que é fundamental como integrante do entendimento de termos uma atitude consciente, crítica, no sentido de constatar a necessidade de humanizar sempre, porque esse é o “movente”, o impulso para o avanço tecnológico, científico. Percebe-se isto, por sabermos que a evolução, a comunicação entre todos e a interactividade com a máquina, resulta sempre, como já se viu, do erro, do imprevisto, do homem.

Parece que todas as diferenças tendem a tornar-se insignificantes.

Portanto existe um momento em que a técnica e a estética se fundem. Esse é o momento que domina o design 15.

É pela percepção que tomamos conhecimento da realidade.

Ela está em interacção constante entre o que é percebido e o sujeito que percebe, é um comportamento especificamente humano, tributário da subjectividade.

Sendo a percepção a faculdade de colocarmos face a nós próprios um universo de significações, percebe-se a ligação entre percepção e conhecimento, podemos mesmo dizer que sistemas culturais diferentes engendram percepções diferentes.

A percepção não se restringe a uma actividade sensorial pois completa-a e critica-a globalmente pelo conjunto da experiência adquirida.

Sobre comunicação, porque existimos para meditar sobre o “outro”, fazemos sempre para o outro, em direcção a ele, desconhecido, do qual não temos medida.

O rosto de Deus é aquilo que se procura para comunicar e, amar, é dar ao outro aquilo que não temos para lhe dar.

A percepção, o devir como imagem do real, antecipa a plasticidade absoluta da matéria é o elo que humaniza, estabelece a ligação com as interfaces, tudo se começa e realiza através e com a percepção 16.

1.1.1 Consciência.

A Razão, faculdade de julgar os próprios actos, é a definição mais precisa de Consciência. É o sentimento que o homem tem de si mesmo, o conhecimento da sua própria existência e do mundo, a ideia que faz da unidade da sua pessoa.

A consciência é, assim, um estado em que o ser experimenta o seu “Eu”, personalidade dotada de pensamento e de vontade. Este “Eu” é sentido como distinto do mundo exterior. A consciência qualificada de psicológica coincidindo com o próprio objecto da psicologia.

Como é que se explica a consciência?

Para alguns, a consciência é apenas um epifenómeno, um simples reflexo dos diferentes impulsos nervosos sentidos pelo indivíduo são sensações. É, de facto, um fenómeno complexo, fundamentado na percepção directa da personalidade, com o que esta supõe de único e impenetrável.

A personalidade enriquece-se constantemente graças a uma corrente de pensamento contínua, que faz com que cada sensação seja sempre nova.

O próprio conteúdo da consciência está em constante transformação.

Tem uma actividade própria e está ligada a cada indivíduo.

Como consciência moral entende-se o sentimento interiorizado do bem e do mal que permite aos homens julgar os seus actos. Nasce da consciência da ideia do dever, que leva o homem a agir num determinado sentido, mas também da responsabilização, segundo a qual o homem responde pelos seus actos. A consciência funda a responsabilidade. A ideia de obrigação procederá da razão mas também é adquirida, como resultante da hereditariedade ou da experiência individual. Os racionalistas admitem que a ideia de obrigação moral provém ao mesmo tempo de um passado e de um presente objectivos e colectivos, por um lado, e do pensamento individual que lhe reconstrói os dados, por outro.

O *inatismo* é uma doutrina filosófica segundo a qual existem na consciência ideias inatas, cuja actualização pertence ao homem.

Para a *psicanálise*, a consciência é a parte consciente do ser, por oposição ao inconsciente e ao subconsciente 17.

1.1.2 Sentimento.

1.Passivo e Activo, Sensação e Razão (em sentido estrito, a actividade intelectual superior que estabelece a conexão entre o saber e o realizar) (18), são os dois pólos do todo, justificando que Fazer implica Sentir.

E é a intensidade da Sensação que está na origem da Reacção que pode ser de maior ou menor valor. A uma Sensação intensa corresponde sempre uma Reacção afectiva elevada resultando daí uma emoção.

1.1.3 Emoção.

Abordagem sobre as áreas encefálicas relacionadas com as emoções.

O sistema límbico.

1.1.3.1 Introdução.

A alegria, a tristeza, o medo o prazer e a raiva são exemplos do fenómeno da emoção.

Para os estudar dispomos de dois componentes: O central, subjectivo, e o periférico que é o comportamento emocional.

O comportamento periférico é o modo como se expressa a emoção sendo o conjunto dos padrões das actividades motora, somática e visceral, característicos de cada tipo de emoção e também de cada tipo de espécie.

Para o estudo da emoção é importante distinguir o componente interno, subjectivo, e o componente externo, parte expressiva da emoção. Este entendimento percebe-se melhor se tomarmos como exemplo um actor ao simular os padrões motores ligados à expressão de determinada emoção sem, de facto, sentir nenhuma emoção.

Hess, Prémio Nobel de medicina, demonstrou que os fenómenos emocionais estão relacionados com áreas específicas e não, como se pensava, dependentes de todo o cérebro. Implantando eléctrodos em diferentes pontos do hipotálamo, observou as várias manifestações de comportamento emocional quando essas áreas eram estimuladas electricamente em animais livres e acordados.

Assim, hoje, sabe-se que as áreas relacionadas com os processos emocionais estão situadas em espaços bastante grandes do encéfalo com destaque para o hipotálamo, a área pré-frontal e o sistema límbico.

De referir, pelo seu interesse, que a maioria dessas áreas tem relação com a motivação, com relevo dos processos motivacionais primários, ou seja, aqueles estados relativos aos aspectos de necessidade ou desejo essenciais à sobrevivência da espécie tais como a fome, a sede e o impulso sexual. As áreas encefálicas ligadas ao comportamento emocional também controlam o sistema nervoso autónomo, o que se percebe facilmente se olharmos para a importância da participação desse sistema na expressão das emoções.

Façamos uma digressão por essas áreas.

1.1.3.2 Tronco encefálico

O papel do tronco encefálico é principalmente o actuante e age basicamente na expressão das emoções.

1.1.3.3 Hipotálamo

O hipotálamo participa na regulação do comportamento emocional. Esta função de regulação foi largamente confirmada em vários animais e no homem.

Entende-se como evidente que o hipotálamo tem um papel de relevo na coordenação das manifestações periféricas das emoções. E ainda, sabendo-se entretanto que a estimulação de certas áreas do hipotálamo no homem desperta uma sensação de prazer, isto sugere a sua participação também no componente central, subjectivo, da emoção. Conclui-se, assim, que o hipotálamo exerce um importante papel na coordenação e integração dos processos emocionais.

1.1.3.4 Tálamo

No tálamo, o núcleo dorsomedial e os núcleos anteriores, quando lesionados ou estimulados, estão relacionados com reacções emocionais no homem e nos animais em geral. O dorsomedial liga-se ao córtex da área pré-frontal, ao hipotálamo e ao sistema límbico e essas conexões são importantes para a regulação do comportamento emocional.

1.1.3.5 Área pré-frontal

É a parte não motora do lobo frontal. Caracteriza-se como córtex de associação supramodal e o seu desenvolvimento acompanhou a evolução dos mamíferos. No homem representa cerca de $\frac{1}{4}$ da superfície do córtex cerebral. Possui em si um conjunto complexo de conexões e, por meio dos fascículos de associação do córtex recebe fibras das outras áreas de associação do córtex e liga-se, também, ao sistema límbico.

Egas Moniz e Almeida Lima, fizeram pela primeira vez, em 1936, a lobotomia (ou leucotomia) pré-frontal, para tratamento de doentes psiquiátricos com quadros de depressão e ansiedade. Envolvimento desta área: a) Escolha das opções e estratégias comportamentais. b) Manutenção da atenção. c) Controle do comportamento emocional, função que é exercida juntamente com o hipotálamo e o sistema límbico.

1.1.3.6-Sistema límbico

Na face medial de cada hemisfério cerebral observa-se um anel cortical contínuo constituído pelo giro do cíngulo, giro para-hipocampal e hipocampo (figura 1, p.14 e figura 2, p.15). Este anel cortical contorna as formações inter-hemisféricas e foi considerado por Broca como um lobo independente, o grande lobo límbico (de limbo, contorno). Existe em todos os vertebrados. Em 1937, o neuroanatomista James Papez publicou um trabalho famoso, no qual propunha uma nova teoria para explicar o mecanismo da emoção. Este mecanismo envolveria as estruturas do lobo límbico, do hipotálamo e do tálamo, todas unidas por um circuito hoje conhecido como circuito de Papez. Estas estruturas compreenderiam um mecanismo harmonioso, que não só elaboraria o processo subjectivo central da emoção, mas também participaria de sua expressão. Embora muitos aspectos da teoria da emoção de Papez não sejam mais aceites, o ponto fundamental, isto é, a importância das estruturas do lobo límbico e de suas conexões nas manifestações emocionais está, hoje, amplamente confirmado. Este é, portanto, um sistema relacionado fundamentalmente com a regulação dos processos emocionais e do sistema nervoso autónomo constituído pelo lobo límbico e pelas estruturas subcorticiais a ele relacionadas.

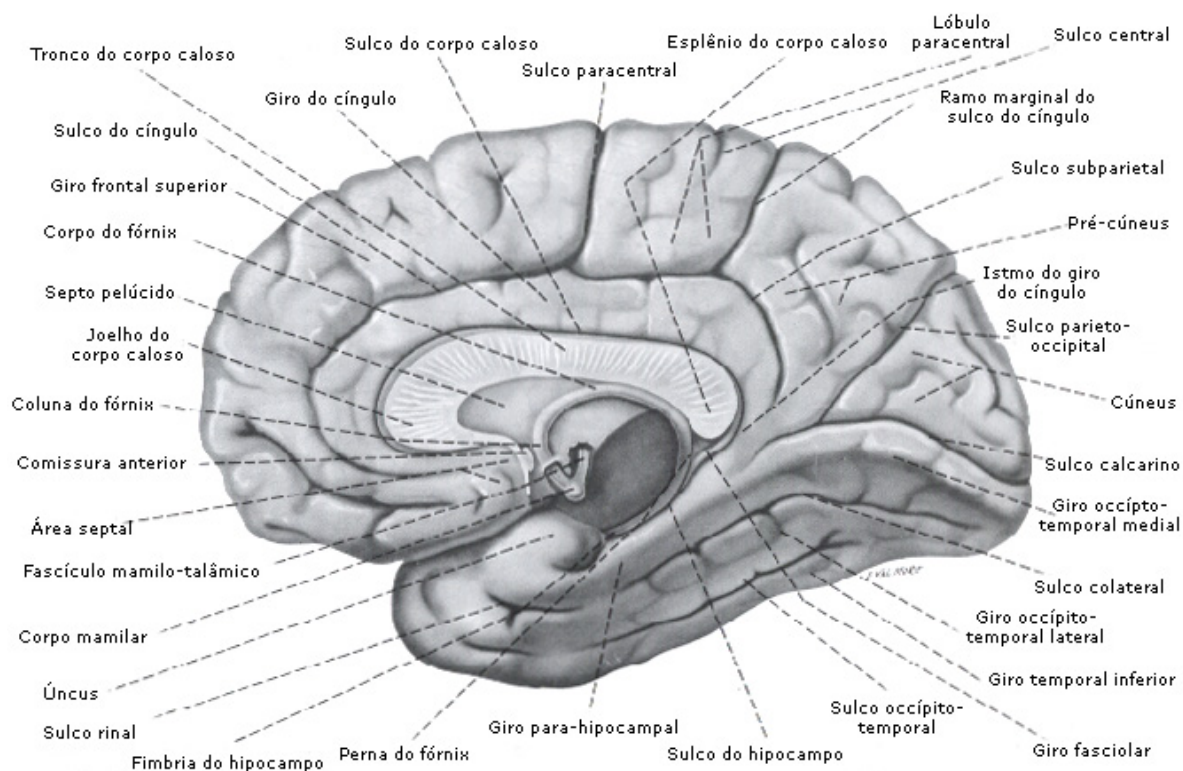


Figura 1. Vista medial e inferior de um hemisfério cerebral após remoção de parte do diencefalo, de modo a expor o fascículo mamilotalâmico.

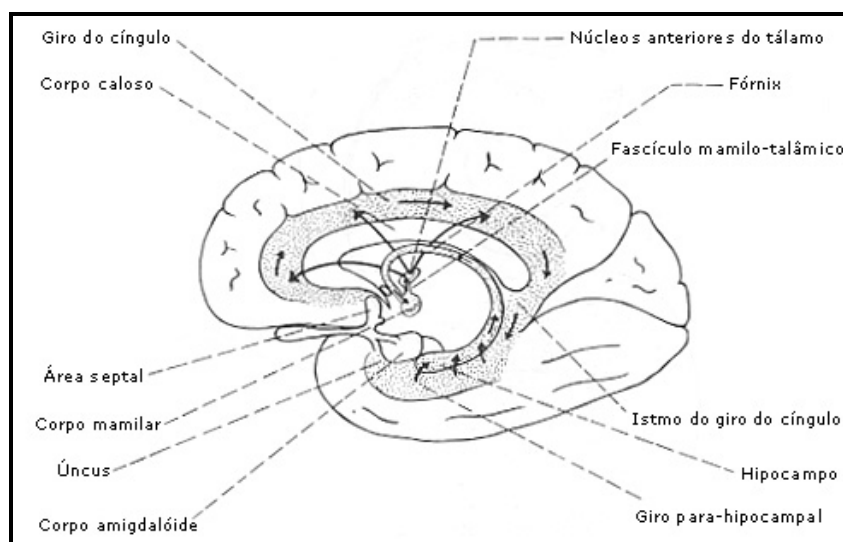


Figura 2. Principais componentes do sistema límbico, mostrando-se também o circuito de Papez.

1.1.3.7-Componentes do sistema límbico

Os diversos autores não estão em completo acordo quanto às estruturas que deveriam fazer parte do sistema límbico. Uns consideram que este sistema integra uma parte da formação reticular e todo o hipotálamo, outros seguem o ponto de vista inicial de MacLean e colocam nele apenas parte do hipotálamo.

Segue-se uma relação de estruturas cuja inclusão no sistema límbico é admitida pela maioria dos autores e que agrupam em duas categorias: componentes corticais, constituídos de áreas de associação terciárias, e componentes subcorticais.

1.1.3.8-Componentes Corticais

a) Giro do cíngulo - contorna o corpo caloso, ligando-se ao giro para-hipocampal pelo istmo do giro do cíngulo (figura 1). É constituído de um tipo de córtex intermediário entre o isocórtex e o allocórtex que alguns autores chamam de mesocórtex e é percorrido por um feixe de fibras, o fascículo do cíngulo; b) giro para-hipocampal - situa-se na face inferior do lobo temporal (figura 1, p.14 e figura 3, p.16) e, em grande parte, é constituído de um córtex muito antigo, paleocórtex, que do ponto de vista citoarquitetural se classifica como allocórtex; c) hipocampo, iminência alongada e curva que no homem situa-se no assoalho do corno inferior dos ventrículos laterais acima do giro para-hipocampal (figura 3, p.16). O hipocampo é constituído de um córtex muito antigo, arquicórtex, do tipo allocórtex. Proteja-se para o corpo mamilar e área septal através de um feixe compacto de fibras, o fórnix (figura 1, p.14).

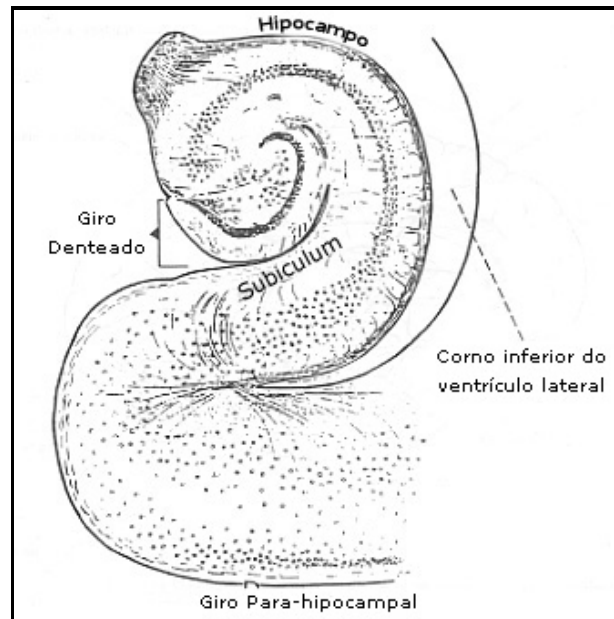


Figura 3. Esquema de um corte frontal do giro para-hipocampal e hipocampo.

1.1.3.9-Componentes Subcorticais

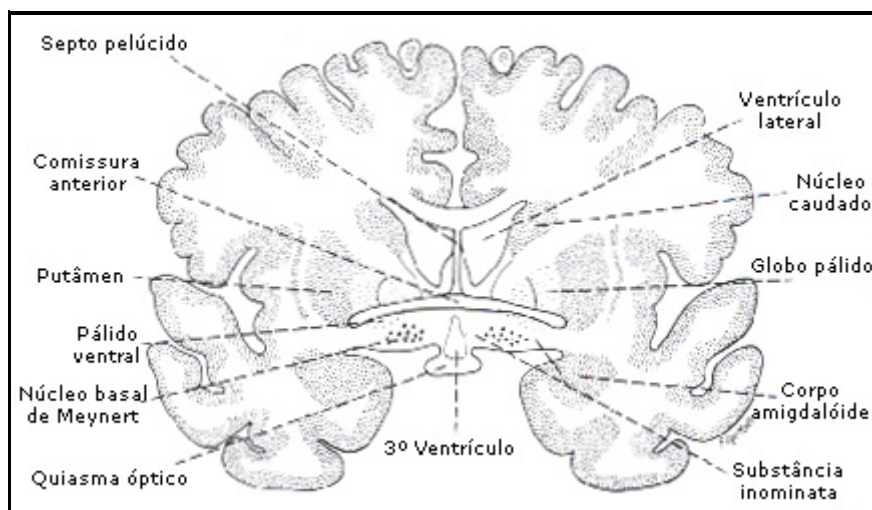


Figura 4. Corte frontal do cérebro passando pela comissura anterior. Notam-se as estruturas do corpo estriado e o núcleo basal de Meynert, situado na substância inominata.

a) Corpo amigdalóide (ou núcleo amigdalóide) é um dos núcleos da base. Situa-se no lobo temporal, próximo ao úncus (figura 4, p.16) e em relação com a cauda do núcleo caudado. É constituído de numerosos subnúcleos e as suas conexões são extremamente amplas e complexas. A maioria das suas fibras eferentes agrupa-se em feixe compacto, a estria terminal (uma parte das fibras eferentes do corpo amigdalóide constitui a via

amigdalófuga ventral, que termina no núcleo dosomedial do tálamo e no hipotálamo), que acompanha a curvatura do núcleo caudado e termina principalmente no hipotálamo; b) Área septal. Está situada abaixo do rostro do corpo caloso, anteriormente à lâmina terminal e à comissura anterior, a área septal compreende grupos de neurônios de disposição subcortical conhecidos como núcleos septais. Alguns destes neurônios estendem-se até a base do septo pelúcido. A área septal tem conexões extremamente amplas e complexas, destacando-se as suas projeções para o hipotálamo e para a formação reticular, através do feixe prosencefálico medial; c) Os núcleos mamilares pertencem ao hipotálamo e estão localizados nos corpos mamilares. Recebem fibras do hipocampo que chegam pelo fórnix e projectando-se principalmente para os núcleos anteriores do tálamo e para a formação reticular, respectivamente pelos fascículos mamilo-talâmico e mamilo-tegmentar; d) Os núcleos anteriores do tálamo estão situados no tubérculo anterior do tálamo. Recebem fibras dos núcleos mamilares e projectam-se para o giro do cíngulo; e) Os núcleos habenulares estão na região do trígono das habênulas no epitálamo. Recebem fibras aferentes da estria medular e projectam-se para o núcleo interpeduncular do mesencéfalo.

1.1.3.10-Conexões do sistema límbico.

As modernas técnicas de pesquisa neuroanatômica possibilitaram uma evolução enorme no conhecimento sobre as conexões dos diversos componentes do sistema límbico. No entanto ainda não é conhecido o significado funcional de grande parte dessas conexões, que são muito complexas.

1.1.3.11-Conexões Intrínsecas.

Os diversos componentes do sistema límbico mantêm entre si numerosas e complexas intercomunicações. Dentre elas, a mais conhecida é o circuito de Papez, que é um circuito fechado que une as seguintes estruturas límbicas, enumeradas na sequência que representa a direcção predominante dos impulsos nervosos (figura 2, p.15): hipocampo, fórnix, corpo mamilar, fascículo mamilo-talâmico, núcleos anteriores do tálamo, cápsula interna, giro do cíngulo, giro para-hipocampal e novamente o hipocampo, fechando o circuito.

1.1.3.12-Conexões Extrínsecas.

As estruturas do sistema límbico têm amplas conexões com sectores muito diversos do sistema nervoso central, destacando-se, por sua importância, as conexões recíprocas que mantêm com o hipotálamo.

1.1.3.13- Conexões Aferentes.

As pessoas emocionam-se pela simples recordação de episódios passados, guardados na memória. Mas, mais frequentemente, as emoções são desencadeadas pela entrada no sistema nervoso central de determinadas informações sensoriais. Por exemplo, informações visuais, auditivas, somestésicas ou olfactórias que sinalizem perigo podem despertar medo. Sabe-se que estas informações sensoriais acedem ao sistema límbico, ou através das conexões do núcleo do tracto solitário com o corpo amigdalóide, ou indirectamente, via hipotálamo.

1.1.3.14-Conexões Eferentes

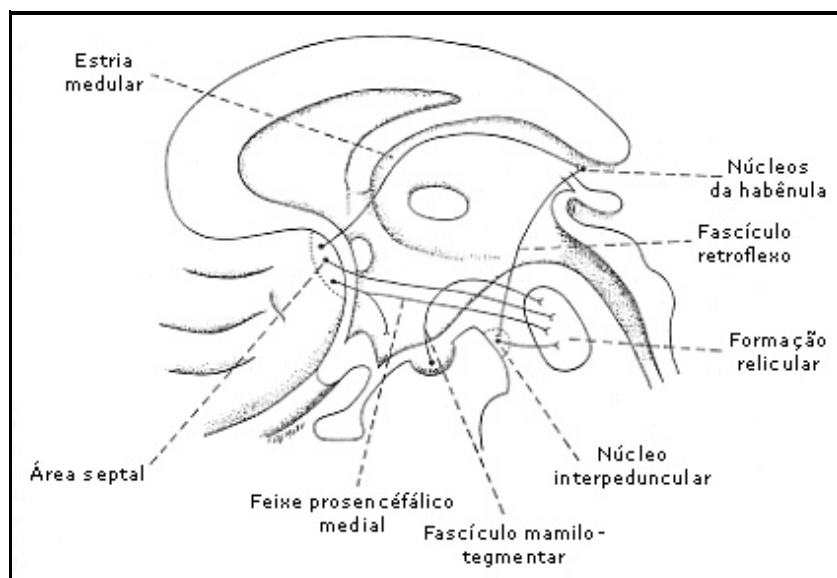


Figura 5. Esquema das conexões eferentes do sistema límbico com a formação reticular do mesencéfalo.

As conexões eferentes do sistema límbico são importantes porque, através delas, este sistema participa nos mecanismos efectuadores que desencadeiam o componente periférico e expressivo dos processos emocionais e, ao mesmo tempo, controlam a actividade do sistema nervoso autónomo. As conexões com a formação reticular do mesencéfalo fazem-se basicamente através de três sistemas de fibras (figura 5, p.18):

a) Feixe prosencefálico medial-situado entre a área septal e o tegmento do mesencéfalo, este feixe contém fibras que percorrem nos dois sentidos o hipotálamo lateral, onde muitas delas terminam. Constitui a principal via de ligação do sistema límbico com a formação reticular; b) fascículo mamilo-tegmentar-feixe de fibras que se projecta dos núcleos mamilares para a formação reticular do mesencéfalo; c) estria medular-feixe de fibras cuja origem é, principalmente, a área septal e termina nos núcleos habenulares do epitálamo. Estes ligam-se, por sua vez, ao núcleo interpeduncular do mesencéfalo, que se projecta para a formação reticular. Como o hipotálamo e a formação reticular; têm conexões directas com os neurónios pré-ganglionares do sistema autónomo, as vias acima descritas permitem ao sistema límbico participar no controle do sistema autónomo, e isto é especialmente importante na expressão das emoções.

1.1.3.15-Funções do sistema límbico

A função mais conhecida do sistema límbico, que deu origem ao próprio conceito deste sistema, é a de regular os processos emocionais.

Regulação dos Processos Emocionais e Motivacionais. Síndrome de Klüver e Bucy. Estes autores fizeram uma ablação bilateral da parte anterior dos lobos temporais em macacos Rhesus, lesando algumas estruturas importantes do sistema límbico, como o hipocampo, o giro para-hipocampal e o corpo amigdalóide. Esta cirurgia resultou na maior modificação do comportamento de um animal até hoje obtida após um procedimento experimental. Convém assinalar que quadros semelhantes a este já foram observados no homem, em consequência da ablação bilateral do lobo temporal para tratamento de formas agressivas de epilepsia. Estes resultados despertaram grande interesse e levaram muitos cientistas a pesquisar a participação dos componentes do sistema límbico nos fenómenos emocionais. Algumas das evidências encontradas sobre esta participação serão analisadas a seguir.

1.1.3.16-Corpo Amigdalóide

O registro da actividade eléctrica dos neurónios do corpo amigdalóide, tanto no homem como nos animais, evidencia uma activação em situações com significado emocional.

1.1.4.17-Área Septal

Lesões bilaterais da área septal em animais causam a chamada "raiva septal", caracterizada por uma hiperactividade emocional. A área septal é um dos centros do prazer no cérebro.

1.1.3.18-O Giro do Cíngulo

Verificou-se que a ablação do giro do cíngulo (cingulectomia) em carnívoros selvagens domestica completamente o animal. No homem, a cingulectomia já foi empregada no tratamento de psicóticos agressivos e em quadros graves de depressão e ansiedade.

1.1.3.19-O Hipocampo

Apesar de existirem dados experimentais que conflitam com este, a participação do hipocampo na regulação do comportamento emocional é hoje geralmente admitida.

1.1.3.20- Participação dos Mecanismos da Memória

Pode-se distinguir dois tipos de memória: memória recente, que permite a retenção de informações durante pouco tempo (horas ou dias), e memória remota, ou permanente, na qual esta retenção pode permanecer por vários anos (alguns admitem também a existência de uma memória imediata em que a retenção de informações dura apenas alguns segundos). As áreas encefálicas relacionadas com o comportamento emocional ocupam territórios muito amplos do telencéfalo e do diencéfalo, nos quais se encontram as estruturas que integram o sistema límbico, a área pré-frontal e o hipotálamo.

As mesmas áreas encefálicas que regulam o comportamento emocional também regulam o sistema nervoso autónomo. Isto é importante se considerarmos que as emoções exprimem-se, em grande parte, através de manifestações viscerais (choro no homem, aumento de salivação e eriçar dos pêlos em um gato com raiva) e são geralmente acompanhadas de alterações da pressão arterial, do ritmo cardíaco ou do ritmo respiratório.

1.1.3.21- As emoções podem ser:

Emoção-Choque, ruptura do equilíbrio psico-fisiológico, ou uma Emoção-Sentimento (19), que designa um estado afectivo de natureza moral que estimula as funções orgânicas e físicas.

Assim, e segundo António Damásio, a emoção é uma reacção colocada nos seres vivos, humanos e não humanos, que permite responder a certas situações e objectivos 20.

1.1.4 Ética...

E porque a Emoção pode, e é provocada pelo acto criador do designer ao colocar o seu produto à apreciação e uso, a Ética (21), conjunto de normas e princípios que devem orientar o agir humano, é chamada a exercer o seu controlo.

A Ética é o que é bem no agir humano.

O designer possui uma arma, da qual deve ter consciência...E por isso a Ética deve ser um compromisso pessoal 22. Porque sempre que se faz qualquer coisa fazemo-lo com e para o outro, invadimos o mundo que nos rodeia, exercemos um acto de violência com e contra a quietude do meio.

Ter consciência é validar o acto criativo.

É certo que o desprendimento, na criação, possibilita a realização autêntica, diferente, genuína. Mas o desprendimento deve ter interiorizada uma sólida formação, um conjunto de valores humanos e uma cultura que permita ver mais além. O que se mostra ou propõe para uso não pode conter, ou insinuar, propostas que provoquem orientações alienantes, sejam elas de consumo exacerbado ou contribuições para a má formação de carácter sempre de educação 23.

Baudelaire e a “qualidade essencial de presente” que é o objectivo da sua estética moderna, é já a sua própria procura de novos lugares, de um novo modo de olhar, do criador como homem do mundo, que o compreende, as razões legítimas de todos os seus usos, olhos que conseguem apreender a novidade, que, como a criança, vê tudo pela primeira vez 24.

Notas

- 1-SEABRA, Augusto M., «A Autonomia da Arte», Público- Milfolhas, 21 Maio 2005,p.15
- 2 «...a sensação visual é apenas uma metáfora para a representação do acto de conhecimento, não é, de modo algum, a descrição do seu conteúdo.» M. S. Lourenço, *Os Degraus de Parnaso*, Assírio e Alvim, Lisboa 2002, p.18.
- 3- «Cada objecto que excita um instinto excita também uma emoção», DAMÁSIO, António R., *Descartes'Error – Emotion, Reason and the Human Brain*.Edição Portuguesa das Publicações Europa-América, 18ªEdição. Lisboa. 1998, p.145
- 4- Enciclopédia Verbo S.A., Madrid/ Lisboa, 2004.
- 5- «...é precisamente no assimétrico, no desequilíbrio que tende para uma situação nunca atingível de equilíbrio e de simetria que (como pretendem as doutrinas Zens) se pode encontrar o único embrião e o único impulso para a criação por parte do homem» Gillo Dorfles; *Il Divenire Delle Arti*; Giulio Einaudi editore s. p. a., Turim,1967,p.66.
- 6 - «...a própria filosofia fenomenológica adverte que a percepção é a coexistência de elementos subjectivos e objectivos que podem entrar no processo perceptivo como elementos intencionais. Merleau-Ponty, *Phénoménologie de la Perception*, PUF, Paris, 1945.
- 7 - « ...o designer do futuro tende a pôr em cena o invisível. É cada vez maior o interesse dos designers pelo imaterial (desenhar o som, a cor, a luz, a temperatura, o odor, os sabores, etc.)». Aula de MDI, Cultura do Design, Prof. José Bartolo.
- 8- «...a percepção é, por ela, uma mistura de signos, uma língua muda ou texto cifrado que o desenho pretende reproduzir e não consegue a não ser que esteja correctamente decifrado. Isto quer dizer, segundo o entende RAVAISSON (Félix Ravaisson, "Leonard de Vinci et l'enseignement du dessin" in *L'art et les mystères grecs*, Paris, L'Herne, 1985), à maneira clássica, a percepção é um julgamento, uma reelaboração dos elementos da visão. Disto resulta que, se as artes do desenho em geral, consistem em representar as coisas tal como devem ser as proporções das coisas, saber desenhar é saber usar os olhos. Executar não é mais que traduzir e aplicar de algum modo o julgamento que o olhar coloca sobre as proporções. O desenho, por consequência, deriva mais do espírito do que do olhar. Não é a reprodução passiva de elementos visuais, mas sim, a representação dos aspectos visíveis das coisas que são menos – em verdade são isto que percebemos na vida ordinária. Para desenhar não basta ver, é necessário ao contrário exercer a visão, antecipá-la vendo " *a Aparência como ela é*" , e por ela apurar a percepção de todo o conhecimento que ela contém e tomar consciência do trabalho de construção do objecto que contém toda a percepção ordinária. *L'Art au Regard de la Phenomenologie*, Presses Universitaires du Mirail Ecole des Beaux-Arts-Mairie de Toulouse, 1993, p.75.
- 9- Uma vez mais o «sentimento» artístico, na medida em que é uma resposta intuitiva à escala dada, não é mais que percepção normal. É uma faculdade que não difere em princípio da de um funâmbulo ou até da de um cachorro que equilibra na sua boca um bastão. ARNHEIM, Rudolf, *Para uma psicologia da arte*, Dinalivro, Lisboa, 1997. p. 310
- 10- «O enigma da visão não foi eliminado: ele foi remetido do pensamento de ver para a visão em acto» Merleau-Ponty, *O Olho e o Espírito*, Trad. Luis Manuel Bernardo, Gallimard – Vega, Grafilarte, Lisboa, 2000, p.45.
- 11- Executar não é mais que traduzir e aplicar sobre um qualquer material o julgamento do olhar sobre as proporções, o mesmo que dizer: o principal em arte consiste no bom julgamento do olhar! «As mãos executam e o olho julga, «disse Miguel Ângelo...» ... «Por isso (disse ainda Leonardo da Vinci), a arte não é como muitos imaginam, uma coisa mecânica, mas uma coisa intelectual...COSA MENTALE.» ElianeEscoubas et Balbino Giner. *L'Art au Regard de la Phenomenologie*, Presses Universitaires du Mirail,-Toulouse 1993, p.74/75.
- 12- « ...a sensação visual é apenas uma metáfora para a representação do acto de conhecimento, não é, de modo algum, a descrição do seu conteúdo. » M.S. Lourenço, *Os Degraus de Parnaso*, Assírio e Alvim, Lisboa2002,p.18.
- 13- «Ele aceita, com todas as suas dificuldades, o mito das janelas da alma: é necessário que aquilo que é sem lugar esteja adstrito a um corpo, mais: seja iniciado por ele em todos os outros e na natureza. É necessário tomar à letra o que nos ensina a visão: que através dela atingimos o Sol, as estrelas, estamos ao mesmo tempo em todo o lado, tão próximos das distantes como das coisas próximas, e que mesmo o nosso poder de nos imaginarmos noutra lugar – 'eu estou em Petersburgo no meu leito, em Paris, os meus olhos vêem o Sol'» Robert Delaunay, *Du cubisme à l'art abstrait*, cadernos publicados por PierreFrancastel, Paris, 1957, p.115

14- «*Eu não vejo de acordo com o seu invólucro exterior, vivo-o de dentro, estou nele englobado....*

A visão retoma o seu poder fundamental de manifestar, de mostrar mais do que ela própria.» Merleau-Ponty, *O Olho e o Espírito*, Trad.Luis Manuel Bernardo, Gallimard-Vega, Grafilarte, Lisboa,2000,p.48.

15- «*Mais ainda, que a questão que agora se põe, sendo a do design, é mais a de desenhar o 'real' do que simplesmente tornar habitável o 'virtual'. Como se o 'real' tivesse adquirido a plasticidade do virtual. À medida que tudo se torna em interface a linha divisória que interfaciava o real com aquilo que (ainda) não era, funde-se cada vez mais com a técnica e é apresentável apenas esteticamente.*» José A Bragança de Miranda «O Design como Problema» Interact #10, Fevereiro 2004.

16- A percepção, surge como uma interacção constante entre o que é percebido e o sujeito que percebe fornecendo esta imagem reservada do universo ao problema do real e do conhecimento verdadeiro uma resposta provisoriamente admissível. ARNHEIM, Rudolf, "Para uma psicologia da arte", Dinalivro, Lisboa, 1997.

17- CONSCIÊNCIA é a faculdade, que tem a razão, de julgar os próprios actos.

É o sentimento que o homem tem de si mesmo, o conhecimento da sua própria existência e do mundo, a ideia que faz da unidade da sua pessoa.

A consciência é, assim, um estado em que o ser experimenta o seu "Eu", personalidade dotada de pensamento e de vontade, é a parte consciente do ser, por oposição ao inconsciente e ao subconsciente. A Enciclopédia, Editorial Verbo S.A., 2004

18- RAZÃO. Filosofia

1. Nome dado à faculdade do conhecimento. Oposta à sensibilidade ou conhecimento sensível, a razão é a faculdade cognoscitiva intelectual.
2. Em sentido estrito, é a actividade intelectual superior que estabelece a conexão entre o saber e o realizar.
3. Em sentido ético, equivale a rectidão e equidade.

19 – SENTIMENTO: A relação variável, surpreendente, entre as estruturas dinâmicas percebidas, e o "Eu" do receptor, desempenha um papel definido em diversos estados mentais insuficientemente explorados, tais como a piedade, a compaixão, a identificação, o auto domínio, a auto-indiferença, a personalidade, a espontaneidade, ou a afectação. Há aqui tarefas que haverá que considerar e abordar, quando as «emoções» e os «sentimentos» deixarem de obstruir a perspectiva.

ARNHEIM, Rudolf, "Para uma psicologia da arte", Dinalivro, Lisboa, 1997

20 – EMOÇÃO: Rudolf Arnheim, "Para uma psicologia da arte", Dinalivro, Lisboa, 1997, Diz: "o termo emoção sugere um significado positivo; etimologicamente faz referência à agitação: física primeiro, mental depois

Os estetas dificilmente fizeram mais, salvo que a sua resposta à pergunta «como o fazem?», costuma ser «por sentimento!» em vez de «por associação». Preferem atribuir as realizações do artista e do seu público a uma faculdade cognitiva sui generis, nem perceptual nem intelectual.

ARNHEIM, Rudolf, *Para uma psicologia da arte*, Dinalivro, Lisboa, 1997, p.309

Em conclusão, a emoção é a combinação de um processo avaliatório mental, simples ou complexo, com respostas disposicionais a esse processo, na sua maioria dirigidas ao corpo propriamente dito, resultando num estado emocional do corpo, mas também dirigidas ao próprio cérebro (núcleos neuro-transmissores no tronco cerebral), resultando em alterações mentais adicionais. Repare que, de momento, estou a deixar de fora da emoção a percepção de todas as mudanças que constituem a resposta emocional. Como irá descobrir em breve, reservo o termo sentimento para a experiência dessas mudanças.

DAMÁSIO, António R., *Descartes'Error – Emotion, Reason and the Human Brain*. Edição Portuguesa das Publicações Europa-América, 18ª Edição. Lisboa. 1998, p.153.

21-ÉTICA. Bioética: -Ocupa-se do estudo das normas e princípios que devem orientar o agir humano e tenta que seja respeitado o que é essencial no ser humano...a sua autonomia, a sua dignidade e a sua liberdade. A capacidade de cada pessoa entrar em relação com os outros. Diria que bioético é tudo o que convém ao Homem

Walter Osswald, «Grandes Desafios Éticos», XIS, nº279, OUT 2004, p.6.

. A ética, como área do saber, trata fundamentalmente da primeira aceção, delimitando um campo de investigação sobre o que é *bem* no agir do homem.

"O objectivo é criar um código de conduta. Estabelecer um conjunto de valores que sirva de orientação aos empresários". Ética, «Código de Ética para Empresários e Gestores», Público 10 OUT 2004, p23.

22- "Poucos homens são dotados da faculdade de ver, e existem menos ainda os que possuem o poder de exprimir".

BAUDELAIRE, Charles, *O Pintor da Vida Moderna*, Ed. Veja, Lisboa 2004, p 20

23- “Para a maior parte de nós, sobretudo para a gente de negócios, aos olhos de quem a natureza não existe a não ser nas relações de utilidade com esses negócios, o fantástico do real da vida encontra-se particularmente enfraquecido”.

BAUDELAIRE, Charles, *O Pintor da Vida Moderna*, Ed. Veja, Lisboa 2004,P.24

24- “ Mais do que uma produção específica...exprime-se na vida da própria cidade, nos seus ritmos, nas suas alucinações, na troca perpétua entre os seus habitantes mais intensos”.

ALMEIDA, Bernardo Pinto de, *O Plano da Imagem*, Ed. Assírio &Alvim, Lisboa 1996,p157

Anexo A-Bibliografia

- ALMEIDA, Bernardo Pinto de, *O Plano da Imagem*, Ed. Assírio & Alvim, Lisboa 1996.
- ARNHEIM, Rudolf, "Para uma psicologia da arte", Dinalivro, Lisboa, 1997
- BAUDELAIRE, Charles, *O Pintor da Vida Moderna*, Ed. Veja, Lisboa 2004.
- DAMÁSIO, António R., *Descartes'Error – Emotion, Reason and the Human Brain*. Edição Portuguesa das Publicações Europa-América, 18ª Edição. Lisboa. 1998.
- DORFLES, Gillo, *Il Divenire Delle Arti*; Giulio Einaudi editore s. p. a. , Turim, 1967.
- DELAUNAY, Robert, *Du cubisme à l'art abstrait*, cadernos publicados por PierreFrancastel, Paris, 1957.
- ELIANE Escoubas et BALBINO Giner. *L'Art au Regard de la Phenomenologie*, Presses Universitaires du Mirail,-Toulouse 1993.
- Enciclopédia Verbo S.A., Madrid/ Lisboa, 2004.
- Ética, «Código de Ética para Empresários e Gestores», Público 10 OUT 2004.
- GIBRAN, Khalil, *O Profeta*, Ed.º, Braga 1981.
- LOURENÇO, M. S., *Os Degraus de Parnaso*, Assírio e Alvim, Lisboa 2002.
- Merleau-Ponty, *Phénoménologie de la Percepcion*, PUF, Paris, 1945.
- Merleau-Ponty, *O Olho e o Espírito*, Trad. Luis Manuel Bernardo, Gallimard –Vega, Grafilarte,Lisboa,2000.
- MIRANDA, José A. Bragança de, «O Design como Problema», Interact #10,Fevereiro 2000.
- OSSWARD, Walter, «Grandes Desafios Éticos», XIS, nº279,OUT 2004.
- RAVAISSON, Félix , "Leonard de Vinci et l'enseignement du dessin" in L'art et les mystères grecs, Paris, L'Herne, 1985.

Capítulo II

Enquadramento do Trabalho

“Mesmo quando todas as possíveis questões científicas estiverem resolvidas, os problemas da vida continuarão intactos”

WITTGENSTEIN, Ludwig (1889-1951) 1

2.1 O designer

O designer dispõe de meios tremendamente influentes nomeadamente para os mais jovens, ávidos do lúdico e da novidade. Lidera o paradigma actual, que em formação continuada e veloz está também sempre em mutação, sempre em projecto permanente.

A Consciência e a Ética devem ser alicerçadas em decisões que são a sua justificação.

Como saber, de antemão, o que determinado produto vai provocar, ou o que irá ele despoletar?

Se as percepções variam segundo os sistemas culturais, parece ou poderá ser indecível, impossível de determinar, o que aparta o bem e o mal no Design.

Sabemos que o uso compulsivo, e muitas vezes sem a preparação adequada de base, da Internet, nos jovens, está a gerar situações de vivência com reflexos sociais extremamente negativos...que o seu uso quando apenas no sentido lúdico, grande parte das vezes instigando à violência gratuita, mas sempre lúdico, absorve por completo os mais jovens e contribui, de facto, para uma cada vez maior iliteracia.

Quais os limites? Como dosear as coisas?

Que podemos fazer com o Design? Produzir jogos que contêm elementos indutores de formação e ajuda para os jovens? Talvez, mas é urgente que os devemos fazer entender e compreender que o virtual pode complementar o real. Mas nunca o substituirá!

Regulação do mercado? A questão pode passar por tomar consciência que existe o bio imperialismo e como é que a ética pode orientar a biotecnologia.

A ideia do humano está a ser posta em causa. O vivo-máquina desponta como mudança de paradigma!

” O futuro não tens de o prever, tens de o permitir”.

Saint-Exupery 2

O controlo dos grandes grupos económicos sobre os media é uma das formas de cercear a liberdade. A outra é a informação perversa em função dos interesses do mercado.

Claro que a sobrevivência, para os media, depende dos níveis de audiência, a sua existência é função do apetite de informação.

Não é o aspecto cognitivo mas sim o emocional e passional que são notícia!

Corremos todos para um mundo que não é isento de perigos, vivendo o virtual, com o consumidor, paradoxalmente, a procurar e esperar o real.

A tecnologia está mais evoluída que nunca, no entanto vivemos como mudos porque, quanto mais comunicamos menos falamos uns com os outros.

Nunca tantos escutaram o que os poucos, que detêm o poder de informar, dizem.

Se a formação de ontem deriva do conhecimento do passado e o amanhã dependerá do presente...será que o hoje não existe?

A tendência é pensar somente o futuro? Vivemos já um tempo radical?

Uma solução correctiva pode passar pela geração de uma maior autonomia, maior criatividade.

E criar autonomia pode passar por aspectos educacionais com incidência nas faixas etárias mais jovens, desde logo.

Educar precocemente parece ser a via, como o demonstram estudos com incidência sobre a América do Norte e os países do norte da Europa os quais, preparam os mais novos de tal forma que estes, para agir, quase não precisam de ajuda.

Claro que isto é difícil quando os povos estão sob sistemas políticos que impõem as condutas sem margem para criação e liberdade individual provocam a chamada afiliação ou seja, a necessidade de seguir outro para agir.

Este é o tipo de sistema político que embora eleito depois resolve tudo por todos resulta num povo sem capacidade de autonomia.

Aqui só a interactividade e liberdade do povo pode resultar.

Demonstrado também parece ficar o facto dos países latinos, com sociedades menos desenvolvidas, são muito afiliativos, menos autónomos, com menor capacidade criativa. Isto cria um problema aos políticos: a autonomia estabelece-se e vai crescendo com o desenvolvimento, com o acesso aos meios de comunicação.

Recordando-se que, desde sempre, a transformação do mundo esteve nas mãos dos grandes criadores e dos grandes filósofos. E que o poder tem disto conhecimento.

Sabe que pode exercer, tem disso consciência, uma influência decisiva na escolha, no exercício da vontade. Assim, a vontade, é exercida pelos que têm poder e podem usar os outros desde que detenham um poder superior ao deles.

Então, autonomia, é agir de forma responsável, não um conceito capitalista.

Este é um bom motivo para nos esforçarmos para que prevaleça a comunicação, face a face, com o interface máquina.

2.2 Dimensões filosóficas de uma abordagem...

Porque este trabalho, a um certo nível, toca domínios que fazem interface com ensaios filosóficos, recordemos que o filósofo existe *para ver o que acontece*.

Para Pitágoras, o filósofo contemplava desinteressadamente, sem receio, porque o filósofo detém-se na observação profunda dos sentimentos, especula sobre a verdadeira natureza da vida, da relação com os seres.

A filosofia é um exercício necessário ao nosso equilíbrio, via de integração na realidade, procura de um sentido para a vida.

Justifica-se, hoje como sempre, na insistência de um contínuo combate contra o vazio interior e o tédio que é a procura de um sentido para a existência e o sentido, indispensável, de um pensamento individual e profundo de questionarmos a nossa relação com o mundo, cada vez mais complexo.

Os gregos enriqueciam-se promovendo discussões alargadas sobre as grandes questões da vida, mantinham um interesse constante pela vida em sociedade.

Hoje, parece que vivemos um mundo no qual tudo funciona ao contrário, um mundo submetido ao progresso, no qual os sistemas económicos e políticos estão sempre em crise.

É bom procurarmos os filósofos do passado, recordar o heroísmo do princípio dos tempos.

A grande tradição filosófica, mais subversiva que nunca, coloca-nos afinal as verdadeiras questões actuais.

O perigo do embrutecimento das massas pela identificação do espectador com o espectáculo “como animais num jardim zoológico”, impedem o indivíduo de encontrar o seu próprio interior.

Fica um alerta em relação ao perigo actual das idolatrias, da fé no imediato. Porque o excesso sempre afectou o homem no sentido de lhe reduzir, ou anular, a capacidade de pensar.

Dois sabedorias filosóficas. A oriental, que é essencialmente religiosa, património de uma casta sacerdotal.

A sabedoria grega é *pesquisa*. Fundamenta-se no facto de que o homem, não possuindo a sabedoria, deve procurá-la! O pensamento grego, mais vivo do que nunca nos nossos dias, oferece-nos a possibilidade de nos pensarmos e ao mundo em que vivemos.

Devemos também reflectir sobre instrução e educação.

Uma coisa é instrução e informação e outra é maior capacidade crítica, analítica e reflexiva. A última é educação. A primeira é instrução.

Educar é apontar no sentido da liberdade, fomentar a autonomia e a responsabilidade; coisas que necessitam de reflexão e capacidade crítica em relação ao mundo e a si mesmo.

A filosofia é desejo de sabedoria mas, para haver desejo, é preciso sentir o vazio. Não há desejo se nos sentirmos “cheios”.

Ser, como queria Sócrates, o moscardo que acorda o cavalo e não o deixa descansar.

A metáfora do despertar é fundamental em filosofia, o que significa *estar acordado e vigilante, ser inconformista e inquieto*.

É esta a atitude que se propõe também ao designer.

Todas as coisas inscrevem noções de imagem no plano da percepção.

Isto porque as coisas são, no último estágio da percepção, transformadas em imagem, no espectador. Transformam referências para a sua vida e para a relação que vai estabelecendo com as coisas...diversidades que podem ser aparentes pois, enquanto que na pintura a espacialidade é vivida (virtualmente mas vivida) não há percepção sem espacialidade na pintura, do que ela representa, seja o que for.

Toda a arte é simultaneamente figurativa e abstracta, porque não há percepção de imagem sem figuração, e toda a arte é abstracta porque não há permanência da obra sem essa capacidade de ela superar aquilo que vai figurando a cada momento, por muita cor que use, algo não ficará lá, algo que não vou ver na tela em que me vou desenhar.

O mundo é mesmo assim. A mesma realidade para diferentes observadores, ou realidades diferentes para o mesmo observador.

Notas

- 1- PRATAS, Fernanda, «Mulheres e Homens: Ludwig Wittgenstein», XIS (306), 30Abril 2005,p.46
- 2- GRADE, Carlos, «O Jornalismo do Século XXI», Gabinete Imprensa de Guimarães

Anexo B-Bibliografia

- DELEUZE, Gilles, *NIETZSCHE E A FILOSOFIA*, Trad. MAGALHÃES, António M.,
RÉS-Editora, Porto, 1999
- FOSTER, Hal, *Design and Crime (AND OTHER DIATRIBES)*, Verso, UK, 2003
- NIETZSCHE, F., *a Origem da Tragédia*, Trad. RIBEIRO, Álvaro, Guimarães Editores, 1999

Capítulo III

Apresentação do problema a tratar

*Mudam-se os tempos, mudam-se as vontades,
muda-se o ser, muda-se a confiança;
todo o mundo é composto de mudança,
tomando sempre novas qualidades.*

Luís Vaz de Camões 1

3.1 Objecto da dissertação

O objecto desta dissertação orienta-se para o entendimento e desenvolvimento dos elementos e trabalhos de quem directa ou indirectamente se tem preocupado com este assunto; cientistas, filósofos e pensadores.

A consulta e recolha de informação colhida em livros e revistas, via Internet, apontamentos de palestras e seminários, possibilitaram a elaboração de conclusões úteis, para quem esteja atento a estes aspectos, abrindo vias para outras reflexões e possíveis conclusões.

O Design como matéria de estudo para que se entenda esta contemporaneidade, que tende somente para a vivência externa das coisas, pessoas e produtos, relegando-se para plano secundário a compreensão interna, como errada, desinteressante, parecendo que não tem relevância o facto de tudo o que é produzido inquietar, alterar sempre a vida das pessoas e do mundo.

E é para discutir este modo de viver que se elabora este trabalho, desenvolvido para concluir uma opinião e deixar questões para que outros se interessem por desenvolver mais completos estudos e aprofundamento nesta área onde se procura a percepção e justificação, da interligação do Design com a Consciência .

O Design, parte integrante da vida humana, a sua influência por e através da emoção, da percepção e do sentimento.

O “demónio da analogia” anima os “anjos digitais”.

As personagens de banda desenhada são hoje demasiado humanas.

Esta é uma conduta industrial, uma conduta de experimentação que visa a construção de uma nova imagem digital, incorporando nela tudo o que se fez até hoje, nas artes, no cinema e vídeo, na fotografia...Interessa, por isso, estar atento a esta produção que é a de uma nova imagem do mundo, de novas imagens do pensamento.

A radicalização está também na cybercultura.

Ao trabalhar em rede é possível produzir obras que resultam de parcerias com diversos intervenientes e competências. O autor é assistente, é espectador, observa o nascimento da sua própria obra.

De facto, o designer de hoje, só pode trabalhar em colaboração com o cientista, o engenheiro, o programador.

O virtual não é o oposto do real 2.

Não podemos saber ou fazer prognósticos sobre como vai ser o futuro e isto porque estamos continuamente a inventá-lo.É da nossa natureza fazê-lo. Projectamos e ao projectar o futuro inventámo-lo.

Que nos espera? A partir da produção, hoje centrada neste tipo de capitalismo, o consumo é um acto passivo ou será possível construirmos um futuro de solidariedade baseado em novas formas de conduta? Esta explosão tornará o homem vítima da sua técnica ou poderemos caminhar no sentido de uma sociedade melhor?

É por isto que a consciência se torna o tema central da “aldeia global”.

Consciência como produto industrial.

Parece que estamos, muito rapidamente, a evoluir no sentido de um nível de consciência privado e simultaneamente público.

Evidencia-se que na globalização existem três características a considerar, todas merecedoras de estudo psicológico e político:

Transparência; Instantaneidade; Ambientes Inteligentes.

A transparência que propõe um campo de consciência que é nossa e também das entidades sociais.

Instantaneidade que impõe a todos um estado de aceleração e que transporta em si dois defeitos: O alcance e feedback instantâneo e a eliminação, por falta de tempo, de períodos de adaptação e entendimento.

Ambientes inteligentes porque a Internet está a tornar-se uma espécie de lar.

Isto para além dos aspectos ligados a design, direitos de autor, privacidade, liberdades individuais, consumo, interferências governamentais, etc.

Percebe-se que a Internet é um espaço vivo, uma espécie de inteligência colectiva.

3.2 A qualidade como futuro.

O design está ligado a duas vertentes fundamentais.

A primeira é que se oferece, procurar que o produto seja diferente; não apenas pela forma e utilidade (que devem ser evidentes e facilmente perceptíveis) mas, também, por uma qualidade indiscutível. A segunda, com o mesmo sentido, tem a ver com os materiais utilizados. Estes devem ser seleccionados no sentido de se produzir com mais leveza, durabilidade, que garanta com eficácia o objectivo final:

O melhor desempenho possível que será melhor ainda se forem usados materiais recicláveis e ecológicos.

Exaltamos o comprador usando métodos chamativos como a cor, a forma e o ritmo.

Os métodos para optimizar a apresentação, a imagem do produto, objectivando entrar, alcançar a sensibilidade do mercado, são todos válidos.

Trata-se de seduzir o comprador.

São usadas, com a mesma finalidade, técnicas de alteração de preços como “rebaixa ou promoção do dia” etc., para que o comprador seja levado a pensar, mesmo inconscientemente, que toda a estrutura, todos os outros produtos expostos, estão ali mais baixos que os da concorrência.

Usamos técnicas para tornar o acto de compra lúdico.

Sabemos que uma elevada percentagem de possíveis compradores vive em estado de alguma melancolia. Uma melancolia que se justifica por não termos ao nosso alcance, por nos cercearem a possibilidade de construirmos, ou obtermos, grande parte das coisas que desejaríamos realizar e assim impossíveis, ficam como um vazio, em suspenso, tornado melancolia.

Tentar perceber o que inquieta as pessoas, os seus desejos e inquietações, também é tarefa do designer no sentido de, pelo menos tentar, tornar isso possível estudando bem a produção.

Também é verdade que inundamos, ou permitimos que o mercado seja invadido por produtos de fraca qualidade, que são absorvidos devido a uma apresentação sedutora. Então, o bom produto, pode ser a recolha do que existe de bom nos dois processos descritos neste capítulo.

Uma possibilidade de criar, construir e entregar, nas melhores condições, ao usuário, um produto de facto útil, fiável, que o faça sentir bem perante ele próprio mas também face ao meio em que está inserido, sem que tenha de pôr em risco o seu prazer pessoal, aspecto não menos importante.

É esta a fórmula para competir:

Enfrentar os desafios que se colocam aos Empreendedores, às Empresas e à Universidade.

A Qualidade como motor de todo o processo.

Os aspectos organizativos, externos e internos, que conduzem à Certificação de Qualidade da produção.

A Arquitectura de produto é um conceito global.

Deve abarcar todo este universo, desde a ideia baseada nos estudos de mercado até novas concepções, “radicais”, até ao acto de entrega, ao acompanhamento e estudo da recepção e uso pelo comprador.

Esta última parte, saber como se comporta o produto em uso, qual o seu tempo útil de vida, quanto tempo proporciona prazer ao utilizador, é extremamente importante pelos dados que fornece para futuras produções.

3.3 A obra, a exterioridade, a utilidade.

A época de exterioridade que vivemos tem reflexos, que são decisivos, na produção.

Quer se trate de objectos de design, quer na arquitectura de edifícios.

A via fácil para atingir rápida notoriedade pessoal seduz o produtor...

Um objecto concebido a partir do momento que se vive, da imediatez sem uma percepção alargada da época que percorremos, diferentes formas de conceber, será um objecto fora do contexto.

De facto chamará a atenção, por ser novidade, mas é necessária uma visão mais alargada para que ele se introduza convenientemente como nova imagem social e pessoal.

Isto, desde a joalharia, ao vestuário, ao mobiliário, automóveis e até na habitação e edifícios públicos.

A anexar será sempre aceite a ideia do bonito, do belo obviamente segundo o conceito contemporâneo, que os materiais utilizados são bons e a construção simples.

Que o seu valor não se restringe e baseia na matéria mas sim e fundamentalmente na aplicação, na facilidade de usar.

No aspecto que diz respeito aos materiais, surgem, pelo menos duas questões bem actuais: A primeira é que, embora com um aspecto exterior extraordinário, a obra foi construída com materiais baratos...e isto é, habitualmente, apenas se a leitura for superficial; de facto, a simplicidade aparente (que deve ser valorizada) é fruto de escolhas cuidadosas, morosas na concepção e execução, portanto comportam custos elevados.

Geralmente os materiais aplicados só são aparentemente baratos. São maioritariamente importados, por fases, por vezes com recusas sucessivas para corresponderem aos critérios de qualidade que foram estabelecidos.

No fim, o que distinguirá a obra, o importante, será que se afirme e fique como algo diferente, como um marco, sancionado de forma positiva por todos, pela história.

A segunda questão, ou segundo tipo de desenvolvimento de produto é a procura da imagem da época em que vivemos, objecto ou obras de leitura de aceitação mais comum, aplicando técnicas e materiais duráveis, novos e ecológicos.

O resultado de um estudo de equipa, após ideia inicial que poderá não o ser, mas na fase de arquitectura de produto fruto da concertação de múltiplas opiniões de tal forma que o tempo de produção, materiais, etapas, resulte em tempos totais que possibilitem uma entrega atempada a preços aceitáveis atendendo mesmo a que não deslizem os prazos inicialmente previstos.

Em conclusão parece possível que o produto seja o resultado do que existe de melhor nos dois processos descritos.

Cada produto é um caso único para estudo e deve ser visto como tal.

O bom produto, seja ele qual for fica “para sempre”.

Quando se deteriora ou se perde deixará uma nostalgia que resultará num sentimento do irreversível, como tantos exemplos colhidos durante a vida de cada um de nós, motivo para recordar e falar sobre algo que não existe.

A nostalgia é uma relação com o tempo. E é importante que se sinta por corresponder a tantas coisas boas que por nós passaram.

Evitar o seu exagero passa por produzir coisas, produtos, que o tempo não afecte demasiado, que o seu tempo de vida não seja demasiado curto.

Hoje existe o espaço dos produtos de vida curta, que nascem e logo são deitados fora. São de outro tipo, têm a sua aplicação própria, mas, transportam o valor do que não é lembrado, que não deixa tempo para o esquecimento.

Pertencem a uma produção que também é de hoje, a dos produtos descartáveis que não devemos deixar que nos levem a esquecer o que nos dá o conforto, o tempo para usar e apreciar.

Notas

1- CAMÕES, Luís Vaz de, *Os Lusíadas- Sonetos*, Tomo II, Ediclube, Lisboa 1991, p.188

2- BRETON:” tudo sugere a existência de um certo ponto da mente no qual a vida e a morte, real e imaginário, passado e futuro, comunicável e incommunicável, altura e profundidade, deixam de ser percebidos como contraditórios”. BRETON, André, *2ºManifesto Futurista*, Ed. Salamandra, 4ª Edição, 1993

Anexo C - Bibliografia

- AICHER, Otl, *El mundo como proyecto*, Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1994.
- BRETON, André, *2º Manifesto Futurista*, Ed. Salamandra, 4ª edição, 1993
- DAMÁSIO, António R., *Descartes Error-Emotion, Reason and the Human Brain*, Europa-América, Lisboa, 1998.
- DAMÁSIO, António R., *O Sentimento de Si*, trad. M.F.M., Europa-América, Lisboa, 2000.
- MALDONADO, Tomás, *Design Industrial*, Edições 70, Lisboa 1999.
- MERLEAU PONTY, Maurice, *L'oeil et l'Esprit*, Gallimard, Paris, 1958.
- STRONGMAN, Kenneth T., *A psicologia da emoção*, Climepsi Editores, Lisboa, 2004.
- TANIZAKI, Junichiro, *Elogio da Sombra*, Relógio D'Água, Lisboa, 1999.

Capítulo IV

Reflexão, com suporte documental, atitude crítica sobre o trabalho e análise.

4.1 Reflexão

Este raciocínio, longe de ser pacífico e de nos deixar apenas como usufruidores ou meros espectadores, deve ser objecto de reflexão por implicar com o nosso bem-estar e qualidade de vida, inquieta-nos.

O Design contribui assim, ou é, a justificação para grande parte das nossas mudanças de humor sendo também, e isto não é menos importante, o fundamento para o aliciamento no sentido do consumo ou, no sentido oposto, do desinteresse.

O consumo compulsivo e irracional deve, tal como o desinteresse, ser motivo para estudo. Ambos obrigam a uma tomada de consciência.

Design é Marketing.

Justifica-se e é necessária a clarificação da influência que o Design tem no homem... marcar os seus limites éticos.

Consciência e Design estão assim próximos pelo interesse, necessidade e obrigação de análise, no sentido de ver o quanto um deve estar presente no outro.

Importante, também é uma análise sobre a ligação ou processo sequencial, entre a Razão, o Sentimento e a Emoção...A razão não vem primeiro e a emoção depois; do mesmo modo, o sentimento não vem primeiro e a emoção depois. O vínculo existe naturalmente em ambos os casos. Quando pensamos num fenómeno mais complexo, como a razão ou o sentimento, há uma precedência histórica, uma precedência necessária da emoção 1.

Então, a Emoção, é que dá origem à Razão e ao Sentimento 2.

Para se ter uma emoção não é necessário ter um sentimento o que é realmente preciso é ter um objectivo!

Vivemos hoje sobre os aspectos social e humano uma complexidade extrema.

E esta situação é o campo ideal para os sentimentos pois eles fazem a passagem da regulação automática para a regulação deliberada. Confundem-se com o princípio da consciência, com a possibilidade de sabermos mesmo que temos essa reacção automática e a partir desse conhecimento construir, sintonizando essa reacção com certos e determinados objectivos.

Daqui se conclui que, para ascendermos a, para criarmos um espaço de livre arbítrio, que caracteriza o ser humano, embora não seja grande o espaço de manobra, os sentimentos são indispensáveis, tal como o são para podermos deliberar, para chegarmos a conclusões sobre o que é ou não correcto 3.

Sobre o problema mente/corpo, muito haverá ainda naturalmente a saber, no entanto parece que o cérebro não suspeita com rigor os estados do corpo, fica mesmo passivamente à espera que o corpo lhe comunique o que vai sucedendo (4). Seja numa situação de estado emocional seja de um estado de fundo não emocional a situação do corpo é sempre nova e só muito raramente repetitiva. Isto é fundamental para percebermos a noção de modulação de afecto em constante mudança que é uma característica da nossa mente.

A mente necessita de informação contínua a partir do corpo. Parece mesmo que o cérebro, antes de procurar manter-se a si próprio desperto, precisa de saber que estamos vivos! A emoção, desenrola-se tanto sobre o controlo da estrutura sub cortical como da neo cortical. Quanto aos sentimentos, eles são tão cognitivos como qualquer outra imagem perceptual e do mesmo modo são igualmente dependentes do córtex cerebral. Os sentimentos ligados estreitamente ao corpo, estão sempre na liderança, no desenvolvimento individual, mas também na sua deslocação subtil através da nossa mente. A sua influência é enorme, como que se poderia afirmar que os sentimentos são os primeiros entre iguais. São a referência para o que vem a seguir, tem sempre algo a dizer sobre o funcionamento do resto do cérebro e da cognição. A alegria e a tristeza dependem também do modo operativo, eficiência e desenvolvimento dos nossos pensamentos. A explicação também necessita que a substância química actue sobre os circuitos que dão origem, que manipulam as imagens definindo assim o estilo e eficiência do conhecimento. O comportamento fóbico decorre quando o alinhamento de uma emoção como o medo e um objecto são falsos e lideram a situação.

Então a emoção e o sentimento resultam da imagem de um estado do corpo, justaposto ao conjunto de imagens desencadeadoras e avaliativas que estão na sua origem, e de um determinado estilo e nível de eficiência do processo cognitivo que acompanha esses acontecimentos mas que funciona em paralelo. É, assim, requerida a instalação de um estado do corpo ou do seu substituto dentro do cérebro. A presença de um desencadeador, a existência de disposições adquiridas, com base nas quais a avaliação terá lugar, e a existência de disposições inatas que irão activar as respostas corporais. O desencadeamento dos acontecimentos descritos é operado a partir do mesmo sistema de disposições. O tema que as emoções e os sentimentos tratam é concreto (5). Uma relação com o corpo e os seus sistemas específicos tão importante como o da linguagem ou o da visão. Os sistemas cerebrais que lhes estão na base não estão confinados ao sector sub cortical.

Pelo facto de se pensar e definir de uma forma concreta, a Emoção e o Sentimento, em termos cognitivos e neurais, isso não lhes retira ou diminui a beleza ou horror, nem interfere com o seu estatuto na poesia, na música, nas artes, no design...É legítimo procurar saber e compreender como vemos, como falamos. E sabê-lo não retira valor ao que é visto e falado. A visão, mesmo romântica, é compatível com o conhecimento dos mecanismos biológicos das emoções e dos sentimentos.

4.1.1 A noção de utopia

Projectar pressupõe, no essencial, a noção de utopia. Conhecer o que se passa com os outros. Por isso é necessário o diálogo porque a todos assiste o direito à sua própria utopia. Aceitando isto ficamos aptos a uma ligação estreita, efectiva, com o mundo...porque, para além disto, a comunicação também é alegria. Sentir que tudo o que fazemos pode ser acabado pelos outros retira-nos aquele excesso de responsabilidade no qual não cabe a alegria. É uma condição humana a insegurança, a dúvida. Condição do nosso tempo é ainda aceitar a ruína, essa insegurança, a noção de que deixamos sempre as coisas inacabadas...

4.2 O design e o interesse pelo produto

Tomemos como exemplo a Itália. Duas vertentes devem ser consideradas:

O “Italian Design”, de âmbito vasto mesmo fora de Itália, com uma base de investigação fraca, comum objecto que é o quotidiano, uma dinâmica própria dos produtos influenciados a partir da forma, da moda, de natureza artística. É o chamado “Design Quente” e a sua base é a produção artesanal. A segunda vertente é o “Design Industrial”, portanto baseado na existência da indústria, com excelentes resultados em vários sectores como, por exemplo, nos transportes, na electrónica, na informática e nas telecomunicações. Em Itália, como noutros países, nomeadamente nos do norte da Europa, o Design Industrial é bem sucedido.

A pergunta é sempre:

Porque é que esta evolução não aconteceu nos países que hoje estão longe do sucesso e seguem, à distância, os mais evoluídos?

A resposta pode estar na ausência, inicial, da utilização inteligente da tecnologia tradicional de cada um desses países conjugada com uma abertura sustentada à transparência da tecnologia mais avançada.

A verdade é que países sem qualquer força concorrencial inovaram, apresentaram novos produtos e opções, estão hoje num plano concorrencial de plano internacional.

Tudo isto aconteceu porque souberam juntar as forças das ciências, do empreendedorismo e das empresas.

Deram prioridade ao estudo do mercado mas, também, ao interesse do consumo.

Sem desprezo pelo design ornamental, e uso comum no quotidiano, criaram no design industrial uma vertente de sentido mais avançado, “Design Radical”, design para a frente, para os que virão depois de nós, para uma compreensão e aceitação que, a maior parte das vezes, não será no presente mas no futuro. O denominador comum é a qualidade, como exigência; oferecer a melhor produção possível.

Em resumo, a nova filosofia de produção vai no sentido da participação de todas as capacidades, em todas as fases do ciclo produtivo chegando mesmo à troca de papéis e tarefas. Procura-se a qualidade total e ela pressupõe uma criação continuada e nela recriar tem um papel determinante. A acção produtiva obriga-nos a uma atenção permanente em relação às repercussões que podem afectar o ambiente e também os sectores sociais e culturais.

4.3 Análise

A Contemporaneidade

4.3.1 O Marketing da Nova Racionalidade.

O capitalismo do século XX tomou conta de todos os sistemas simbólicos tornando-os seres de exterioridade e assim assegurou o consumo.

O marketing mais não é do que o controle libidinal do indivíduo.

Tudo fica em torno do consumidor... não do cidadão.

Mas este trabalho de captação da libido dá já sinais de se aproximar dos seus próprios limites; a captação da libido pelo capitalismo tornou-se um problema de subsistência.

A eficácia simbólica do processo chega, agora, ao momento em que soçobrando se encaminha para o falhanço do modelo de produção /consumo.

O desenvolvimento do capitalismo actual resulta principalmente da tecnologia de informação e da de informação.

Estas são tecnologias cognitivas, culturais, espirituais, são sistemas mnemotécnicos que estão na base da vida e do espírito.

É, pois, absolutamente necessário que se volte a desenvolver uma vontade colectiva e, através das novas técnicas, reconstituir uma verdadeira vida espiritual. Temos que criar novos modelos de desejo.

Racionalizar o industrial como única forma de não caminhar para a catástrofe. É preciso desenvolver uma motivação universal para vivermos em conjunto. Sente-se que as pessoas procuram um novo modelo; existe essa vontade.

Temos que partir para uma nova história, fazer face a um destino que tanto permite desenvolver uma nova racionalidade, com a criação de novos modelos, como conduzir-nos à destruição, ao inferno, perto do qual já nos encontramos.

Só a nova racionalidade, as novas técnicas, permitirão a reconstituição da vida espiritual, única via para o equilíbrio comum. Equilíbrio esse que tem a ver com comportamento e suas alterações que são activadas pelas reacções emocionais, por exemplo, ao ambiente que nos rodeia. Quando esse ambiente induz reacções fortes estas poderão sustentar comportamentos adaptativos e levar ao restabelecimento fisiológico através de sensações de agrado, de interesse, ou inibir pensamentos causadores de elevação do stress.

Esta a importância e influência do ambiente.

De facto com o seu forte impacto emocional no indivíduo o ambiente é uma parte importante da emoção de todos os dias.

A intensidade da resposta depende, entre outras coisas, da disposição, da expectativa e das capacidades cognitivas.

Estes são factores passíveis de estudo pelo marketing; tal como a empatia que é factor de grande importância...

São necessárias técnicas indutoras de sentido de prazer, externo, estar "in". Mas estas técnicas devem ser acompanhadas por valores, para sensações de conforto, para um entendimento interno do produto por parte do usuário.

O marketing é uma questão de ética, é a possibilidade de fuga ao alienante, ao consumismo inumano; é a abertura para uma vida melhor no sentido da nossa verdadeira satisfação.

4.3.2 A Sedução e a Emoção.

Vivemos em plena crise de valores. Não tendo ídolos nem tábus, habitamos uma sociedade de estagnação, na qual a autonomia privada provoca uma indiferença generalizada.

O pós modernismo foi preenchido pela informação, pela expressão e pela subjectividade.

O excesso e a facilidade e conseguir estes parâmetros fez com que a expressão tenha como reflexo nada mais haver a dizer; a subjectividade solicitada até níveis tão elevados provocando o vazio como efeito resultante.

Somos impelidos a falar por falar, como necessidade de nos mostrarmos, vivemos para o externo, um narcisismo exacerbado.

Podemos fazer tudo, a oferta é vasta e infinita. Podemos dar continuidade às nossas próprias motivações, é possível a satisfação de todas as opções.

Somos seduzidos. E é assim que funciona a sedução.

A satisfação do desejo, de imediato, desvaloriza tudo o que tem a ver com esforço...que já não está na moda.

Entende-se a disciplina como coerção, ninguém a aceita.

Como dizia Nietzsche, vivemos, agora, “uma tendência para o enfraquecimento da vontade” (6) e o fim da vontade coincide com um tempo de pura indiferença.

A relação conosco próprios é de tal forma que o outro deixou de ter valor.

O narcisismo, a este nível, acaba com qualquer conceito de igualdade, de democracia. Existe apenas autenticidade.

Acabada a reciprocidade o outro desaparece da cena social!

Foi substituído por um ‘outro’ que é o ‘eu’, uma nova divisão entre o consciente e o inconsciente, esboçando o processo narcísico.

O corpo é promovido a objecto de culto, é o investimento narcísico. Continuar jovem.

A tomada de consciência do corpo por si próprio como finalidade 7.

O uso da máscara é hoje a própria essência da civilidade.

A sociedade exige barreiras para que os indivíduos se protejam uns dos outros...também a moral que cedendo lugar ao encorajamento desenfreado para gastar, gozar a vida, ceder aos impulsos e ao prazer...a crise da sociedade moderna é antes de mais cultural (ou espiritual).

Somos regidos pela lógica da moda, do marketing sem ética.

Os costumes, liberalizados provocam a sensação do vazio...

E a depressão triunfa.

Os indivíduos deixam de se reconhecer como da mesma natureza devido à hipertrofia individualista.

Ao serem dissolvidos, a esfera ideológica e a personalidade, libertou-se uma violência dura e sem esperança, como se vê pelo crescimento da criminalidade e consumo exacerbado das drogas.

4.3.3 O Design e o Belo.

Até a arte contemporânea está, hoje, obrigada a justificar-se. E este pensamento, contraditório (mas pensemos em Warhol) lança outra vez a discussão sobre se o design é ou não arte e vai surgindo sempre por ambos, arte e design, estarem ligados, ou condicionados, pela indústria de consumo que vivemos.

Mas o design, que surge com a industrialização no seio da cultura ocidental da era moderna, inseparável do fenómeno que se chama produção e série é uma consequência da revolução industrial promovida pelo sistema económico.

Seja como for é em torno do belo que tudo gira.

Falamos nele sempre mesmo ao rejeitá-lo! Ele é tão forte quando ausente como excessivamente presente.

O belo perturbador de hoje...

Todo diferente do grego, do renascentista.

”pois a beleza mais não é do que o começo do terror”

RILKE 8

O Belo, desaparecido, será como diz Adolf Loss *“a transformação de tudo em cosmética, em ornamento...”*, crime 9?

Parece que a rejeição da historicidade, justifica o seu oposto, volta-nos a Platão quando desaprova a arte por esta ficar presa, por nos fazer prisioneiros da bela aparência e esta indiferente ao Bem 10.

O Belo que resulta da memória, que se opõe ao Sublime, este actual, porque liberto da história.

Hoje, o que fazemos é produzido a partir dos nossos sentimentos, evidencia o real e o concreto; pode ser entendido por qualquer um que olhe sem que a nostalgia da história perturbe o seu entendimento. Dá forma aos valores e desejos, aos sonhos do consumidor.

Estamos mais no Sublime, como disse Lyotard “ *trazer à frente o irrepresentável na própria apresentação*”¹¹.

Mas este entendimento modernista parece ser ultrapassado pelo actual conceito, que, orientado para a reapreciação do mercado, vai dependendo de novo do prazer do usuário, da beleza do objecto como se nada se tivesse passado nos últimos 100 anos.

É, assim, outra vez em torno do Belo, que tudo se polariza.

O Belo que o foi para o nosso antepassado medieval só o é hoje, para nós, por ter um valor histórico.

O Belo, para Baudelaire estava associado ao fugaz e ao transitório.

O Belo é necessário mas, paradoxalmente, em si mesmo; somos forçados a reconverter a sua noção.

Hoje, o Belo, tem necessariamente a ver com critérios de ordem económica. Está ligado a mutações sociais. As mutações do conceito dependem das transformações sociais que são aceleradíssimas¹².

4.3.4 O Design de Produto e a Humanização.

Uma empresa ao desenvolver, inovar, conquista mercados dando prioridade ao estudo preferencial dos seus nichos ou espaços.

Ao fazê-lo tem uma actuação directa sobre o mundo porque está a criar novas formas. Assim, o mundo é, cada vez mais, feito pelo homem, projectado pelo homem.

Este é o trabalho do designer valendo para o próprio criador, para a sua relação com os outros, com os objectos, o quotidiano, a natureza, a existência e o pensamento.

Justificando-se e definindo-se aqui o pensamento como uma actuação no sentido de uma necessidade que é a humanização do quotidiano¹³.

Este sentido de humanização impõe a criação de produtos sem contradições e assim sendo, credíveis.

Ser credível, em termos globais, é utópico. Basta que pensemos nesta realidade:

Há tantas religiões como indivíduos ou, para o mesmo assunto temos sempre que fazer cedências para que haja concordância.

A adequação do produto às circunstâncias ou, no sentido inverso, produzir a partir da finalidade, pareça ser a única via de colocar o humano como decisor face ao tecnológico.

Elas, as circunstâncias (que hoje mudam velozmente) evoluem em paralelo com o conhecimento.

O espaço entre os motivos de pensamento encurta, o tempo escasseia... o que significa que, neste mundo em mudança, os produtos mudam, o efémero impera.

Este sentido de produção já se faz sentir na ânsia, na insatisfação que nos faz, após cada conquista, partir de imediato para o passo seguinte, como o configurado num automóvel portátil constituem um factor de sucesso.

Mas a coisa encontrada, embora necessária, tem que ser útil e útil no sentido da utilização e da satisfação. Estes dois aspectos são em si também a oportunidade de pensarmos, de verificarmos, que a humanização caminha ao lado da satisfação.

Vivemos um tempo de existência estética, de liberdade.

Uma liberdade que, para ser satisfação, tem que o ser no sentido pessoal da auto-estima...produzindo para os outros, estimando-os o designer estima-se a si mesmo também.

O designer tem portanto o papel importante de valorar no exercício da sua actividade:

Que estética elege? Como se enquadra?

O designer torna-se, é, uma espécie de entidade moralizadora.

Deve compreender que os produtos despertam e procuram satisfazer apetites...

Daí a sua influência no mundo. Trabalha com o símbolo. Quer ver para lá das coisas.

Já não lhe basta o signo como a relação de uma coisa em relação a outra coisa.

O simbólico é o ver mais à frente, é a senha de identificação; é hoje, a nossa exterioridade, a forma como nos apresentamos ao mundo.

Parece, assim, surgir uma necessidade, que é ética, de fazer pensar no interior, na razão ou essência das coisas; desconstruir para uma possível apreciação...não deixando que a efemeridade, hoje normal, nos afaste decididamente do pensamento, interno, da apreciação dos fundamentos, para degustar tudo, nós, os outros, o mundo.

A humanização sendo, ou devendo ser, factor importante como orientador da produção do designer, obriga a um estudo profundo do alvo a quem é dirigido, do seu sistema cultural, porque as percepções diferem umas das outras conforme os sistemas culturais e esses sistemas são também, e basicamente, a experiência adquirida dos grupos, a sua realidade.

Tendo noção disso poder-se-á pensar que o conceito de satisfação varia de pessoa para pessoa, de grupo para grupo, de sistema para sistema.

A produção de designer não pretenderá, assim, contemplar todos de igual forma; mas deve dirigir-se a percepções diferentes, portanto deverá pensar que, para cada um, para cada nicho de mercado, com a sua própria percepção, existe o direito a uma apreciação e satisfação próprias.

4.3.5 O externo e o Interno

Qualquer área ou especialidade pode ser abordada sem aprofundamento ou seja, ficando a apreciação apenas pela sua evidência; não se procurando entender os elementos constitutivos que lhe estão subjacentes, como nasceu, quais as motivações de quem teve a ideia que esteve na raiz da sua criação, desconstruindo para entender do centro para a periferia.

Desde logo se entende que esta abordagem, a exploração deste tipo de raciocínio, esta ligada à experiência e educação de cada um e porque não, também, ao que se pode chamar a circunstância que faz o sentir do utilizador, ou desfrutador do produto, seja ele a peça simples ou complexa. Tem isto a ver também e certamente com o que é o Design confrontado com o que o envolve sendo que afinal, tudo é Design. O Europeu, quando pensa em Design pensa em Itália, em moda, em perfumes, peças de uso comum e doméstico, em Ferraris, em Lamborghinis e Pinninfarina, mas, curiosamente, para os italianos o design é simplesmente a peça, as peças de uso caseiro, sejam electrodomésticos ou outro artefactos que usam no dia a dia.

A popularidade do Design italiano está na grande produção, na exportação que resulta da grande densidade de empresas produtoras. Uma popularidade e divulgação que resulta da fidelidade, pelos seus empresários, ao que é concebido pelos designers ou, como ainda hoje é mais entendido, aos arquitectos.

Não esqueçamos que em Itália, o designer, com formação superior, é uma profissão recente de apenas 10 anos. Para os italianos como hoje também para os japoneses o Design está ligado à funcionalidade, ao lado prático, a uma evidência que não obrigue a fastidiosa consultas de manuais para que deles se extrair a rentabilidade e uso doméstico que esteve na base da sua compra. A peça deve ser funcional mas bela. A garantia está no respeito pela concepção. Mas deve ser bela para que o seu uso esteja ligado ao prazer. Penso que em todo o mundo o utilizador está cada vez menos interessado em ser consultado para dar opiniões sobre este ou aquele produto que ainda é do domínio do futuro. Criticará sim o já existente com prazer.

O design é hoje o salto no futuro. O Design é um acto radical, o designer só pode contemporaneamente ser um inovador e para o ser tem que estar atento, ser culto, tem que ver, ler, pesquisar, até à exaustão. A inovação, hoje tão falada, é lançar para o outro uma ideia, uma ideia inesperada, que quebre muitas vezes com as ideias instituídas, que rompa a história. O homem vive com a necessidade do imprevisto, da prenda que não se espera, do carinho que não é pedido...da coisa que contém a pequena dissonância que desequilibra, que prende o nosso olhar. E, se essa coisa levantar não apenas uma mas uma infinidade de interpretações, tanto melhor, essa ideia vai ficar, vai ser lembrada, despertará sempre o desejo de e de novo ser vista. Mas será que o desfrutar das coisas, de tudo o que nos rodeia será pleno, assim, apenas pelo lado da funcionalidade e beleza externas? Não seremos mais completos, porventura felizes, se deixarmos sair o que de simples existe em nós, a criança que há em nós? No sentido do entendimento de ver o que é, como se fez, como funciona? O “Bom Design” não será aquele que também dá a possibilidade de mexer, de ver por dentro, de nos dar a liberdade, primordial, da infância quando, perante um novo brinquedo, a primeira tendência que tínhamos era desmontar e ver por dentro? Quem desfruta mais rapidamente e a sério da novidade, o adulto ou a criança? O mais arrojado, que mexe com inquietude é, sem dúvida, o mais jovem. Mexe e procura... está mais perto da verdade do objectivo de quem cria. Para que o Design se cumpra tem que buscar e encontrar a criança que há em nós, a nossa curiosidade tem que nos motivar, levantando insuspeitas necessidades, um sem número de gestos de procura, de olhares de prazer sempre que, de novo, voltamos a ver, a mexer o que alguém criou.

Neste tempo de exterioridade em que tudo é lícito, até modificar o próprio corpo conforme o prazer de cada um, não será que a sanidade mental, colectiva, para não entrar em perigoso declive descendente, terá que reverter a direcção que vai levando, passar a uma forma de viver que comece pelos actos criativos, internamente, particularizando, percebendo em sensação o que nos rodeia?

Parece que aqui também se pode dizer Design Radical no sentido em que procura surpreender... Um bom exemplo são os telemóveis, simplesmente invadiram o mundo das pessoas sem que elas fossem ouvidas...Depois sim, os usuários deram algumas opiniões, ou foram pelo uso pedindo novas possibilidades, cores e formas mas, o sentido do radical foi cumprido pela entrada do produto, inesperadamente nas nossas vidas.

4.3.6 A educação pelo Design

Existem vários métodos para educar, para acompanhar os mais jovens e para proporcionar maior conhecimento aos mais velhos. Podemos incluir o design no grupo dos meios disponíveis nomeadamente evolução nas áreas da criatividade e capacidades de expressão e comunicação. Fazer entender que a aparência visual resulta da intenção dirigida para uma determinada função, para responder a uma necessidade.

Assim, o design-educação, passa forçosamente por uma relação mais estreita entre o homem e o seu ambiente, a sua qualidade de vida ¹⁴. Estão ligados ao design o desenvolvimento de capacidades como criar e criticar as coisas, os objectos que nos rodeiam, compreender as condicionantes materiais e humanas que estão presentes em qualquer solução de design e desenvolver capacidades para, enfim, resolver problemas e tomar decisões. Em suma, a educação pelo design, objectivará a formação de indivíduos esclarecidos e actuantes, preparados para responder de uma maneira criativa e inovadora aos desafios actuais. Importante será sempre encontrar neste processo algo de nós próprios dando relevo, também, aos outros, às suas ideias. Não trabalhar uma mera reprodução de formas do passado mas num processo de análise, desenvolvimento, experimentação e experiência. O design deve ser orientado no sentido da resolução de problemas funcionais com uma estética que lhe é própria. A educação pelo design é a dos sentidos em que se baseiam a consciência, a inteligência e o raciocínio. A construção e a produção resultam do relacionamento harmonioso desses sentidos com o mundo que nos rodeia.

4.3.7 O corpo, objecto de design.

*pequeno desenho
o azul
a mão a
recortar-se
contra o vidro*

Bernardo Pinto de Almeida ¹⁵

Corpo é o mesmo que *soma* em grego, mas corpo é uma tradução imperfeita de *soma*, portanto, não serve para todas as conotações. É preciso compreender o significado de *soma* para, em seguida, avaliarmos as perdas e contributos que levam à noção de corpo. E ainda, também, compreender o significado de *soma* em relação a *psyché* – a alma. Continuar a pensar este tema necessita que nos libertemos dos preconceitos que entravam a nossa consciência e entender que a alma, a *psyché*, não é uma substância vaga, imaterial, que sobrevive aos nossos mortos. A alma é o impulso, «o movente», ou seja, na acepção grega de *tecné* : o motor. Então, o corpo, é aquilo que é movido; é esse peso, penoso, que, em certas ocasiões sobrecarrega o motor. Assim, evoluímos a partir da definição de corpo: “*como aquilo que constitui a essência de alguma coisa*” mais do que “*qualquer porção de matéria que forma um todo distinto*” ¹⁶. A concepção «mecanicista» do corpo, a do «homem-máquina», deixa o sujeito da ciência totalmente livre – e imaterial. O corpo, para Merleau-Ponty “*...move-se, o meu movimento desdobra-se. Ele não está na ignorância de si, não é cego para si, resplandece de um si...*” ¹⁷. E afirma “*Mas, posto que vê e se move, ele mantém as coisas em círculo à sua volta...é feito do mesmo estofo que o corpo*”, ¹⁸.

«*ser um ser humano é um exercício de design contra a natureza*» Vilém Fluner 19.

O corpo, como objecto de design, foi pensado, assim, praticamente desde sempre.

Lembremos os autómatos antropomórficos e zoomórficos, a tendência para considerar a máquina como modelo de seres vivos, as representações artísticas das máquinas, os teatros das máquinas, entre os séculos XVI e XVIII.

A relação do corpo com o ambiente é um exercício de design, mesmo quando o objectivo é no sentido do menor esforço, por exemplo, na facilitação, substituindo a actuação humana pela tecnologia, não sendo necessário actuar fisicamente para que se acenda a luz, se ligue um electrodoméstico...um qualquer mecanismo funcione, a tecnologia fazendo isso por nós, não se dando por isso. Esse ambiente modificado pela tecnologia é explicado e define apropriadamente o design, dando sentido ao facto da própria tecnologia ter como origem o corpo humano.

Intervir no próprio corpo, podendo ser referenciado, exemplarmente, o primeiro transplante cardíaco em 1967 consiste em olhar o corpo em termos mecânicos e, inversamente, (20) até à antecipação do ser biotecnológico que Manfred Clynes, em 1960, denominou como Cyborg 21.

Descorporalizar, um termo hoje aplicado com frequência quando se refere o indivíduo inserido na rede digital. Mas, esta ideia de descorporalização também é recorrente, por exemplo, com o que se pode designar por condição ciborgeana e cibernética que prescindem das reduzidas capacidades de apreensão inerentes à sua estrutura fisiológica. Vivemos um tempo de imaginário pós-humano 22.

De referir, a propósito, *Orlan e a “cirurgia-performance”* 23.

Nascida a 30 de Maio de 1947, Orlan atingiu o nível mais alto de visibilidade quando se valorizou com duas pequenas bossas, ou saliências, que mantêm, nas têmeoras. Esta intervenção foi transmitida e espantosamente divulgada via satélite, do bloco operatório em Nova Iorque para o Centro Georges Pompidou em Paris, para a Galeria Sandra Gering em Nova Iorque, para o Centro Multimédia de Banff no Canadá e para o Centro McLuhan de Tóquio. Orlan é, assim, citada como a primeira criadora a utilizar a cirurgia com uma finalidade artística, denunciando as pressões exercidas sobre os corpos, particularmente sobre o corpo feminino. E é reflectindo sobre o que se pode considerar “*uso absurdo do corpo*”, que se pode fazer uma leitura histórica que passe pelos anos 50, relacionados com o culto do corpo, do espírito da ruptura com a tradição; pelos anos 60, com o visualmente atractivo...Até à entrada e decurso da *Pós Modernidade* e a nostalgia pelo passado, tendência para a rebelião, os excessos, a vitalidade muscular, o prazer de surpreender as pessoas e os sonhos de glória imediata... O clássico é sempre a referência, muitas vezes usado para sancionar com a ideia de existência já passada, por exemplo na idealização do corpo heróico, uma certa linha do Body Building mesmo quando contaminada pelos precedentes na tradição americana do higienismo e do culturismo. De facto existe o clássico e essa forma preenche o imaginário de todos contrapondo-se às morfologias irregulares, as mesmas que Omar Calabrese chama «neobarrocas» 24. Na Body Art, interessava contrariar o hábito histórico de conceber e desenvolver a obra de arte como um objecto e assim centrar a atenção no corpo humano, nas suas capacidades expressivas, na alegria que está ligada à existência. O corpo, visto assim, é uma obra de arte, converte-se em obra de arte...25.

O sentido de alegria, eterna, ligada à existência, já expresso na arte dionisíaca, deve ser procurado atrás das aparências (26); de facto, na Body Art, existe um sentido de ruptura com os meios e processos decorrentes da tradição a qual, após os anos 80, é preterida e substituída por um crescente e profuso aumento de possibilidades que conduz a um sentido global no qual tudo se remete para tudo, dentro de um espaço/tempo que já é, ou está a tornar-se, instantâneo.

Este é o conceito teórico da Ciber Modernidade. Um quadro de transformações de cultura que fazem com que um determinado modo de interpretar a cultura não tenha validade. O pensamento teórico só pode, por isto, evoluir:

O Design está em paralelo com a cultura.

«...eu penso que o design é, no presente, a mais forte expressão da arte. Assim, é cultura...» Gaetano Pesce 1988.

Design, Cultura... Arte, relação reforçada:

«O design são as relações...No momento em que se concebe algo, está-se a criar uma relação.» Paul Rand 1989.

O crescente alargamento do *ciberespaço*, a sua tendência para conter cada vez mais elementos do real, dá origem ao que se pode chamar “o processamento do mundo”, hoje não estamos mais cingidos apenas aos textos e imagens e, em relação a estas, vivemos um tempo que se pode apropriadamente chamar de “economia de imagem”.

É um tempo de mimetização, do replicar de tudo: o que decorre e o que está em arquivo, informacionalmente... e o contrário disto, também, complementarmente.

Por cópia ou miniaturização vão se confundindo as interfaces com todo e qualquer objecto existente. O corpo é, assim, entendido como interface das interfaces, todo o nosso destino está nele, *é ele próprio matéria de design*, 27.

O duplo espaço real e imagem, rege toda a experiência ocidental. Paul Rand fala em «*dilúvio do design*». Estamos em mutação constante e extremamente vasta.

Mutação que, e em relação ao corpo, nos leva inevitavelmente para a genética e toda a controvérsia em redor desse tema que toca no limiar último do humano.

Matéria polémica que, no entendimento de Peter Sloterdijk, acaba por ser «*um pouco absurda, pois o corpo e a «psiché» humanas estão a ser crescentemente intervencionadas pela técnica, independentemente de qualquer decisão ou da falta de um plano reconhecível.*

É o carácter inconsciente destas intervenções que teria de ser atacado» 28.

Impõe-se uma atitude que, embora passando por um esforço necessário de procura constante de informação, seja capaz de pensar nos aspectos éticos e na necessidade de contrariar essa quase angústia e impotência, por uma atitude consciente de gestão do próprio tempo e do traçar de metas realizáveis dentro do binómio homem – máquina.

A mutação constante que advém deste tempo veloz, impossível de acompanhar dada a velocidade informacional que nos chega das incontáveis áreas em que a evolução, sem cessar, se faz sentir.

Por isso, a forma instantânea como essa divulgação se processa, faz com que tudo o que existe de novo no instante presente já é passado, está ultrapassado.

Pensar que o objecto industrial desaparece (29) com a mesma rapidez com que aparece e que as suas marcas, remanescentes, só se poderão esbater (ou desaparecer) se o sentimento inovador colmatar a nostalgia do que tendo sido feito antes, portanto histórico, interessante como memória, referente como comparação, até para constatação e justificação da evolução.

É o próprio capitalismo que vem exigindo no sentido da sua justificação: - *fluxo de monetarização* - que se viva um estado de perfeição que, mais não é, que uma produção efémera, portanto com um implícito desaparecimento rápido, embutindo uma obsolescência a todos os objectos.

o aparecer e desaparecer do objecto, daí decorrendo a entrada de tudo, cada vez mais, no domínio do virtual.

Por tudo isto e por necessidade da própria evolução, parece que nos conduzimos para um tempo no qual a forma final é a vida, embora ainda como visão distante, mas não muito, dada a nossa ansiedade e pressa 30.

É, pois, a vida, o corpo, intervencionado e intervencionando, mantendo a sua capacidade de errar e por isso poder evoluir, que exige, para uma maior aproximação com o virtual, o estudo e desenvolvimento do software de “lógica vaga”.

É o corpo que se justifica verdadeiramente como *primeira matéria de design*.

O que interessa é a experiência do corpo no que faz, a consciência de que não se pode desenhar o espaço, nem nada, sem se perceber que é o corpo que percepção, que entende, que assume, que dimensiona, que aceita, que rejeita, etc.

O que interessa são as questões do espaço e não as questões de forma. O momento inicial da criação é intuitivo.

A fixação do conhecimento é feita a posteriori exactamente pelo reconhecimento. A intuição tem um papel fulcral. Só se aprende com o corpo. A evolução é sempre, em todos nós, o resultado de passos sucessivos de superação. Face a uma situação concreta superamo-la. O grande inimigo da inovação e da criação é a tendência natural para reproduzir. A única coisa que interessa realmente é a energia, a dinâmica estabelecida através dessa energia.

A existência antecede o pensamento e, assim, o pensamento vem como consequência do existir e do ser embora o influencie.

Interessa a energia das forma e a energia que elas estabelecem, a sua dinâmica.

O que interessa é o que transita entre as coisas o que as liga e possibilita a sua intercomunicação.

Notas

- 1- “*Todas as emoções originam sentimentos...mas nem todos os sentimentos provêm de emoções*” DAMÁSIO, António R., *Descartes’ Error – Emotion, Reason and the Human Brain*. Edição Portuguesa das Publicações Europa-América, 18ª Edição. Lisboa. 1998, p.57.
- 2- “*Emoção é uma reacção automática que é colocada como dispositivo nos seres vivos, humanos ou não humanos, e que permite responder a certos objectos e a certas situações de uma forma não deliberada, de uma forma que vai levar ou à defesa perante uma ameaça ou à utilização de uma oportunidade*”². Cf. *Op.cit.*, p.146.
- 3- “*A mente verdadeiramente incorporada que concebo não renuncia aos níveis mais refinados de funcionamento, aqueles que constituem a sua alma e o seu espírito. Do meu ponto de vista o que se passa é que a alma e o espírito, em toda a sua dignidade e dimensão humana, são os estados complexos e únicos de um organismo*”. Cf. *Op.cit.*, p.257.
- 4 - “*Aquilo que é representado no corpo é construído de novo, momento a momento, e não uma réplica exacta de algo que sucedeu antes*”, Cf. *Op.cit.*, p.171.
- 5- “*Não vejo as emoções e os sentimentos como as entidades impalpáveis e diáfanas que tantos insistem que elas são*”, Cf. *Op.cit.*, p.177.
- 6- SEABRA, Augusto M., «A Autonomia da Arte», Público- Milfolhas, 21 Maio 2005,p.15
- 7 - “*Nada menos do que o grau zero do social, o narcisismo procede de um hiper-investimento de códigos e funciona como tipo inédito de controlo social sobre as almas e os corpos*”, LIPOVETSKY, Gilles, *A Era do Vazio*, Edição Portuguesa, Trad. PEREIRA, Miguel Serras e FARIA, Ana Luísa Faria, Ed, Relógio D’Água, Lisboa, 1989, p60.
- 8- “*É em torno do Belo que tudo se polariza de novo, como se ele fosse tão potente na ausência como na excessiva presença*”,MIRANDA, José Bragança de,«O Retorno do Belo», JL (893) 2005, p.17
- 9- “*Desaparecido o Belo tudo se torna em cosmética, em ornamento, que Adolf Loss define como ‘crime’*”,Cf. *Op.cit.*,p.16.
- 10 - “*Platão desaprova a arte porque ela fica presa, e faz-nos prisioneiros da bela aparência, indiferente ao Bem*”, Cf. *Op.cit.*,p.16.
- 11 - “*Lyotard deu ao Sublime a melhor configuração definindo-o como o que permite ‘trazer à frente o irrepresentável na própria apresentação’*”, Cf. *Op.cit.*,p.17.
- 12 - Bernardo Pinto de Almeida diz “*A nossa época é de fusão e as estéticas também. Por isso o Belo do nosso tempo, como diria Breton, ou será de fusão ou não será*”. ALMEIDA, Bernardo Pinto de, «Ou será de fusão ou não será», *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, Ano XXIV (893), p 13.
- 13 - Ver El Mundo Como Projecto AICHER, OTL, *El mundo como projecto*, Ed Gustavo Gili, SA, Barcelona, 1994 p8a11.
- 14 - ROCHA, Margarida, *Educação em arte: conceitos e fundamentos*, Escola Superior de Educação de Setúbal.
- 15 - ALMEIDA, Bernardo Pinto de, *e outros poemas*, Quetzal Editores, Lisboa, 2002
- 16 - Enciclopédia Verbo S.A., Madrid/ Lisboa, 2004.
- 17 - MERLEAU-Ponty, *O Olho e o Espírito*, Veja, Lisboa, 2000, p. 20.
- 18 - Cf. *Op.cit.*,p.21.
- 19 - Para Husserl é este corpo-objecto (em alemão Körper) que se opõe o «*corpo vivido*» (*Leib*), que assegura uma presença no mundo, que precede todas as divisões e todas as determinações. Jean Lévêque, *ABC da Filosofia*, Trad Paula Taipas, Flammarion, Paris,2001,p.33/34
- 20 - «*Habituo-nos a considerar as novas tecnologias como extensões dos sentidos humanos, isto é, no estatuto de próteses. Ora esta concepção revela-se insuficiente. Não, as novas tecnologias são mais do que próteses que permitem que um sujeito conheça melhor o mundo que as rodeia. E são mais do que próteses porque modelam sujeito e objecto, mente e mundo.*»
Eduardo Prado Coelho, *A Informalização*, Pública, 20 Setembro 2003, p.18.
- 21 -«*O design, tal como eu o compreendo, é uma modulação da relação entre o corpo humano e o ambiente na medida em que ele é modificado pela tecnologia. A tecnologia vem do corpo humano e o design dá-lhe sentido*»... «*em funções informatizadas internas para explorar o não se dá por isso: aço geométrico e caixas de plástico respondendo ao gesto e comandos de proximidade sem sequer um botão de ligar-desligar.*»
Derrick de Kerckhove, *A Pele da Cultura*, Relógio D’Água, p.215 e 217.

22-“*Se há uma marca que paira como uma sombra dominadora sobre o debate subjacente à arte contemporânea – sobretudo nesses últimos anos de um século que desejou intensamente um tempo que virá, essa marca é a do corpo.*”

ALMEIDA, Bernardo P. de, *Transição-Ciclopes, Mutantes, Apocalípticos*, Assírio e Alvim, Lisboa 2002, p.137.

23 - Acerca da Body Art, Orlan, diz:« *...é um trabalho magnífico, que, na época quis libertar o corpo dos tabus da nudez, da sexualidade...Mas foram performances no limite físico e psíquico, muitas vezes em sofrimento. O que eu faço é epicuriano, do lado do humor, da alegria de viver. Recuso sofrer. Explico ao cirurgião que não quero dor.*» Pública, nº418,30Maio2004,p.58 a 62.

24 - A resposta é uma só: o mesmo afastamento do equilíbrio do sistema social, se, por um lado, favorece o aparecimento de corpos irregulares, justamente por isso provoca, por outro lado também paralelos desejos de instabilidade. Não porque a estabilidade tenha de ser «*melhor do que a instabilidade*» (isso é determinado a posteriori pelo sistema de categorias de valor), mas porque é extremamente mais económico.

A estabilidade admite previsões mais simples, e assim comportamentos mais seguros.

Provavelmente, é preciso reconhecer que «*a bolsa do social*», embora valorize mesmo certos derrubes do sistema, ao mesmo tempo exige inconscientemente a sua estabilização e a sua continuidade.

Omar Calabrese, *L'Etá Neobarocca*, Edições 70,Lisboa1999,p.199/200

25 - «*Também a arte dionisíaca nos quer convencer da eterna alegria que está ligada à existência; somente não devemos procurar esta alegria nas aparências, mas atrás das aparências.*

Devemos reconhecer que tudo quanto nasce deve estar pronto para um doloroso declínio, que somos forçados a mergulhar os nossos olhos no aspecto horrível da existência individual.»

Nietzsche F., *A Origem da Tragédia*, Guimarães Editora, Lisboa 1999,p.136

26 - «*é o sujeito que é capaz de servir de intermediário entre o homem e a natureza.*»

Sandro Sproccati, Trad.Maria J.V.Figueiredo, *Arte*, Editorial Presença, 1997, p.258.

27 - «*Basta constatar a pressão para o design genético, quer de animais quer de humanos, as novas próteses e implantes tecnológicos que penetram, rodeiam e mobilizam os corpos, os novos robots, o design ambiental e ecológico, para se intuir imediatamente que sob o glamour do design algo de mais radical está em curso.*» José A. Bragança de Miranda, *O Design como Problema*, Interact #10, Fevereiro2004

28 - Cf. Peter Sloterdijk (1999), *Règles pour le parc humain : Une lettre en réponse à la Lettre sur l'humanisme de Heidegger*, Paris, Mille et Une Nuits, 2000.

29 - Octávio Paz sustentou que «*no objecto industrial não existe ressurreição; desaparece com a mesma rapidez com que aparece. Se não deixasse marcas seria realmente perfeito; desgraçadamente tem um corpo e, mal este deixe de servir, transforma-se em desperdício dificilmente destrutível*» Octávio Paz (1979), In/Mediaciones, Barcelona, Seix Barral, p. 23

30 - Não seria impensável que a forma final da técnica fosse a da «*vida*», que por agora mais não é do que uma hipótese de ficção científica estilo Fankenstein ou Matrix. O desejo de fusão da técnica com a vida está nitidamente patente no design actual, fascinado como está pelas formas biológicas e os materiais orgânicos.

Ellen Lupton afirma que «*the rise of digital media over the past decade has changed the practice of design, providing tools for making objects and buildings that resemble living creatures – modeled with complex curves and forms – while remaining distinctly artificial*»

Ellen Lupton (2002), «*Skin: New Design Organics*» in Lupton (org.), *Skin*, Londres, Laurence King Publishing, 2002, p. 31.

Anexo D – Bibliografia

- AICHER, OTL, *El mundo como proyecto*, Ed Gustavo Gili, SA, Barcelona, 1994
- ALMEIDA, Bernardo Pinto de, «Ou será de fusão ou não será», *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, Ano XXIV (893)
- ALMEIDA, Bernardo Pinto de, *Transição-Ciclopes, Mutantes, Apocalípticos*, Assírio e Alvim, Lisboa 2002
- BANDEIRA DUARTE, Tânia, FERREIRA, Luís, «Conversa com Bernardo Pinto de Almeida» [UP] arte, Dezembro de 1998
- BARTHES, Roland, *Sistema da Moda*, Edições 70, Lisboa, 1999
- CALABRESE, L'Etá *Neobarocca*, Edições 70, Lisboa 1999
- DELEUSE, Gilles, *NIETZSCHE E A FILOSOFIA*, Trad. MAGALHÃES, António M., RÉS - Editora, Porto, 1999
- Ellen Lupton (2002), «Skin: New Design Organics» in Lupton (org.), *Skin*, Londres, Laurence King Publishing, 2002
- FURTADO, Gonçalo, *Architectural Flesh*, Ed. Mimesis, Porto, 2004
- GARCIA, José Luís, «Sobre os perigos da biotecnologia», *Pública*, 2005 (449)
- HUISMAN, Denis, *A Estética*, Edições 70, Lisboa, 1997
- LÉVÊQUE, Jean, *ABC da Filosofia*, Trad Paula taipas, Flammarion, Paris, 2001
- LIPOVETSKY, Gilles, *A Era do Vazio*, Relógio d'Água Editores, Lisboa, 1989
- MALDONADO, Tomás, *Design Industrial*, Edições 70 Lda, 1999.
- Merleau-Ponty, *L'Oeil et L'esprit*, Gallimard-Veja 2000
- NIETZSCHE, F., *a Origem da Tragédia*, Trad. RIBEIRO, Álvaro, Guimarães Editores, 1999
- PACHECO, Maria Cândida, «entrevista com...», *UPORTO*, 2004 (14)
- PRADO COELHO, Eduardo, *O fio da modernidade*, Editorial Notícias, Lisboa, 2004
- SEABRA, Augusto M., «A Autonomia da Arte», Público- Milfolhas, 21 Maio 2005
- SPROCCATI, Sandro, Trad. Maria J.V. Figueiredo, *Arte*, Editorial Presença, 1997
- VARELA GOMES, Paulo, «crónica de um pessimista - OTAKU», *OS Meus Livros*, 2004 (21),

Capítulo V

Dificuldades subjacentes, limitações do trabalho desenvolvido.

5.1 Limitações do trabalho desenvolvido

5.1.1 Relação da produção com a economia.

Nas várias abordagens efectuadas, por pesquisa bibliográfica, palestras, seminários, opiniões avulso, deparei com tibiezas e evasivas, fuga a clareza nas opiniões...nomeadamente em relação à produção inevitavelmente relacionada com a economia, esse cuidado de bem viver, é perfeitamente perceptível, porque a dependência que o mercado tem da economia obriga, para que a venda se processe, a uma relação delicada, com cedências pontuais embora elas sejam às vezes, de parte a parte.

A iniciativa pode partir de um dos lados não sendo rigoroso que seja sempre o criativo a tomar as rédeas do processo.

Cada vez mais caminhamos no sentido desejável da interacção na qual todos os intervenientes devem ser ouvidos.

Parece no entanto existir, como problema, a realidade de que os grupos constituídos, mesmo que temporariamente, têm líderes inatacáveis, cuja formação discutível faz surgir um tipo de insensibilidade a certos aspectos do produto, no sentido mesmo da inovação, prejudicando assim a evolução desejável.

Quem detém o poder, seja ele político, social ou técnico, tende, mesmo que temporariamente a ser seguido. Isto é válido mesmo em democracia.

A intervenção cuidadosa é imprescindível nas várias áreas. Daí advém, inevitavelmente, uma estabilidade.

Mas atenção, a estabilidade pode ser estagnante.

Hoje, mais que nunca, o que resolve, o que projecta para o futuro é a mobilidade...estabilidade pode, sendo prolongada, sinónimo de estagnação, o mesmo que dizer diminuição de mobilidade, de produção!

É essa estagnação resulta da falta de diálogo, resulta da aceitação de decisões que, como dogmas, não são fruto do diálogo, das achegas de elementos das várias competências, que deviam ser ouvidos.

Quando o líder decide apenas por si, estão ausentes a reflexão, a ponderação e, acima de tudo as ideias que estão na origem, sempre, da novidade, da nova criação.

O Design pode, parece escapar aos poucos a este estigma.

Produzir, criar, a ideia inicial deve ser do designer.

Logo, em seguida, todos participarão e esse impulso inicial será naturalmente objecto de adaptações várias mas, a ideia pertence a quem cria.

O designer, por vezes, tem que defender, não deixar desvirtuar, aqui entra mais uma vez a Ética no sentido que se compreende do respeito para com os outros.

5.1.2 Limitações à Inovação da responsabilidade das Empresas, da Universidade e do Estado 1.

As empresas portuguesas, com a ajuda da União Europeia, reorganizaram-se e equiparam-se.

A grande maioria não conseguiu, no entanto, dar passos significativos em Inovação, porquê? Porque, apoiadas aplicaram as verbas com objectivos imediatos, olharam para o curto, ou no máximo, médio prazo, acomodaram-se e deixaram-se enganar por um sucesso apenas provisório, não se aperceberam das mudanças que hoje são tão velozes, como se vê, por exemplo, com a invasão dos têxteis e calçado pelos chineses.

A ausência de inquietação na altura própria dá agora lugar a um sentimento geral que é um quase pânico.

As empresas agora sentem-se ameaçadas.

Este estado de coisas deve-se fundamentalmente à sua inércia, ao seu comodismo. Vivemos, como realidade, num patamar de fraco acesso ao conhecimento e fraca procura técnica pelas empresas.

Esta falta de procura técnica desencoraja os investigadores não os incentivando a uma relação mais estreita com o meio empresarial.

Sentimos que, comparativamente com as empresas estrangeiras, o nosso plano ou nível não é nada animador.

A verdade é que as empresas orientaram a sua produção a partir da importação e pensam que o melhor é copiar nas feiras e certames internacionais pois, mais uma vez, pensando a curto prazo e baseados no nosso atraso comparativo lhes fica menos oneroso este processo.

Esta é, de facto, a principal limitação à produção inovadora.

Como solução espera-se que as empresas sedentas de mudança, mais esclarecidas, se juntem à comunidade científica (esta transformando a sua verdade científica em tecnologias úteis para a sociedade, portanto para as empresas) os dois apoiados pelo Plano Tecnológico do Governo, com vectores tão importantes, consigam realmente, em convergência, apontar para o futuro, planear e preparar, já que até agora tão pouco fizeram, para recuperarmos e conquistarmos, com solidez, o futuro.

Esse futuro que passará, necessariamente por uma reforma do sistema educacional. Fazer uma promoção do ensino, desmistificando o medo das matemáticas, das físicas, ligando-os, fazendo perceber a sua utilidade prática.

Temos como exemplo disto a Finlândia. Lá os alunos são os primeiros nas ciências naturais, na matemática e ...nas áreas humanísticas. É possível, como se vê mudar este estado de coisas. É possível evoluir, temos meios, capacidade para isso.

O Estado deve investir mais e espera-se que o faça. Deve comprar aos centros de investigação projectos estruturantes. Porque, a Inovação é imprescindível para a competitividade das empresas, das regiões, dos países.

Tomemos enfim consciência que a sociedade só está aberta à inovação se fundamentada na educação e na cultura.

5.1.3 Limitações próprias da ausência de diálogo e aceitação tácita do conservadorismo e liderança rígida, do politicamente correcto.

O corporativismo pode ser um factor de entrave à evolução sempre que o «espírito de corpo» institucionalizado dificulta a troca de opiniões e ideias.

As novas ideias são a origem de novos produtos e para isso é necessário o diálogo, discutir soluções, sem receio que o “guru” da área a debater possa vetar, sem medo que o poder de grupos dominantes possa lançar para o “limbo”, ou ostracistas quem tenta expor uma nova ideia.

Por vezes, ao questionarmos um membro de uma qualquer classe criativa, especialmente se o inquirido já ocupa um lugar em plataforma média ou superior, nota-se que, em primeiro lugar, não gostam de falar sobre o trabalho de um colega, a não ser, naturalmente, para o elogiar, portanto, sem espírito crítico...é assim que as coisas se passam.

Mas, contemporaneamente, desfeitos os dogmas, não pode haver lugar para endeusamentos em qualquer área. Tudo pode e deve ser posto em causa.

Qualquer produtor não repete a mesma obra. Com dados idênticos, amanhã, o trabalho será sempre diferente. Criticará sempre o que fez anteriormente, como se ele tivesse ficado incompleto.

Nada é já definitivo e por isso é um dever opinar - para que a vida continue.

Para que existam coisas nas quais acreditemos é preciso terminar os produtos, naquele instante nada mais podemos fazer-lhes, podem ser utilizados. Conceptualmente não é assim, tudo deve, tudo pode ser melhorado, amanhã, com novas informações disponíveis.

O conservadorismo é, exacerbado, a estagnação, não é parte da vida de hoje...

Inovar também significa que as obras devem ser feitas, justificadas, se possível usada por muito tempo e um dia serão lidas como o fruto de uma época, um marco do tempo.

A inovação, por isso, significa trabalhar à frente, o mais à frente possível, para dar mais vida e uso às coisas produzidas, para elas serem um dia olhadas pela história, que ajuizará da sua importância 2.

Notas

1 -“ A Inovação pressupõe a melhoria de um produto ou de um serviço que traz vantagens para a sociedade através de uma alteração existente. Para isso é necessário que haja educação e cultura, mas, no processo final, também um espírito”. Prof.Dr. José Manuel Mendonça, Investigador, em artigo publicado em 17.04.2005, Pública nº 464.

2 - Charles Babbage included a remarkable passage on the various ways in which corruption could spread even the everyday work of science. He categorized hoaxes, designed to twist scientific authority: forgery, a hoax designed to deceive everybody for ever; trimming, where the scientist claimed excessive observational accuracy; and what he called cookery, where a huge quantity of data was used as a reservoir from which a desirable result could be cunningly extracted. What should interest us more in the work in Babbage's acute analysis of the tension between the economic facts of the market and the system by which research could be encouraged. He adhered to the virtues of the division of labour and the role which market price should play in the encouragement of the factory system but in his analysis of English scientific decline he immediately recognized that market economics would seem to rule against any need for distinctive public encouragement of inventors: *the public who consume the new commodity or profit by the new invention, are much better judges of its merit than the government can be ; the reward which arises from the sale of the commodity is usually much larger than that which government would be justified in bestowing; and it is exactly proportioned to the consumption, that is, to the want which the public feel for the new article.* THE ROYAL SOCIETY FOR THE ENCOURAGEMENT OF ARTS, MANUFACTURES AND COMMERCE, ON DESIGN AND INNOVATION, GOWER PUBLISHING LIMITED, CAMBRIDGE, 1999. P116.

Anexo E - Bibliografia

GARCIA, José Luís, «Sobre os perigos da biotecnologia», *Pública*, 2005 (449), pp. 3 a 6.

LOPES, Helena, «Capitalismo Digital e Coesão Social», *Finisterra*, 2000 (36 e 37), pp 79 e 80.

MAC SHANE, Denis, «Direitos Sociais, Políticas Nacionais e Integração europeia», *Finisterra*, 1998 (26) p 32.

MENDONÇA, José Manuel, «Ideias fortes...», *Pública* (464) 2005.

THE ROYAL SOCIETY FOR THE ENCOURAGEMENT OF ARTS, MANUFACTURES AND COMMERCE, ON DESIGN AND INNOVATION, GOWER PUBLISHING LIMITED, CAMBRIDGE, 1999.

Capítulo VI

Objectivos do estudo, perspectiva seguida e resultados obtidos.

Método seguido e porquê

Desenvolveu-se a problemática, vasta, primeiro com uma panorâmica geral e depois a definição simples para a associação complexa dos aspectos em título desta dissertação.

As recolhas passaram pela consulta e pesquisa bibliográfica, conferências, troca de impressões e opiniões com especialistas das várias áreas, recolhas na Internet, acompanhamento constante e atento de tudo o que nos envolve e preocupa na actualidade.

Foram efectuadas algumas entrevistas a personalidades que, de áreas afins mas distintas, deram valioso contributo, desenvolvendo o seu entendimento sobre as questões colocadas. Não sendo o objectivo sair do âmbito deste trabalho procurou-se também que os assuntos de algum modo a ele se circunscrevessem.

Procurou-se relevar a inquietação da contemporaneidade que, em grande medida, se deve a esta vertigem com que se desenrolam e desenvolvem todos os assuntos e a própria vida e ultrapassar receios e angústias que desta realidade podem advir.

Isto não significa desvalorizar pois a inquietação deve estar presente, em todos, como forma de activamente compreendermos que a inércia, o conservadorismo, conduzirá a planos de estagnação contrária à própria vida que é movimento e acção, como uma linha ascendente no gráfico da nossa existência, que não perdoa esmorecimentos ou falta de carácter.

Individualmente ou em grupo o caminho é trabalhar para o futuro, o mais para a frente possível.

Encontrar explicação para a emoção contida na realidade de viver, contactar com os outros, o mundo e as coisas, deixando curiosidade e interesse para a prossecução e estudo dos temas abordados, implicou a escolha de um método que se sujeita naturalmente a encontrar resistência porque, de facto, apenas se trata de uma escolha.

A procura bibliográfica, os casos de estudo e as entrevistas, revelam que existem diferentes formas de abordagem.

Avançou-se no sentido de entender, não aprofundando por não ser esse o objecto do presente trabalho e também para não invadir terrenos demasiado especializados, a opinião de neurocientistas, as zonas cerebrais que são responsáveis pelo que aqui se trata.

Hal Foster foi ajuda preciosa, ajudando a perceber a evolução do design e a sua ligação com a economia, por exemplo e entre outras reflexões de grande oportunidade e importância 1.

Em 1908 a evolução cultural era entendida como deixar para trás tudo o que tinha a ver com ornamento, nos objectos úteis, de uso comum.

O ornamento era, portanto, um crime e o design ornamental, na Arte Nova, era tido como erótico, degenerado.

Mas uma vez mais se repetiram as mudanças que marcam a viragem dos séculos e, o século XX, não escapou a esta regra.

A Arte Nova reapareceu nos museus, na literatura académica.

O design voltou a unir a arte e a vida e a repudiar os signos da morte. Em sentido inverso ao que estava a ser seguido, os objectos utilitários e funcionais, foram elevados à categoria de Arte com Duchamp entre outros a serem lembrados.

Hoje, design é produção/consumo.

Extraí o valor dos signos, das formas, dos objectos.

O utilizador contribui para a produção por força do próprio consumo...que é mensurável.

Assim, seduzir tornou-se a principal tarefa do design.

Despertar a atenção do consumidor para que retenha a imagem.

O objecto é relegado para plano secundário.

A cultura do marketing e o marketing da cultura influenciam e são afins com a economia.

Hoje fala-se em design como política económica.

O produto só pode ser aceite se rodeado pela inteligência e pela cultura.

O design objectiva o envolvimento do real e do virtual com a informação.

Constitui-se como a grande vitória do capitalismo sobre o pós-modernismo, sobre as artes, obriga a muita disciplina sistematizando essa transgressão.

O design desenvolveu um novo narcisismo no qual a imagem total e exterior são a apoteose do objecto e, ao mesmo tempo o seu desaparecimento.

Constituiu-se como estilo de vida, dissolvido em tudo o que nos rodeia.

As experiências de uns são as de todos.

Depois de considerarmos o homem como centro do universo, seu senhor, finalmente encontramos o nosso Eu, o Eu das nossas próprias qualidades.

A vida de hoje é a novidade constante, a repetição da novidade.

Ser iterativo, reiterar, em cada passo dado, gesto, novo amanhecer, com a vontade, a vontade da vontade, para perceber que a evolução dependeu sempre e afinal da capacidade do homem em inovar.

Essa capacidade que só foi sempre atingida pelo ganho de novas competências, ao longo da vida, individualmente, por séculos e milénios por sermos seres com necessidade de ir sempre além, de ter objectivos e metas que justifiquem a perenidade de uma vida curta.

E tudo isto aconteceu desde os primórdios.

A força do interesse em novas experiências, novas possibilidades, percepção de novas imagens e objectos...criar e sentir que só desse modo e assim se evidencia a parte divina do homem.

Esta criação, esta necessidade, tem um forte pendor de poema dramático, de tragédia; um início entusiástico e épico, uma parte central de procura e luta com sofrimento, por vezes de terror e paixão trágica e, finalmente o sublime como corolário, encontro com os nossos próprios limites, que outros poderão continuar...que é o fim da obra mas só para quem a faz como apoteose das suas próprias limitações.

Para o indivíduo acomodado, sem ambições, existe a repetição, a vida é um continuado aborrecimento 2.

Recordo o que ouvi a um professor de desporto ao incentivar os alunos no sentido de os motivar para a exercitação de gestos técnicos, de capacidades condicionais, dizia ele: A única forma de atingirem patamares elevados de qualidade e performance é pela exercitação exercida sempre no sentido de melhorar, sempre como uma novidade.

Tomava como exemplo gestos, que parecem simples de aprender, como a postura de arranque do velocista ou a passada em geral do corredor de atletismo. Puro engano, trata-se aqui de muito trabalho continuado, muita insistência e, acima de tudo, de

entender que cada gesto é um gesto novo...é uma inovação por melhorar o que se conseguiu antes.

Isto deve ser entendido como fonte de prazer e transportado para a vida, para o quotidiano.

É a atitude que deve ser normal para o homem, para o homem de carácter.

Homens que sempre existiram e que hoje, na nossa situação concreta, pelo tempo já perdido, indicam o caminho colectivo a seguir.

A inovação que é introduzir novidades, renovar, não tivesse existido desde sempre, através dos tempos, não haveria forma de justificar a evolução da humanidade.

Ela é sempre proporcional, também, aos meios disponíveis que estão baseados na tecnologia existente 3.

A tecnologia nunca foi tão veloz como actualmente. É natural que assim seja e é o resultado da própria evolução humana.

Temos hoje a possibilidade de usar uma imensa quantidade de meios e, mais importante ainda, em simultâneo se quisermos.

Inovar deve ser encarada por todos como uma forma de viver normal, sem hesitações, tendo o risco para perseguir 4.

E esta é a única postura possível para nós, hoje, a única via para todas as áreas, desde a economia ao design.

Notas

1 - FOSTER, Hal, *Design and Crime (and other diatribes)*, Verso, Londres 2002

2 - “A pessoa encontra-se com um repertório de ideias dentro de si. Decide contentar-se com elas e considerar-se intelectualmente completo. Ao não notar a falta de nada fora de si, instala-se definitivamente naquele repertório. Eis pois o mecanismo da obliteração. O homem massa sente-se perfeito”. ORTEGA Y GASSET, *A Rebelião das Massas*, Relógio D'Água, Lisboa 2004,p82

3 - “O homem é a sua circunstância mas deve poder transcendê-la” Cf. *Op.cit.*,p 82

4 - “ A vida humana tem de estar, pela sua própria natureza, dedicada a alguma coisa, a um empreendimento glorioso ou humilde, a um destino ilustre ou trivial”. Cf. *Op.cit.*,p 140

Anexo F - Bibliografia

- BARTHES, Roland, *Sistema da Moda*, Edições 70, Lisboa, 1999.
FOSTER, Hal, *Design and Crime (and other diatribes)*, Verso, Londres 2002.
FOUCAULT, Michel, *O Pensamento do Exterior*, Fim de Século, 2001.
TOFFLER, Alvim, *Os Novos Poderes*, Edições Livros do Brasil, 2001.

Segunda parte

Indagação, aprofundamento, novas questões.

Capítulo VII

Roteiro breve sobre as restantes partes da dissertação.

A partir do material recolhido ficam em aberto outros rumos, com desenvolvimento sempre possível. Do meu entendimento e percepção decorre que um produto, trate-se de coisa singular, da implantação de uma grande superfície comercial ou mesmo de um programa de televisão, tem sempre como base o estudo um mercado e o seu resultado prático dependerá sempre do impacto que se supõe, que os indicadores sugerem, lhe possa ser carregado, evidenciando-o, junto e pelo usuário, pelo consumidor. Teremos sempre em jogo a sedução, a provocação, como necessidade a procura de induzir uma emoção.

Mas existe o lado perverso. É que a solução pode passar pelo grotesco, pode percorrer caminhos que tem a ver com a exploração, a utilização da incultura, do fácil; como é o caso, exemplar, de alguns dos programas, com mais audiência, que a televisão debita. Entre nós e por todo o mundo... O superficial, o imediato, a procura dos assuntos da forma mais veloz que nos é possível. A leitura “em diagonal” grande parte das vezes o único método possível a seguir, na tentativa de acompanhar a rápida evolução das coisas, é um bom exemplo que, desde logo, nos encaminha para o desperdício da riqueza da reflexão que uma leitura longa (prestes a ser definitivamente abolida) propicia. O contacto humano também ganha novos cambiantes. As relações entre as pessoas são menos profundas, superficiais embora, paradoxalmente, mais frequentes.

O compromisso duradouro tende a desaparecer e dar lugar também aqui ao efémero, ao usa e deita fora, ao descartável. O que temos é uma vida em vertigem. Mesmo a vivência social, agora mais procurada, mais intensa, do espaço público não é um retorno de fins e objectivos nem ao convívio, próximos, de meados do século XX. Não se transmite mensagem nenhuma. O conhecimento e a mensagem vêm até nós através do rato do computador e é através dele que falamos com o mundo inteiro. O conhecimento está ao alcance de qualquer um seja qual for o local do mundo em que se encontre.

O tempo e o seu irmão gémeo, o espaço, desaparecem. Navegando na Internet não há mais intervalo entre o acontecimento e a sua reprodução; tudo pode acontecer instantaneamente. Um tempo virtual, global e simultâneo. O tempo zero da identidade, a desmistificação, o fim dos dogmas. As suas vantagens decerto mas também as desvantagens, como o fim da dúvida e da descoberta. Rejeitamos tudo o que nos demore. Não há paciência, a dificuldade não interessa. A crise da identidade, dos valores instalou-se. As ligações sociais estáveis são incómodas. Tudo é episódico, afectos...trabalho. Mas isto é extremamente violento! Precisamos de limar, polir as rugosidades, controlar tudo isto. Mais do que nunca importa falar em moral, em Ética, ou resvalaremos, incontornavelmente, para uma vida artificial, uma vida paralela.

Que dizer sobre o excesso da informação, a veloz facilidade com que ela nos chega? Não se consegue tempo para reflectir, não há tempo para nos concentrarmos. Vivemos com o resumo, o fragmento, a citação.

Mas como compreender as coisas, o mundo, se não houver um esforço no sentido da interioridade da desconstrução? O equilíbrio possível está na reflexão por dentro. Não se ouvindo os mais velhos, sem a necessidade de escutar os pais, perde-se o sentido da iniciação familiar; essa que foi desde sempre a base da relação entre pais e filhos.

A palavra do mais velho, a voz, o corpo, o contacto. As pessoas encaminham-se para uma espécie de compensação familiar que é o esotérico emocional, quer seja através de filmes ou livros, que se afluam. É o sentido do outro mas pervertido. É um corpo que está em linha, foi substituído pelo rato do computador. Há um distanciamento em relação ao fundamental. Hoje tudo é sensível e imediato. É necessário repor definições, compreender os significados. Afecto é o mesmo que mobilização da emoção. Emoção é sentir, é acrílica...sou agredido e isso emociona-me. O sentimento, esse, exige reflexão e pausa. Exige tempo. Hoje o Design, o Marketing, convocam a emoção. Precisam dela para os seus fins, para mobilizar. Importante é reflectir sobre o facto de que as pessoas, privadas de emoção, não se entregam ao sentimento. Temos que desenvolver um tipo de sensibilidade esclarecida, só desse modo atravessaremos a emoção chegando enfim ao sentimento. Reflectindo sobre possíveis soluções, pragmaticamente, podemos dizer que vivemos um tempo de crescimento do desemprego, de uma sociedade que se baseia no emprego precário. Uma elite, minoritária, é de um grupo que trabalha mais intensamente, mais tempo. Não questionando uma qualidade de vida que, nos era indicada como possível, no século passado e tinha a ver que, como resultado da evolução tecnológica, teríamos uma redução do tempo dedicado ao trabalho. Mais tempo para um lazer, que não o seria exactamente, antes sim uma ocupação no sentido de outros valores, gratificantes, como conhecimentos diversos, outras ocupações, como fugas da rotina, que nos levariam, porventura, para alguma felicidade. Assim, a realidade é a necessidade, como competências para os novos empregos: de ter capacidade de abstracção; pensamento sistémico; sentido de experimentação (saber fazer) e colaboração total.

E as escolas? Como aprender hoje? Que podemos esperar das novas tecnologias? O “e-learning” pode induzir a ideia errada que, no futuro, se pode aprender sozinho, sentado no sofá. Dispensar os professores. Não, de facto eles continuarão a ser necessários...mas sujeitos a uma espécie de reconversão. O professor já não pode simplesmente debitar informação. Os professores de hoje são guias para a obtenção do conhecimento, caminhando, de certa forma, ao lado do aluno. Computadores e professores são “parceiros” e não rivais. E esta mudança tem que ser implementada entre nós. Uma outra, crucial, tem a ver com as empresas. 12,5 % dos desempregados, em Portugal, são licenciados; 51% das nossas empresas não possuem, nos seus quadros, um só licenciado que seja. Uma solução é, sem dúvida, orientar os nossos cursos superiores para áreas tecnológicas, ciências da saúde. Dar aos licenciados desempregados a possibilidade de mudar de rumo, outras tecnologias que lhes abram portas no mercado de trabalho e, consoante a oportunidade, sair de situações como a de eternamente estagiários, estes tão baratos, portanto procurados, mas sem futuro visível, na maioria das situações apenas usados temporariamente. A exaustão de paradigmas sócio-económicos dá sempre origem a grandes transformações sociais que reajustam o emprego. Mas estes reajustamentos, quando não processados atempadamente, são onerosos para todos os que compõem um Estado.

A apropriação das potencialidades que a tecnologia nos dá, nem boas nem más em si, tem um tempo ideal para a adaptação, ou reconversão, a partir daí sofre-se, como se vê. A história é construída pelos homens face às circunstâncias, mesmo as mais adversas 1.

O homem-massa debate-se com o problema da velocidade adaptativa há tecnologia que lhe está sempre adiantada. A situação ainda lhe é mais adversa pelo facto de estar a viver do que nega, ou seja, vive ainda e depende daquilo que os outros construíram e acumularam. A vivência cultural na Europa padece, então, desta insuficiência que tem origem nesses moldes anteriores. Criar é hoje ainda o resultado do diálogo com o mercado-alvo, com o usuário e quem projecta, o designer. O produto vai variando consoante a época mas esta ligação é, como sempre foi, necessária 2.

A apoteose da criação, se fosse possível alcançar, seria um excesso, ou cúmulo, de claridade, indecifrável quase sempre. Um enigma hipoteticamente e como tal passível de solução, portanto em aberto a futuro desenvolvimento. O produto, assim, estaria muito perto da criação divina, de ser feito por Deus 3.

Mas isto seria o inumano, de tão perfeito.

De facto, cada coisa que o homem produz, como forma de escuta da história, nem ao mundo para ser reconhecida pelo homem, ou para a apresentação do demasiado humano onde o infinito que (também) somos nós desloca para o outro de nós.

O produto criado é a força manifestada para chamar o pensamento à presença e é o traço da não presença que fundamenta a representação.

O produto é a expressão disto.

Quando desaparece o sentido de pertença e de propósito comum desaparece a lei, a ordem, as sociedades transformam-se.

A Europa tem hoje um potencial gigantesco e isso não escapa aos observadores de fora da Europa, mesmo porque a distância não existe hoje, na sua maioria países com quadros superiores e dirigentes formados em universidades europeias.

Mas a Europa não tem que imitar modelos. Possui todos os factores que a podem conduzir a ser a zona de maior justiça social e maior capacidade em todo o mundo.

Se a Europa está a atravessar um estado de crise, isso deve-se, fundamentalmente a falta de capacidade de liderança, do esforço conjunto que tem que ser feito para olharmos para dentro de nós próprios fazendo o que deve ser feito. Para nos tornarmos naquilo que poderemos ser.

O Professor Doutor José Manuel Mendonça comenta, assim, este estado de crise...

“O modelo de competição baseada em baixos custos de mão-de-obra não deixou de repente de ser eficaz. Foi pouco a pouco que a Europa, primeiro, e Portugal, depois, deixaram de poder basear a sua economia em negócios de menor valor acrescentado e na competição pelo custo.

Algumas empresas tiveram liderança, visão estratégica, capacidade de gestão e foram capazes de, em tempo, identificar os seus pontos fortes e fracos. Foram capazes de perceber que o triângulo custo-tempo-qualidade era condição necessária mas não suficiente de competitividade. Que a eficiência da máquina produtiva (porque, de facto, Portugal “faz bem”) em muitos negócios de subcontratação não garantia o futuro.

Perceberam a tempo que a diferenciação através da inovação aumentava o valor dos produtos e serviços e alavancava a penetração em mercados e negócios mais exigentes. Assim, escolheram os parceiros correctos para os negócios do futuro e fugiram das actividades de fabrico e negócio baseadas em recursos – cada vez mais escassos e caros – para as actividades baseadas em conhecimento: das tecnologias do futuro, dos nichos de mercado emergentes, dos parceiros no mercado global.

Os que não perceberam a tempo as mudanças ou enterraram a cabeça na areia explorando as mais valias dos modelos de negócio agonizantes enquanto elas duravam, sem um esboço, sem um rasgo, sem uma atitude inconformada não são gestores, muito menos empresários.

Às tantas temos é menos gestores e empresários do que pensávamos que tínhamos...As grandes empresas e os grandes grupos empresariais têm o seu financiamento sempre assegurado: ou geram recursos financeiros excedentes através dos seus negócios actuais, que podem investir nos negócios de futuro, e/ou são naturalmente atractivos para a banca, para a bolsa ou para parceiros financeiros.

Para as PME's é bastante mais complicado assegurar financiamento se as empresas ou os empresários não oferecerem garantias reais. As dificuldades de acesso ao capital de risco, sobretudo no caso de novas empresas de base tecnológica, resultam muitas vezes das dificuldades dos investidores levarem a cabo o "due-dilligence" tecnológico e de mercado.

Quando não conhecem as tecnologias, os nichos de mercado, a concorrência e sobretudo quando os negócios são baseados em intangíveis, como por exemplo "acrescentar valor a moléculas" ou "vender um kit de diagnóstico de uma doença rara", a percepção é de elevado investimento e alto risco em algo que nem sequer se entende o que é.

Mas os problemas podem resultar também da dificuldade do dono da ideia e do negócio inovador em ter de aceitar um accionista estranho na "sua empresa"; ou de ter de negociar acordos de saída; ou mesmo de ter de vender para partir para outra. Isto acontece quando a empresa é de um dono e não de um empresário. p113

Notas

1 - " *Porque sentido não haveria para a história se ela não fosse uma história de homens face às suas circunstâncias, e sobretudo quando, apenas delas, ascendem as respectivas obras à necessidade de ser lembradas para além do seu próprio tempo*" ALMEIDA, Bernardo Pinto de, António Carneiro, Ed. Caminho S.A., Lisboa 2005,p.7.

2 -" Para a criação de obras da época que decorre é indispensável o diálogo inteligente entre o proprietário e o arquitecto...o homem faz hoje os edifícios mais leves e harmoniosos...nos edifícios e seus componentes, como em toda a manifestação da vida estamos hoje preocupados com a integração à natureza embora protegidos convenientemente dos seus rigores" NEUFERT, Ernst, Arte de Projectar en Arquitectura, 10ª Edição, Ed. Gustavo Gili, S.ª, Barcelona,1945,p.23.

3-"A apoteose da criação seria, então, como um sorriso;

*Apetecia
entrar nele, tirar a roupa, ficar
nu dentro daquele sorriso.
Correr, navegar, morrer naquele sorriso*

O elogio do sorriso
Eugénio de Andrade

SARAIVA, Arnaldo, «O Peso das Palavras», JL (906), 2005,p.9

Anexo G – Bibliografia

- ALMEIDA, Bernardo Pinto de, *António Carneiro*, Ed. Caminho, AS, 2005,p.7.
- BARRENTO, João, «Benjamin o filósofo sem qualidades», Milfolhas-Público, 12 Março 2005.
- JOÃO CANTINHO, Maria, «Um génio alegórico», Milfolhas- Público, 12 Março 2005.
- NEUFERT, Ernst, *Arte de Projectar en Arquitectura*, 10ª Edição, Ed. Gustavo Gili, S.A, Barcelona,1945.
- ROCHA DE SOUSA, «Paula Rito: O céu que nos trespassa»,
Jornal de Letras, Artes e Ideias, Ano XXIV, 2005, (896), p31.
- SERRAS PEREIRA, Miguel, «Eduardo Lourenço e a temática do tempo»,
Finisterra, 1996 (20), p 122.
- SODRÉ, Muniz, «A leitura longa será abolida a longo prazo», *Pública* (466), 2005 p.5.
- SARAIVA, Arnaldo, «O Peso das Palavras», *JL* (906), 2005

Capítulo VIII

Relacionamento do trabalho com investigações anteriores na área, indagação teórica, aprofundamento e projecção do problema decorrente.

8.1 Desenvolvimento do trabalho: Indagação teórica

DAMÁSIO, António R., *Descartes'Error – Emotion, Reason and the Human Brain*. Edição Portuguesa das Publicações Europa-América, 18ª Edição. Lisboa. 1998.

Este livro, parte do enorme contributo que este cientista tem dado nesta área, é fonte para reflexões e contributo indispensável para consubstanciar o presente trabalho.

Sobre a natureza das emoções e dos sentimentos retorna Damásio a William James (cujos estudos sobre a mente humana coloca em paralelo com os de Shakespeare e Freud) que, há cerca de um século, colocou uma hipótese surpreendente que se poderia resumir da seguinte forma: Imaginemos uma emoção forte e, seguidamente, tentemos afastar da consciência que temos dela todos os sentimentos dos seus sintomas corporais...veremos que nada fica como parte constituinte ou passível de constituir a emoção, apenas restará um estado frio e neutro de percepção intelectual.

Este entendimento revela o mecanismo essencial das emoções e dos sentimentos, em especial para as primeiras emoções que sentimos na vida. Mas Damásio vai a Shakespeare e diz que este raciocínio não mostra o que se passa na mente de Otelo antes de dar largas ao ciúme e à raiva, ou aquilo com que Hamlet cisma antes de levar o seu corpo a uma náusea extrema...ou ao que leva Lady Macbeth ao êxtase quando arrasta o marido para uma violência assassina. Sobre as possibilidades em termos de funções da emoção na cognição e no comportamento James pouco ou nada revela. A verdade, porém, é que as emoções desempenham uma função de comunicação de significados a terceiros e põem ter um papel na orientação cognitiva. Pois cada objecto que excita um instinto excita também uma emoção. Para esclarecer as emoções que sentimos na infância, como um mecanismo pré-organizado, seria suficiente esta explicação. São no entanto diferentes as emoções experienciadas em adultos (secundárias), gradualmente alicerçadas nessas fundações iniciais (primárias). As emoções primárias acontecem, quando certas características dos estímulos, no mundo ou nos nossos corpos, detectados individualmente ou em conjunto, nos encontram preparados para reagir com uma emoção que já se encontra pré-organizada bastando, para que isso suceda, que os córtices sensoriais iniciais detectem e categorizem a característica ou características-chave de uma determinada entidade (isto é, animal, objecto) e que estruturas como a amígdala recebam sinais respeitantes à sua presença conjuntiva. A utilidade da reacção emocional revela-se na fuga atempada e rápida perante um perigo extremo, de um predador por exemplo, ou exibição hostil perante um competidor. Embora as alterações corporais definam a emoção o processo, nos seres humanos continua e a fase seguinte é a sensação da emoção em relação ao objecto que a desencadeou, a percepção da relação entre objecto e estado emocional do corpo. Porque a consciência proporciona uma estratégia de protecção alargada ficando justificada a sua intervenção neste processo apesar da existência desta reacção automática adaptativa e é esta a justificação para se conhecer a relação entre o objecto e o estado emocional do corpo. Quanto aos mecanismos das emoções secundárias estes ocorrem a partir da altura em que começamos a ter sentimentos e a ligar de forma sistemática categorias de objectos e situações por um lado e por outro emoções primárias.

Como resultado de uma emoção registam-se alterações corporais como o funcionamento das vísceras, órgãos internos e até na pele; na musculatura esquelética e nas glândulas endócrinas. O conjunto das alterações promove desvios em relação a estados médios de equilíbrio funcional óptimo que corresponde a menor dispêndio energético, procedendo aos convenientes ajustamentos, no sentido da simplificação e rapidez...que acontece ao organismo para que promova estas mudanças? 1º- Começa-se com a expressão das imagens mentais, que podem ser verbais ou não verbais, associando-as às relações com determinada pessoa, situações do presente e as consequências que daí podem advir em relação a si e aos outros...quer dizer que se faz uma avaliação conhecedora do conteúdo do acontecimento. Isto, portanto, a um nível consciente. 2º- A um nível não consciente, os circuitos do córtex pré-frontal reagem involuntária e automaticamente aos sinais que resultam do processamento das imagens. Esta resposta é proveniente de disposições adquiridas e não inatas (muito embora as disposições inatas influenciem as disposições adquiridas). As disposições adquiridas são constituídas pelas suas próprias experiências, únicas, ao longo da vida. São variáveis consoante a pessoa mas cada uma é, de facto, única e personaliza o processo de cada indivíduo. Portanto as disposições pré-frontais adquiridas, necessárias para as emoções secundárias, são distintas das disposições inatas que são as necessárias para as emoções primárias. Mas as secundárias precisam das primárias para se poderem expressar. 3º- Involuntariamente, de modo automático e sem que disso tenhamos consciência, a resposta das disposições pré-frontais é assinalada à amígdala e ao cíngulo anterior 1. É um conjunto de acções destinado a todo o organismo, um prodígio de coordenação 2.

Eu vejo a essência da emoção como uma colecção de mudanças no estado do corpo que são induzidas numa infinidade de órgãos através as terminações das células nervosas sob o controlo de um sistema cerebral dedicado, o qual responde ao conteúdo dos pensamentos relativos a uma determinada entidade ou acontecimento. Em conclusão, a emoção é a combinação de um processo avaliatório mental, simples ou complexo, com respostas disposicionais a esse processo, na sua maioria dirigidas ao corpo propriamente dito, resultando num estado emocional do corpo, mas também dirigidas ao próprio cérebro (núcleos neuro-transmissores no tronco cerebral), resultando em alterações mentais adicionais. Repare que, de momento, estou a deixar de fora da emoção a percepção de todas as mudanças que constituem a resposta emocional. Como irá descobrir em breve, reservo o termo sentimento para a experiência dessas mudanças 3.

Quanto ao sentimento, que se define como a afectividade espontânea da consciência, diferente da emoção por ser de carácter permanente, dá a cor sem mobilizar como faz a paixão, às percepções do espírito.

A emoção sentida pela mãe face ao que sucede ao filho depende e é compreendida devido ao amor que ela nutre por ele, é um critério desse amor.

O sentimento está precisamente entre a sensação e a ideia.

Releva-se, aqui, o carácter efectivo do sentimento, que pode opor-se à razão ou dela se servir para se justificar.

Os sentimentos estão ligados (para os psicanalistas) às pulsões profundas e inconscientes do indivíduo e aos mecanismos de frustração e de recalçamento (sentimento de culpa, por exemplo).

É este fundo que impõe uma reacção afectiva determinada às diversas percepções.4

A experiência estética. O sentimento leva-nos aqui ao encontro da teoria da empatia, segundo a qual, a expressividade criativa eram devidas a experiências prévias do observador que assim as projectava sobre o objecto ou forma percebido. A teoria só foi abandonada quando se verificou que as propriedades dos próprios objectos percebidos são as responsáveis pelo grosso da expressão. A expressão terminológica manteve-se e com ela o pseudo-problema de um objecto inanimado pode manifestar sentimento. O objecto criado não pode exprimir sentimentos mas ideias de sentimentos. Sobre a emoção diz William James “é apenas a consciência das perturbações que acompanham a representação” 5. Para António Damásio, que vai ao encontro da intuição de Espinosa: “*é uma reacção automática que é colocada como dispositivo nos seres vivos, humanos ou não humanos, e que permite responder a certos objectivos e a certas situações de uma forma não deliberada, de uma forma que vai levar ou à defesa perante uma ameaça ou à utilização de uma oportunidade*” 6. E Arnheim diz: “*O termo emoção sugere um significado positivo; etimologicamente faz referência à agitação: física primeiro, mental depois.*” “*Ocultando os processos mentais sob as vestes da emoção, contribui-se para a cegueira face ao verdadeiro objecto da nossa ciência.*” 7.

Reflexão Historicista.

Não é justo dizer que os grandes pensadores do século XVII foram os culpados da situação em que nos encontramos sem uma abordagem ao tema. O pensamento cartesiano dividia as funções da alma em activas e passivas (acções e paixões) e sobre as paixões disse que podemos chamar-lhes emoções da alma, não só porque este nome é aplicável a todas as mudanças que tenham lugar na alma mas, sobretudo, porque entre todas as actividades que pode ter a alma, nenhuma há que a agite e comova com tanta força como estas paixões. «*Emoção*» significa pois «*agitação*», e o termo aplica-se à descrição de um atributo de reacções mentais que Descartes continua a chamar paixões na maior parte do seu tratado. Na realidade, da primeira e principal, ou seja, o espanto, afirma-se que é desprovida de emoção, porque não toma em consideração o bem e o mal, e consiste meramente na atenção surpreendida que se presta aos objectos estranhos. Também Espinosa coloca o aspecto emocional das relações humanas no seu lugar subordinado correspondente. Onde Descartes fala de paixões, na Ética usa-se o termo "affectus", referindo-se por um lado às afecções do corpo através das quais o poder físico de acção no corpo se vê aumentado ou diminuído, favorecido ou limitado e, por outro, à consciência (ideae) destas afecções. A afecção básica é o desejo consciente (cupiditas), experimentado como prazer (laetitia) quando é favorecido, e como desgosto (tristitia) quando é contrariado na sua luta para alcançar uma maior perfeição. Destas afecções primárias derivam as outras, e todas são definidas em termos cognitivos e motivacionais; o amor, por exemplo, é prazer; quer dizer, comoção não contrariada, concomitante com a consciência de uma causa externa. O importante, nesta definição, é o convite implícito a novas investigações e isso obriga a entender a nossa actual concepção do amor como uma espécie de frémio indeterminado. Percebe-se que não é clara a distinção que os psicólogos entre os sentimentos e as emoções. Designa-se como emoção o estado de espírito que é consequência de uma agitação, ou a descrição da agitação. Quanto ao sentimento explicam-no como reacção cognitiva imune a qualquer decomposição. Isto explica o raciocínio, segundo o qual, os sentimentos serão úteis ao nosso comportamento e as emoções totalmente inúteis 8.

Se olharmos atentamente, todas as emoções originam sentimentos mas nem todos os sentimentos provêm de emoções. Exceptuando as alterações que não são visíveis externamente (como a aceleração cardíaca ou uma contracção das vísceras), as emoções são perceptíveis. Há uma viagem do estado emocional, de cada um, até ao cérebro, ou melhor duas viagens paralelas, uma química e uma neural 9. Podemos seguir facilmente a evolução e a existência dessas alterações que se vão processando no nosso corpo e, assim, vamo-nos apercebendo, seguindo o desenrolar das mudanças que se vão operando no nosso estado corporal. É esta experiência do que o corpo está a fazer enquanto pensamentos sobre conteúdos específicos continuam a desenrolar-se, é a essência daquilo a que chamo um sentimento. 10 Na percepção de estados corporais e pensamentos justapostos, anexando-lhe uma alteração no estilo e na eficiência do processo de pensamento, encontramos a essência da tristeza ou da felicidade. A criação das imagens é lenta, fraca a diversidade, raciocínio ineficaz, nos estados corporais negativos. Quando são frequentes ou persistem, como sucede com estados depressivos, o estilo e eficiência do raciocínio é afectado. Ao contrário, nos estados corporais positivos, o raciocínio pode ser rápido (embora não necessariamente eficiente) mas é de diversidade alargada e rápida a criação de imagens. 11

Existem muitas variedades de sentimentos. A primeira baseia-se nas emoções. São a Felicidade, a Tristeza, a Cólera, o Medo e o Nojo. Esta variedade corresponde a perfis de resposta do estado do corpo que são normalmente pré-organizados. Quando o corpo se conforma aos perfis de uma daquelas emoções, sentimo-nos felizes, tristes, irados, receosos ou repugnados. Quando os nossos sentimentos estão associados a emoções, a atenção converge substancialmente para sinais do corpo, e há partes do corpo que passam do segundo para o primeiro plano da nossa atenção. A segunda variedade de sentimentos está baseada nas emoções. São pequenas variantes atrás mencionadas. A euforia e o êxtase são variantes da felicidade; a melancolia e a ansiedade são variantes da tristeza; o pânico e a timidez são variantes do medo.

Sentimentos de fundo. Chamam-se assim por a sua origem não está nos estados emocionais e sim nos estados corporais de “fundo”; com exemplo temos a sensação de existir, o sentimento da própria vida. Têm um âmbito mais restrito que os sentimentos emocionais, não são exagerados em nenhum dos aspectos, positivo ou negativo, mas podem-se revelar desagradáveis ou agradáveis. Parecem ser estes e não os emocionais os mais frequentes durante a nossa vida. Só de modo subtil nos apercebemos dos sentimentos de fundo, no entanto, temos deles consciência e podemos ajuizar, de imediato a sua qualidade. Um sentimento de fundo corresponde aos estados do corpo que ocorrem entre emoções. O que sentimos ao extravasarmos de alegria ou desanimarmos com um amor perdido são dois exemplos correspondentes a estados do corpo emocionais. 12

Sobre o prazer. Como enquadrar o prazer com percepção? Parece ser um estado de bem-estar que o corpo experimenta. A sensação de prazer pode derivar de uma tensão dirigida, como quando ansiamos pelo objecto de prazer...ou a expansão do Eu, ou o decréscimo de uma pressão positiva entretanto experimentada. Esta definição não possibilita diferenciar coisas tão diferentes como o prazer de apreciar alimentos ou um prazer estético. Mas, de facto, a diferença entre um tipo de prazer e outro apenas resulta do contexto pois, tudo o que se possa dizer no sentido da caracterização tem a ver com a

diferença entre contemplar a obra de arte ou saborear um alimento. Então o prazer é tão simples como é simples o ronronar de um gato. O prazer é o ajustar da situação a uma necessidade do organismo, seja um estímulo ou um relaxamento...qualquer atributo de prazer é incaracterístico. Quanto aos estudos sobre estética experimental estes deveriam focar como interrogação não o gostar mas sim o perceber. 13

8.2 O Neuromarketing: Inovação no Marketing?

O Neuromarketing é um tema actual.

Com a sua aplicação e uso em Marketing, prestes a ser utilizável, surgirá certamente a tentação de uso destemperado em várias áreas desde as ligadas à produção até à política e assim as consequências disso serem assustadoras.

De que se trata? De imediato, sendo possível obter respostas cerebrais, começamos também a fazer interpretações sobre o que nos define como pessoas.

Na prática, este estudo e o seu conseqüente aprofundamento pelo marketing, corresponde ao esforço para ver nos nossos cérebros, fazendo o mapa de actividade do circuito dos neurónios que comandam e guiam as nossas escolhas.

Que pode acontecer quando for possível modificar, através deste processo, o nosso comportamento servindo os fins propostos?

Para já sabe-se, identifica-se a região neurológica que entra em actividade quando o comprador se decide por um produto.

Estamos portanto em vias de, aplicando as neurociências ao marketing, desenvolver marcas e inovar produtos com resultados totalmente, ou quase, positivos.

Procura-se, e já em fase avançada, compreender as preferências das pessoas... Estamos perto, provavelmente de influenciar as escolhas.

Sabe-se que existem dois grupos: Um reage intensamente a produtos da moda, inovadores...não lhes conseguem resistir; outro é constituído por pessoas que só reagem a artigos fora de moda (estes últimos tem tendência para a ansiedade, são por vezes medrosos e neuróticos).

Estes os grupos básicos perante os produtos de consumo.

Em ambos, os cérebros, procuram reflexivamente satisfazer desejos ou evitar humilhação.

De facto, e isto é o que importa em termos de Marketing, algumas pessoas nasceram para o consumo mas outras poderão ser transformadas em consumidores.

A verdade é que as redes de neurónios estão ligadas através de circuitos que vão sendo continuamente modificados pela nossa experiência enquanto vivemos.

Estes neurónios, interligados, dão forma ao modo como o medo, o pânico, a alegria e as pressões sociais, influenciam as escolhas que fazemos.

A porta está aberta ao marketing.

Descoberto que está o funcionamento de regiões como a amígdala, o hipocampo e o hipotálamo, que são painéis de controlo executores da interligação no todo, da memória, das emoções e das reacções bioquímicas...e como é importante esta integração das emoções, das respostas emocionais, oriundas nos sistemas cerebrais primitivos que por elas são responsáveis, respostas estas que se desenvolveram para gerir, automaticamente, conflitos entre sexo, fome, sede e outros mecanismos elementares da existência...e essa sobrevivência pode ficar dependente, ou só se justificar, pela satisfação de necessidades induzidas por Neuromarketing!

Quer dizer que uma estimulação intensa, repetitiva, do marketing poderá moldar os circuitos cerebrais, tão sensíveis, envolvidos nas tomadas de decisões.

Isto é desmontar os pensamentos automáticos que se escondem perante a superfície da consciência.

Significa que poderemos manipular os nossos neurotransmissores, induzindo no cérebro, saldos, modas passageiras e até campanhas políticas.

Isto é que pode ser assustador; o marketing actuando assim no cérebro pode transformar um objecto sem interesse em algo irresistível, pode fazer o transporte de modas, marcas e tipos diversos e inexoravelmente ir mais além do que mudar opiniões...pode mudar, alterar, os circuitos envolvidos na tomada de decisões, insinuando um produto na mente do comprador.

Convém ter presente que, uma criança norte-americana está exposta a cerca de 40 000 anúncios diariamente.

Estamos sob um mar imenso de mensagens, não é possível saber o alcance disto.

Embora muitas decisões, ditas racionais, seja o reflexo de julgamentos instantâneos, formados pelo sistema interligado de neurónios, estas orquestras de células são surpreendentemente maleáveis e respondem com facilidade à influência da experiência...que pode ser induzida pelo marketing! Sem dúvida esta é uma questão em aberto e a aguardar desenvolvimento que, espera-se, seja orientado pela consciência, pela Ética 14.

8.3 Aprofundamento e projecção do problema decorrente.

Transpor para a prática a perspectiva teórica indagada.

Em análise teórica alargada no tempo recuando desde a filosofia e pensadores da antiga Grécia aos nossos dias, podemos recuar a Platão; de facto, na antiguidade, a Criatividade era considerada como sendo de natureza divina. Assim, para Platão, o homem era possuído, sempre que criava, por um ser de ordem superior.

Mais tarde (Galton) (15) passou a explicar-se, a criatividade, como um dom herdado, que passava de pais para filhos. As artes e ofícios justificam-se, ainda hoje, em muitas sociedades, por serem assim, como que uma herança genética.

A criação (Darwin) (16), considerada como uma força vital, geradora de formas, conceito de criatividade ligado às espécies, atributo próprio delas, antecede a ideia da natureza produtiva do pensamento, este um conceito desenvolvido no século XX por Wertheimer (17).

Assim, ter pensamentos produtivos significa que, partindo de um bloco de dados adquiridos através da percepção, da memória e do pensamento, possuímos a capacidade de organizar de outra maneira a ideia que dá origem à produção, de forma a visualizar e compreender o todo. Wertheimer diz que o pensamento produtivo pode detectar lacunas e tensões na dinâmica do problema e dirigir o esforço ao encontro da melhor solução. Restabelecer a harmonia no todo.

Ainda no século passado surge a noção de intuição (insight), a “chispa” que dá a visão súbita, inspirada, do produto, como resultado da nova organização de dados acabada de descobrir...e que não se explica por associação de ideias ou pela aprendizagem por tentativa e erro.

Temos assim uma maneira individual de produzir novas relações com as outras coisas, pelo empenho do nosso pensamento e a partir dessa organização de dados.

Criatividade é, então, a capacidade infinita de ir estabelecendo relações entre várias coisas.

Ir cada vez mais longe na descoberta de novas realidades.

Remete para situações específicas relacionadas com o nosso passado e as nossas experiências, a nossa imaginação e fantasia, para dar sentido aos produtos com que nos deparamos.

A criatividade é a nossa circunstância, “a nossa condição”.

É uma aptidão, uma atitude. Com ela demonstra-se a tendência do ser humano para a auto-realização.

Estas são características inatas, não se podem modificar. Mas as atitudes podem. Devem modificar-se.

O conceito de Wertheimer é aceite, de facto, em 1950 (Paul Guilford) (18) quando o estudo da criatividade é orientado para a procura de saber como se chega à ideia ou descoberta do produto, à sua concretização e à sua entrega aos outros.

Conclui-se que, quem valida o produto final é a sociedade e é ela que diz se ele é criativo, se é original o que se fez.

Também, simultaneamente, foi crescendo, como necessário, pensar mais em Ética, na Moral.

É que quando a criatividade é posta ao serviço de campos que não estão em conformidade com esses valores, a Ética é afectada, posta em causa.

O conceito de Freud “amar e trabalhar” pode, deve, ser lembrado a propósito.

Ao criar devemos ter presentes, considerar, os afectos. A nossa capacidade de amar os outros.

O trabalho deve ser fonte de prazer. Criar, produzir, inovar na procura da satisfação e da felicidade 19.

O indivíduo criativo é definido, pela psicologia humanista, como alguém que desenvolve as suas aptidões e estas também são fruto do inconsciente (19), como um poder que, adquirido aos poucos, se desenvolve no confronto com o nosso inconsciente. A entropia interior é, ou pode ser transformada num valioso recurso criativo; particular e especialmente quando, emocionalmente, sofremos grandes choques ou carências afectivas nos primeiros tempos da vida.

O desafio está na coragem de enfrentar a angústia e o medo usando a criatividade como arma. As barreiras possíveis à criatividade são, então, do tipo emocional e social.

Crescer harmoniosamente abre-nos a possibilidade de sermos naturalmente criativos, de explorar as nossas próprias capacidades 20.

Assim, a bioética é tudo o que convém ao homem.

A capacidade de cada um se relacionar com o próximo.

É o estudo respeitante a princípios, às normas orientadas no sentido de ser respeitado tudo o que é essencial.

Tudo o que é bem no agir humano.

Tem como objectivo a criação e defesa de códigos de conduta e tem que existir em todas as áreas, partindo do indivíduo até aos códigos de Ética para empresários, gestores, engenheiros, etc.

Na origem grega da palavra «ética» está uma dupla grafia que dá azo a confusões, por ter passado ao latim através de uma só palavra (mores): mas *êthos* refere-se ao modo de ser, ao carácter, à realidade interior de donde provêm os actos humanos; *éthos* indica os costumes, o hábito ou agir habitual.

Transpor estas ideias para a prática passa por duas grandes vertentes: A formação científica e a formação humanística.

A propósito recorda-se o excelente contributo do **Professor Doutor Paulo Tavares de Castro** que, sobre a Ética, diz:

A Ética é, certamente, um capítulo da Filosofia. A Ética orienta as decisões quanto ao que se deve e não deve fazer. Qualquer apresentação do assunto recorda que existem (pelo menos) duas escolas: a dos teleologistas (consequencialistas, utilitaristas), e a dos deontologistas.

A primeira estabelece que a qualidade de uma acção é medida pelos seus resultados.

A segunda parte do princípio de que há coisas que se deve, ou não deve, fazer, independentemente dos resultados da acção (as religiões são exemplos de deontologias).

Os deontologistas, por seu lado, salientam os deveres e obrigações, não sendo claro quem os estabelece e como são estabelecidos. E quem só se preocupa com deveres pode terminar como guarda de campo de concentração nazi... Parece claro que mais do que um conjunto fixo de regras, a ética é uma actividade, um esforço permanente, levado a cabo em particulares circunstâncias, na procura das melhores soluções para problemas.

Os engenheiros não estão, em geral, vocacionados para essas discussões, o que obviamente não os isenta de atenderem às questões éticas que se encontram intimamente associadas à sua actividade, dada a elevada responsabilidade das funções que frequentemente desempenham.

Para os engenheiros e outros profissionais, importa então um conhecimento do tópico que no meio anglo-saxónico é designado por Applied Ethics, que trata não dos problemas éticos em geral, mas sim do conjunto circunscrito de problemas resultantes do, ou envolvidos no, exercício de determinada actividade profissional. E aqui aparecem especializações, em função do objecto de cada profissão: um código de ética profissional da medicina aborda questões diversas das abordadas num código de ética profissional da engenharia. Os engenheiros encontram problemas éticos na sua acção, por exemplo situações de conflito de interesses, responsabilidade pela saúde e segurança do público, segredos industriais e propriedade intelectual, prendas de fornecedores, honestidade na apresentação de resultados de ensaios e de investigação, etc.

As associações profissionais foram respondendo a esta realidade elaborando códigos, que representam o consenso existente em determinado momento quanto às normas de conduta que os respectivos membros devem utilizar.

Docentes são cidadãos como quaisquer outros, sujeitos às regras éticas geralmente aceites pela sociedade ('honrar a palavra dada e os compromissos assumidos', etc., etc.).

A actividade dos engenheiros tem, em geral, uma expressão económica que aconselha que estes sejam também familiarizados, durante a sua passagem pelas escolas de engenharia, com a ética própria dos negócios.

Isto é particularmente relevante neste tempo em que crescentemente os jovens licenciados são incentivados a assumir iniciativas empresariais e desde cedo são envolvidos em actividades que excedem o âmbito estritamente técnico. Sem dúvida que produzir para o bem do outro é o encontro com a nossa própria utilidade. Um encontro com a plenitude, o cumprimento do dever que é de todos nós ou deve ser como seres que aspiramos a deixar como recordação um percurso digno, humano.

Só ficam de nós os feitos que contribuíram pouco ou muito para a melhoria da condição humana 21.

8.4 Do ouvir, ou Percepção, à Compreensão ou Entendimento. O Ritmo.

Pode-se escalonar em 4 níveis o processo que decorre desde o ouvir ou percepção até à compreensão ou entendimento. Esta é a sequência normal no processo de apreensão. Se repararmos no caso da audição, ouvimos ou percebemos os sons, em segundo lugar cedemos percebendo-os e escutando-os, depois extraímos deles o interesse discriminando-os, em quarto e último lugar compreendemo-los encerrando em si o conteúdo. Perante um objecto, instalação, edifício ou coisa, teremos igualmente e em primeiro lugar a percepção, em segundo a razão que por si justifica a terceira que é a tomada de consciência do facto e, por último, a compreensão, o entendimento da finalidade. Assim existe um ritmo e tudo lhe obedece. O ritmo está, desde sempre conosco. Desde a linguagem rítmica primitiva até às claque de futebol hoje. É a repetição até níveis e graus inverosímeis, é o poder esfusante que estremece corpo e alma, passa do ouvido à vista embora, com o tempo, privilegie mais a vista que o ouvido. Está na dança, no movimento dos corpos que assistem a um concerto, nos movimentos do maestro que assim se impõe à orquestra. O ritmo é a nossa necessidade, é a forma como o homem dialoga com os deuses. É o que nos ergue para irmos atrás das coisas. Impõe-se um recuo até à poesia trovadoresca, temos que recuperar a capacidade de escutar sons. Temos que reaprender. Ver como fez o homem primitivo, repetindo os rituais de boa sorte, recusando os gestos e os fracassos já experimentados. Só se podem compreender, em abrangência total, as coisas que a nossa consciência aceita como positivas, influenciadoras de sensações de alegria e de prazer, ligados a uma função, e a uma utilidade percebida. É essa percepção, de que o design para ser design deve estar para além do design, que nos deve levar a reflectir sobre o facto de vivermos uma fuga ao real, ao essencial, que era, a aspiração do Modernismo. Hoje vivemos em sistema aberto, não formal. Se acrescentarmos a isto os efeitos da cibertecnologia então apercebemo-nos que é importante e urgente aprender a viver com esta abertura, este espaço tão vasto, em que o real se confunde e mistura com o virtual. É evidente a tendência para o domínio dos novos meios e tecnologias pelos órgãos de poder. Desde logo o poder económico e o político. A possível vítima é a massa humana, cada vez mais viajantes da Internet ²². Comprar é uma troca de informação, uma disponibilização de dados por via informática. Vê-se a imagem do produto, até, por mais complexa que seja, a máquina que nos desperta interesse em funcionamento. O que o produto oferece com interesse e os aspectos técnicos relevantes. As várias opções para o adquirirmos. A imagem virtual e a sua descrição pormenorizada. Assim, muitas compras de equipamento são, cada vez mais, decididas à frente do computador. Tocar o produto, a sensação física, faz parte da parte final do processo...a decisão, na maior parte dos casos já foi totalmente tomada ou, pelo menos 80 a 90% dela. Isto é aliciante para o poder. O poder que está presente em todas as relações humanas e é parte integrante de todas as relações sociais ²³. Assim, e para o poder virtual, a Internet, os novos media, compreendidos como design, como uma imensa capacidade humana, entendida com a sua mobilidade e influência, como vital para todos, é tão importante que requer extrema atenção e compreensão ²⁴. Somos o tempo que vivemos, afectados pelo meio, pelas pessoas que nos cercam, pelos saberes que nos chegam e, sem que disso tomemos consciência, impelidos pelas circunstâncias e pelo convite sistemático e constante do mundo para o qual somos convidados. Os nossos traços fundamentais são moldados...viver é lidar com o mundo!

Trata-se de um hermetismo intelectual, ou seja, de lidarmos com a incompreensão do que hoje é o maior problema que se coloca a todos nós sociedade.

A verdade é que, se verifica já uma espécie de rebeldia das massas.

O homem, com maior incidência nos mais fracos, sentindo-se incapaz, bloqueado e impotente, revolta-se em actuações comportamentais.

Inconsciente, imprevisível, vai abandonando o pensamento racional, resvala para o descontrolo comportamental.

A angústia e impotência perante tanto aliciamento são hoje um dos mais graves problemas sociais 25.

Notas

1 a 5 - “As disposições nestas últimas regiões respondem (a) activando os núcleos do sistema nervoso autónomo e enviando os sinais do corpo através dos nervos periféricos, com o resultado de que as vísceras são colocadas no estado mais tipicamente associado ao tipo de situação desencadeadora; (b) enviando sinais ao sistema motor de modo a que a musculatura esquelética complete o quadro externo de uma emoção através de expressões faciais e posturas corporais; (c) activando os sistemas endócrino e peptídico, cujas acções químicas resultam em mudanças nos estados do corpo e do cérebro; e, por último, (d) activando, com padrões especiais, os núcleos neurotransmissores não específicos no tronco cerebral e prosencéfalo basal, os quais libertam então as suas mensagens químicas em diversas regiões do telencéfalo (e. g., gânglios basais e córtex cerebral)”. “Esta colecção aparentemente exaustiva de acções é uma resposta massiva com múltiplos aspectos. As mudanças causadas por (a), (b) e (c) afectam o organismo, causam um ‘estado emocional do corpo’ e são posteriormente representadas nos sistemas límbico e somatossensorial. As mudanças causadas por (d), que não ocorrem no corpo propriamente dito, mas antes num grupo de estruturas do tronco cerebral relacionado com a regulação do corpo, têm um impacte muito importante no estilo e eficiência dos processos cognitivos e constituem uma via paralela para a resposta emocional. Os diferentes efeitos de (a), (b) e (c), por um lado, e de (d), por outro, tornar-se-ão mais claros abordando os sentimentos”. “No domínio da ideia, o sentimento causa a priori ao espírito uma sensação de verdade que fez dele tradicionalmente um meio de conhecimento, particularmente nos campos artístico, religioso ou moral. Neste caso, é o carácter intuitivo do sentimento que é posto em relevo, o que tentaram fazer, no século XVIII, os defensores da moral do sentimento, que queriam, contra uma moral considerada demasiado racional e utilitária, dar de novo um lugar à espontaneidade da consciência”. “O sentimento descreve aquilo que não é. Descreve uma capacidade cognitiva que não é mera percepção nem é baseada em operações lógicas conscientes do intelecto. Aliás, pode ser que não exista consciência dos critérios orientativos que estão em jogo. Como consegue a mente humana tais proezas? Ao procurar uma resposta, o estudante de arte descobre um dos vazios mais desconcertantes no programa da psicologia moderna. Se nos lembrarmos da enorme medida em que toda a actividade humana, desde conduzir um automóvel ou somar números até ao relacionar-se com outras pessoas e resolver problemas criativos na arte e na ciência, se realiza de maneira ‘intuitiva’ ou ‘mecânica’, quer dizer, sem consciência dos processos que determinam a acção, é difícil entender porque é que os psicólogos restringem o seu interesse neste aspecto básico do nosso funcionamento inconsciente ao caso especial da repressão ‘freudiana’. O simples facto de que tantos dos nossos juízos sobre o correcto e o incorrecto serem feitos, antes de sabermos porque os fizemos, já deveria pôr de sobreaviso a profissão. William James estimava que mais de um terço da nossa vida psíquica é constituída por estas rápidas e premonitórias vistas em perspectiva de esquemas de pensamento ainda por articular”. “A julgar pelos resultados destas acções inconscientes, temos de concluir que estão a actuar as faculdades mentais superiores: razão, selecção, comparação, resolução de problemas por reestruturação, etc. Mas estes processos serão iguais aos seus equivalentes, conhecidos pela experiência consciente? E se assim é, funcionam do mesmo modo? Que fazer com o tão divulgado testemunho anedótico segundo o qual o pensamento científico e artístico pode resolver, sob o telhado protector do inconsciente, problemas cuja solução em vão a mente consciente se esforçara por achar? Estará porventura a criação inconsciente menos submetida às convenções, ou outras limitações, que entorpecem a invenção consciente? A psicanálise deu exemplos em que se distingue o exercício da razão consciente da inconsciente, mas também pôs a descoberto certas semelhanças notáveis. Por exemplo, os mecanismos oníricos de condensação, fusão, deslocamento de função e simbolismo parecem-se muito com as operações típicas, às vezes conscientes, do artista”. “Quando a teoria foi abandonada pelos que se deram conta de que as propriedades dos próprios objectos percebidos são as responsáveis pelo grosso da expressão, manteve-se a terminologia, e com ela o problema de como um objecto inanimado pode manifestar sentimento se eles não são transpostos sobre ele mediante alguma antropopatia”. “Segundo Susanne Langer, que deu a um livro sobre a estética o título de *Feeling and Form* (Sentimento e Forma), ‘a solução da dificuldade está (...) em dar-se conta de que a arte não exprime verdadeiros sentimentos, mas ideias de sentimentos’. Esta formulação esconde o problema com a palavra ‘exprime’, pois ou as ‘ideias’ de Langer são recebidas, como costumam ser as ideias, como informação intelectual, caso em que a formulação despreza a diferença entre uma mensagem artística e outra meramente informativa, ou as ideias se ‘sentem’, quer dizer, são ‘sentimentos’, caso em que a questão continua como estava”. DAMÁSIO, António R., *Descartes’ Error – Emotion, Reason and the Human Brain*. Edição Portuguesa das Publicações Europa-América, 18ª Edição. Lisboa. 1998, pp.152 a 312.

6 - “ A psicologia vê-se impulsionada a chamar a certos estados mentais emocionais, porque está habituada a distribuir todos os fenómenos psicológicos entre os três departamentos de cognição, motivação, e emoção, sem notar que todo o estado mental tem dimensões cognitivas, motivacionais e emocionais e que não pode ser adequadamente definido por qualquer das três isoladamente. No que respeita à cognição e à motivação, esta técnica de engaiolar teve graves consequências para a investigação. Os psicólogos investigadores só concederam atenção em profundidade aos processos, que sem óbvia distorção da sua natureza puderam ser qualificados de puros perceptos, puros actos de pensamento ou aprendizagem, puros padrões, etc...” “os psicólogos académicos não se limitaram a menosprezar a existência das características mais evidentes da mente. Como não podiam metê-las em nenhum dos dois departamentos principais, motivação e cognição, puseram-nos no terceiro, chamando-lhes emoções. O problema desta terceira categoria foi a de que, enquanto há suficiente número de estados mentais que se podem considerar puros padrões ou puros perceptos, a excitação da emoção só é dominante em poucos casos extremos, e inclusive nestes não deixa de ser um subproduto não específico do que a pessoa percebe, sabe, compreende, e deseja. Daí a

embaraçosa procura de algo de que falar nos capítulos sobre as emoções, e as tentativas de dotar as emoções de traços cognitivos e volitivos para lhes dar corpo, variedade e função. Arquivadas no departamento da emoção, experiências tão essencialmente perceptuais como o prazer e a dor, e estados tão complexos como a tristeza e a alegria, já não há quem detenha o processo, e daí que tenhamos actualmente a lista de emoções já mencionada com o aspecto de um inventário de caves de um armazém. Não se trata de pura terminologia ou de mero arranjo conceptual. Ao arrumar os objectos essenciais de verdadeiro interesse psicológico, os psicólogos académicos puseram-nos fora do alcance da investigação”. “Desde que o psicólogo pense e actue no plano clínico, talvez não importe demasiado que utilize a tosca classificação por sintomas. Sejam quais forem as palavras que empregue, não terá outro remédio senão lidar com a essência do problema que tem entre mãos”. “Ocultando os processos mentais sob as vestes da emoção, contribui-se para a cegueira face ao verdadeiro objecto da nossa ciência.”. Cf. *op. cit.*, 302 e 303.

7 - Rudolf Arnheim, Para uma psicologia da arte, Dinalivro, Lisboa, 1997

8 e 9 - “Evidencia-se, assim, que o emprego inadequado dos termos emoção e sentimento não é mais do que uma consequência local do efeito mais geral da razão psicológica, ou seja, o costume de definir um acto mental por uma só das suas dimensões. Para remediar esta situação sugeri que para descrever processos psicológicos, e salvo nos casos de objectivos mais elementares, deverá ter-se em conta três aspectos fundamentais: o cognitivo, o motivacional, e o emocional. Quer dizer, temos de estar em condições de dizer que objectos ou acções são observados, que forças actuam nestes objectos ou acções, e que importância têm as tensões produzidas por essas forças”. “O aspecto cognitivo da vida mental representa o substrato de toda a experiência: a totalidade daquilo que os acontecimentos mentais versam, e o que é percebido. No seio desta totalidade, o aspecto dinâmico faz referência às forças da vida mental, ao que está a acontecer. A emoção, por fim, é a tensão, ou nível de excitação produzida pela interacção das forças mentais. (p.306) Na mecânica da mente, a emoção é a tensão produzida pelas trações e pressões que constituem a actividade mental. Assim, a emoção não contribui por si só com impulsos; é meramente um efeito da interacção de forças que têm lugar no interior da mente”. “As hormonas e os péptios libertados no seu corpo durante a emoção alcançam o cérebro através da corrente sanguínea e penetram nele activamente através da chamada barreira sangue – cérebro ou, ainda mais facilmente, através das regiões cerebrais destituídas dessa barreira (por exemplo, a área postrema) ou que possuem mecanismos de comunicação com diversas partes do cérebro...” DAMÁSIO, António R., Descartes’Error – Emotion, Reason and the Human Brain. Edição Portuguesa das Publicações Europa-América, 18ª Edição. Lisboa. 1998, pp305 a 307

10- “Se uma emoção é um conjunto das alterações no estado do corpo associadas a certas imagens mentais que activaram um sistema cerebral específico, a essência do sentir de uma emoção é a experiência dessas alterações em justaposição com as imagens mentais que iniciaram o ciclo. Por outras palavras, um sentimento depende da justaposição de uma imagem do corpo propriamente dito com uma imagem de alguma outra coisa, tal como a imagem visual de um rosto ou a imagem auditiva de uma melodia. O substrato de um sentimento completa-se com as alterações nos processos cognitivos que são induzidos em simultâneo por substâncias neuroquímicas (por exemplo, pelos neurotransmissores numa série de pontos neurais, em resultado da activação dos núcleos neurotransmissores que faziam parte da resposta emocional inicial)”. Cf. *op. cit.*, p.159.

11- “Tal como sugeri ao discutir as imagens, uma outra condição para essa experiência é a correlação entre a representação do corpo que está em curso e as representações neurais que constituem o self. Um sentimento em relação a um determinado objecto baseia-se na subjectividade da percepção do objecto, da percepção do estado corporal criado pelo objecto e da percepção das modificações de estilo e eficiência do pensamento que ocorrem durante todo este processo”. Cf. *op. cit.*, pp.161 e 162.

12- “Quando sentimos felicidade, cólera ou outra emoção, o sentimento de (p.164) fundo foi suplantado por um sentimento emocional. O sentimento de fundo é a nossa imagem da paisagem do corpo quando esta não se encontra agitada pela emoção. O conceito de «humor», apesar de relacionado com o sentimento de fundo, não a capta plenamente. Quando os sentimentos de fundo não mudam ao longo de horas e dias e tranquilamente não se alteram com o fluxo e o refluxo do conteúdo dos pensamentos, o conjunto de sentimentos de fundo contribui provavelmente para um humor bom, mau ou indiferente. Se tentar imaginar por um instante qual seria a sua situação sem sentimentos de fundo, não terá quaisquer dúvidas quanto à noção que estou a introduzir. Defendo que sem eles o âmago da nossa representação do self seria destruído”. “Ao invés do nosso meio ambiente, cuja constituição muda, e ao invés das imagens que criamos em relação a esse meio ambiente, que são fragmentárias e condicionadas por circunstâncias externas, o sentimento de fundo refere-se sobretudo a estados do corpo. A nossa identidade individual está ancorada nesta ilha de uniformidade viva e ilusória em contraste com a qual nos apercebemos de uma infinidade de outras coisas que manifestamente mudam em torno do nosso organismo. “Os Sentimentos Confundem-se com o Princípio da Consciência”. Cf. *op. cit.*, 1998, p.165 a 168.

13- “Se queremos avançar, temos de ir além do próprio prazer e perguntarmo-nos com que género de estados está associado o prazer no caso particular da arte. Podem tirar-se respostas de toda a gama dos perceptos, tanto extra cerebrais como intra cerebrais. A harmonia de uma combinação de cor ou de um acorde musical pode produzir prazer, assim como os movimentos bem equilibrados, integrados e claramente dirigidos que experimenta um bailarino através da tensão muscular do seu corpo. Pode extrair-se prazer dos versos de Denise Levertov: «Gato,

volta; varre o silêncio com a tua cauda fofa e autónoma», através da dinâmica articulada de quietude fustigada, do espírito de independência encarnado no movimento do animal, da sedução aliciante dos sons em «a» que acabam por culminar na radiante vogal de tail. A memória pode juntar-se à percepção sensorial quando se descobre uma correspondência entre a configuração de forças observada numa composição de formas e cores, ou palavras, e a inerente a uma situação vital importante. Isto não são atributos, são causas de prazer. Examinando as condições que produzem o prazer, pode distinguir-se a arte de outras fontes de satisfação. Também é possível tirar conclusões sobre a natureza das necessidades específicas que a arte serve. Tal abordagem, longe de levar a investigação a um beco sem saída, fá-la tomar um novo alento”. “A arte, portanto, trabalha com o tipo de estado mental que, até agora, a psicologia não investigou, e também com a expressão exterior de tais estados. Os psicólogos evitaram o problema da alegria, da tristeza, e do medo, situando-os entre as emoções. E quando chegou o momento de analisar a expressão exterior desses estados de espírito, quer dizer, as suas manifestações em estruturas visíveis ou audíveis (um rosto humano, uma peça musical), também não investigaram essas manifestações. Concentraram-se em averiguar que «sentimentos» - tristeza, calma, paixão – estavam os observadores dispostos a atribuir ao objecto, e em que medida o faziam «correctamente». Mas raramente se interrogavam que traços audíveis ou visíveis específicos do objecto determinavam as reacções do observador. A questão de como levavam a cabo os observadores tal proeza não se colocava, permanecendo como um dado assumido e incontestado. A ideia tradicional, por exemplo, de que em tais experiências os observadores apoiam-se em associações estabelecidas anteriormente, torna desnecessário o estudo do carácter do objecto percebido e dos processos que têm lugar no perceptor: bastará encontrar correlações entre desconhecidos. Os estetas dificilmente fizeram mais, salvo que a sua resposta à pergunta «como o fazem?», costuma ser «por sentimento!» em vez de «por associação». Preferem atribuir as realizações do artista e do seu público a uma faculdade cognitiva sui generis, nem perceptual nem intelectual. ARNHEIM, Rudolf, *“Para uma psicologia da arte”*, Dinalivro, Lisboa, 1997, pp308,309.

14 -LEE HOTZ, Robert, Trad. Cristina Silva, «Neuromarketing, querem entrar na nossa cabeça, Pública (462) Abril 2005, pp 54 a 57

15 - CASTRO, Ana Vieira de, «É Possível Estimular a Criatividade», XIS (304),16 Abril 2005,p.12 .

16 – Cf. *op. cit.*,p.12

17 - Cf. *op. cit.*,p.13

18 - Cf. *op. cit.*,p.13

19 - CASTRO, Ana Vieira de, «Ideias Criativas», XIS (304), 16 Abril 2005,p.14

20 - CASTRO, Ana Vieira de «É possível estimular a criatividade» XIS (304) 16ABR2005, pp12e13

21- Paulo M. S. Tavares de Castro, Ensinar Engenharia: Profissão e Ética, Departamento de Engenharia Mecânica e Gestão Industrial, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, 29 de Outubro de 1996 , <http://garfield.fe.up.pt:8001/~ptcastro/ethics.html>, relocalizado em 21 de Janeiro de 1998 em: www.fe.up.pt/~ptcastro/ethics.html

22 -"A nossa sociedade passa-se e fala-se como sociedade de consumo. Pelo menos na medida em que consome, consome-se enquanto sociedade de consumo em ideia. A publicidade é o hino triunfal desta ideia" BAUDRILLARD, Jean, *A Sociedade de Consumo*, Edições 70, Lisboa 2003,p.208.

23 -" Hipóteses 1.O poder é inerente a todos os sistemas sociais e a todas as relações humanas. Não se trata de uma coisa, mas sim de um aspecto de todas as relações entre as pessoas. É, conseqüentemente, ao mesmo tempo inevitável e neutro, intrinsecamente nem bom nem mau". TOFFLER, Alvim, *Os Novos Poderes*, Ed. Livros do Brasil, Lisboa, 2001,p519.

24- " Só quando o design for adequadamente entendido, estudado como algo útil para todos, se começará a compreender plenamente o potencial desta capacidade humana". JOHN, HesKett, *El diseno en la vida cotidiana*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2002, p.201

25- A novíssima voz grita: "viver é não encontrar limitação alguma; portanto abandonar-se tranquilamente a si mesmo. Praticamente nada é impossível, nada é perigoso e. em princípio, ninguém é superior a ninguém".ORTEGA Y GASSET, *A Rebelião das Massas*, Relógio D'Água, Lisboa, 2004, p.76.

Anexo H – Bibliografia

- CASTRO, Ana Vieira de, «Ideias Criativas», XIS (304), 16 Abril 2005
- CASTRO, Ana Vieira de «É possível estimular a criatividade» XIS (304) 16ABR2005
- ARNHEIM, Rudolf, "Para uma psicologia da arte", Dinalivro, Lisboa, 1997. BAUDRILLARD, Jean, *A Sociedade de Consumo*, Edições 70, Lisboa 2003.
- BRITO, Vanessa, «Livros de Filosofia- walter Benjamin: Origens do drama trágico alemão e Imagens de Pensamento - Assírio & Alvim»,
Jornal de Letras, Artes e Ideias, Ano XXIV, 2005, (896).
- CONDE RODRIGUES, José, «David Hume: A moral do sentimento»,
Finisterra, 1999 (33).
- DAMÁSIO, António R., *Descartes' Error– Emotion, Reason and the Human Brain*. Edição Portuguesa das Publicações Europa-América, 18ª Edição. Lisboa. 1998.
- JOHN, HesKett, *El diseno en la vida cotidiana*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2002.
- LEE HOTZ, Robert, Trad. Cristina Silva, «Neuromarketing, querem entrar na nossa cabeça, Pública (462) Abril 2005.
- ORTEGA Y GASSET, *A Rebelião das Massas*, Relógio D'Água, Lisboa, 2004.
- TAVARES DE CASTRO, Paulo M. S., *Ensinar Engenharia: Profissão e Ética*, 29 de Outubro de 1996 <http://garfield.fe.up.pt:8001/~ptcastro/ethics.html>, relocalizado em 21 de Janeiro de 1998 em: www.fe.up.pt/~ptcastro/ethics.html
- TOFFLER, Alvim, *Os Novos Poderes*, Ed. Livros do Brasil, Lisboa, 2001.

Capítulo IX

Sumariar conclusões.

9.1 Recordar o problema estudado

Produção sem apropriação
Acção sem imposição própria
Evolução sem prepotência

Lao Tse (séc. 4º AC) 1

Existem situações em que a indústria pode levantar problemas para o design resolver. As soluções passam então por um trabalho conjunto orientado no sentido da melhoria da qualidade de vida.

Também é frequente que os problemas surjam com sentido inverso, particularizados pelo designer que então os propõe à indústria, ao engenheiro.

É um facto que a pressão económica pode forçar a indústria a levantar falsas necessidades para assim produzir e vender novos produtos.

É então que o designer deve escolher entre o que resultará em prejuízo do consumidor ou não, subalternizando o lucro exclusivo, neste caso, do industrial.

O objectivo deve ser construir, produzir bem.

O produto bom obedece a três condições fundamentais: Comodidade, solidez e encanto.

O objecto bom, o que quer dizer, honesto, responsável e respeitoso da pessoa (Starck) traduz, em primeira análise, uma forma de consciência sócio-política.

A dúvida surge-nos quando vemos, lemos, em T-shirts “we are good”; “nous sommes dês mutants”; “tomorrow will be less”...

Para produzir, o designer precisa de coexistir com o industrial, com a instituição e com a galeria...com o Arquitecto desde logo. Com este o diálogo passa certamente por uma diferença de escala mas o trabalho e o destino são afins.

Arquitectos, artistas, designers coabitam no sentido até de uma recusa face à nossa tradição romântica...é necessário ir mais além. Casos há em que o consumidor como que faz o objecto final mas o designer foi o seu guia, produziu em antecipação um produto que depois, de certa forma, foi ultimado pelas necessidades do consumo.

Os objectos de hoje são simbólicos.

O consumidor dá menos importância à função que à sua própria identificação, exterioridade, imagem pessoal perante os outros...

e é nisto que reside verdadeiramente a especialização do designer: Trabalha a tradução deste facto, desta mais valia afectiva, da sedução, procurando atingir assim os alvos visados.

Sendo a função indispensável a todo o objecto, mesmo o mais fútil, é necessário compreender que a função pode não ser primordial. É importante saber ler que um automóvel transporta símbolos que, por exemplo um espremedor de laranjas, Figura 6, não é apenas um espremedor mas serve para estabelecer uma comunicação, um diálogo, porque o que consumimos não são apenas os objectos e sim a nossa relação com os objectos que vemos.

O objecto perde, assim, intencionalmente, o seu estatuto inicial perene.

O objecto tornou-se um signo diferencial e conivente.

Em verdade o consumidor está já dominado pelo objecto imagem. Trabalha-se a imagem como matéria própria onde a invenção se deve sobrepor à dominação criativa.

A questão já é: Será que o objecto precisa de ser reproduzido para existir? Ele hoje já é mesmo mais simbólico que real!

O seu uso material está subalternizado, é segunda escolha.

Procura-se induzir que a semelhança com a realidade não é coincidência, que a realidade se confunde com a ficção...

Mas será que, como resultado, o senso comum não dará lugar à insensibilidade; a responsabilidade não dará lugar à indiferença, como tendência para a fuga à realidade.

Mesmo que isso nos inquiete, temos que aceitar que vivemos um tempo em que a indiferença é a regra; racionalidade e irracionalidade confundem-se.

A actualidade é vertigem, apela a desafios, mas um desafio é sempre uma abertura, é necessário saber mais e o conhecimento não tem fronteiras.

Hoje mais que nunca esta é a realidade.

Travessias que passam pelas neurociências, reflexão semiótica e até filosófica.

Como se vê somos impulsionados para a ligação entre virtual e real...mas também para os modos como se fala, com inquietação, de consciência.

Porque a consciência só se torna num facto quando sujeito e objecto estão unidos, quando um é produzido ao mesmo tempo que o outro.

A serenidade, apoiando uma forma ideal de vida, faz-nos entender que existem soluções conducentes, verdadeiramente, ao interesse do homem, de todos nós.

Sempre que fazemos um gesto ou criamos um objecto, afectamos, interferimos com o próximo.

E essa preocupação, esse interferir com o outro, na sua percepção e emoções deve estar presente e ser a própria consciência dos produtores.

Poetas, Engenheiros, Designers, Arquitectos, todos temos que ter consciência do que fazemos. Para vivermos temos que produzir e criar riqueza.

Para produzir bem e sustentadamente devemos ouvir os outros e a partir de uma ideia inovar escutando especialistas das várias áreas, optimizando sempre.

A solução leva-nos, particularmente no caso de Portugal, à necessidade de mais informação, mais formação, mais cultura e educação.

Deixam-se aqui, em aberto, hipóteses para desenvolver o tema, ou temas, desta dissertação que, resultando da minha observação e estudo, se inclina para a possibilidade de formar indivíduos esclarecidos, com base científica adequada, entendedores dos meios tecnológicos, capazes de entender e resolver da melhor forma as carências que o País tem sem deixarem de valorizar a Ética, tudo o que tem a ver com humanidade...percebendo que o outro somos nós. Que o outro é o Eu de ontem, o Eu de amanhã.

A preocupação centralizada no bem-estar de todos. Uma preocupação concentrada no futuro, em todos nós, na nossa subsistência, na empregabilidade.

Diz o Professor Doutor José Manuel Mendonça:

"O problema está na procura e no valor que essa procura atribui à inovação, à tecnologia, à gestão... e, naturalmente, aos quadros que trazem os conhecimentos e as competências necessárias para dentro das empresas. A procura é que é pequena.

São mais procurados os financeiros, os gestores de recursos humanos ou os vendedores.

Em muitos negócios de subcontratação da produção em produtos intensivos em mão-de-obra de custos baixos, sem design e sem engenharia, o conhecimento da tecnologia limitava-se ao bastante para fazer funcionar as máquinas e equipamentos produtivos sem grande esforço competitivo.

Por vezes seriam necessárias competências para o “procurement” de tecnologias de produção, mas muito raramente em design, engenharia de produto ou de processo. Só aumentará a procura de recursos qualificados em áreas tecnológicas e em inovação quando a tecnologia e a inovação forem vistas pelas empresas como factores determinantes da sua competitividade. Quando se consciencializarem que tecnologia e inovação estão na base da transformação dos seus modelos de negócio de acordo com as exigências dos mercados e antecipando-se à concorrência. E quando considerarem os gastos em tecnologia e inovação como um investimento e não como um custo.
p. 114



FIG 6. PRESS CITRON 1990

designed by philippe starck for alessi, 1990. one of the classics of 20th century design. now available in mirror finish only. the black version and the 9,999 gold plated limited and numbered edition are sold out.
Delivery Time: 1-2 weeks (Quick! overnight if needed)

9.2 A mudança radical

Assistimos hoje a uma mudança do pensamento e da estética.

Equaciona-se o modelo biológico, do ser vivo, como novo paradigma que engloba a ciência, o pensamento e a comunicação.

O ser vivo adapta-se e modifica-se na sua relação com o meio. Resolve deste modo os problemas que se lhe deparam mas o facto é que a imagem digital está já a ganhar características de ser vivo.

Hoje tudo passa pelo digital, toda a imagem pode ser digitalizada. Sem nostalgia pelo passado temos um destino que passa por reaver tecnologias “antigas” e ultrapassar os seus limites, reprocessar outras imagens.

As novas tecnologias sobrepõem-se ao passado, surgem sobre elas, no tempo, relacionam o presente passado com o presente da cultura das imagens.

É evidente que a dissolução dos próprios limites de cada tecnologia ergue a possibilidade, a necessidade de cruzar e usar as diferentes tecnologias na produção actual.

A produção de imagens é hoje um processo de simulação e construção. Pensamos nas novas tecnologias como extensões cerebrais. Assim, o cérebro interage com o mundo por meio de sistemas como a telepresença.

O corpo torna-se interface entre o cérebro e o mundo.

Pressupõe-se o entrelace da neurociência com as novas tecnologias, a possibilidade de ligar o cérebro com o computador, como uma fusão da ciência com a arte e a psicologia.

Processos complexos, de etapas numerosas, ligam o cérebro com o exterior e mediatizam todas as operações cerebrais.

O sujeito seria então a interface entre o cérebro e o mundo.

Percebê-lo obriga a agir virtualmente sobre algo, coisa ou objecto.

A nossa percepção está ligada à acção, mesmo que a acção não se realize e seja virtual.

Mas a verdade é que pode estar a surgir uma estética nova a “estética electrónica”.

”Não devemos procurar a alegria nas aparências, mas atrás das aparências”².

9.3 Pesquisar, perceber os outros.

Os aspectos culturais e a educação.

Pesquisar o que são as necessidades dos outros fornecerá indicações plenas de interesse. Se olharmos (alguns talvez nunca o tenham feito por falta de tempo ou motivação) para os mais velhos, esses que em certos meios ou regiões ainda são respeitados, por alguns perceberem que eles, após tantos anos de vida e tendo passado por tantos factos, possuem uma sabedoria, uma cultura de vida, que pode e deve ser aproveitada...

Esses são os que distinguem, como ninguém, o que verdadeiramente interessa na vida!

Este raciocínio leva-nos para a nebulosa distinção entre educação e cultura, olhada por alguns como coisa de menor importância por pensarem e não terem dúvida que, se existem sábios, são eles próprios. São os que, soberbamente, falam nos meios de comunicação sobre qualquer tema, que dominam toda e qualquer matéria. Não percebem que alguns desses temas, por não os terem vivido, ou escutado quem os sentiu de perto, apenas lhe propiciam a possibilidade do entendimento colhido na história.

Esta, sempre ou quase sempre deturpada por estórias ao sabor pessoal, ou mesmo que seja de uma determinada escola, entendimentos esses que sabemos são tantas vezes romanceados, como educação de saberes que o ensino vai transmitindo, através de aulas em que o debate de ideias está ausente, em que a matéria é simplesmente a repetição de programas que são, geralmente, apenas o decalque de outros programas...sem que se altere uma vírgula.

Assim, os alunos não são provocados a desenvolver o pensamento reflexivo sobre os diversos assuntos.

Vão-se formando jovens, ou menos jovens, que se sentem no legítimo direito de opinar, com orgulho, senhores absolutos da razão, afinal tantas vezes com lacunas que se vão percebendo no próprio discurso debitado, como novos-ricos que detém, como únicos senhores, o acesso possível às coisas!

Estes indivíduos não entendem que prazeres como degustar coisas tão simples como uma peça de fruta, possam ter a mesma intensidade para todos, embora diferentes no processo.

O aldeão, o homem do campo, que come uma maçã à sombra do sobreiro, cortando-a com a sua navalha, sentado numa pedra, saboreando-a pedaço a pedaço, pode ter o mesmo prazer que tem um indivíduo que no restaurante, a que está habituado, come a mesma fruta usando um talher completo.

Será que os últimos não teriam nada a aprender com os primeiros?

O estabelecimento do diálogo não nos beneficiaria a todos?

Tanta coisa é desaproveitada por preconceito, por má interpretação de convívio social...porque é de crer que a vida e o conhecimento passa, sempre e em primeiro lugar, por entender os outros, como única forma de nos entendermos uns aos outros.

9.4 A razão tem emoções que o coração desconhece

As emoções são a mais racional das estratégias da natureza, são atalhos do processo de decisão. Os seres humanos sentem-se felizes com valores sólidos como a amizade, a verdade e a justiça. Por isto é que o segredo do Marketing é fazer com que as pessoas se sintam bem. Mas, por vezes, o caminho seguido pelo Marketing é distorcido, procura fazer aceitar argumentos péssimos para que as pessoas se decidam a comprar um determinado produto. A verdade é que nada é mais racional do que uma emoção apropriada e nada é, pelo contrário, mais irracional do que a falta dela. O ser humano equilibrado, feliz, cultiva as emoções apropriadas, emoções que respondem à razão. Trabalha no sentido de impedir que as piores emoções lhe toldem a razão.

9.5 Tomada de consciência em relação à produção

Produzir o quê, porquê e como? Contemporaneamente, somos todos impulsionados pelas instâncias oficiais, que procuram as ligações entre grupos, que se fazem e desfazem, objectivam um percurso inovador, alargado no espaço, sem fronteiras, apoiando-se em alianças de circunstância, convenientes, de factores de ordem económica, social e cultural. E assim influenciam a expressão do design. Do nível de industrialização do país vai depender a sua produção bem como a prática e formação dos designers; as circunstâncias políticas e históricas influenciam o aparelho de produção; o modo de vida e o comportamento cultural modelam o design dum país e os seus âmbitos de aplicação; o próprio clima modifica a ligação ao espaço, ao tempo, à nossa noção de imagem interior e exterior; os materiais, com uma influência essencial

nas diferentes tipologias dos objectos e da sua utilização; o peso e a natureza da criação artesanal como orientação do designer para soluções alternativas; o nível e estado da pesquisa em novos materiais e facilidade de acesso à inovação e ainda as estruturas pedagógicas adaptadas a esta matéria. De facto esta nova realidade, contagia a nossa percepção e deixa em aberto novas questões e dependências. Percebê-la é constatar que a produção é sentida como uma força influenciadora que é mais que uma moda contemporânea. É uma projecção no futuro para os que ainda não nasceram. O sujeito social hoje é outro. Não se trata já de burguesia ou proletariado, hoje o sujeito é de difícil definição histórica, porque ainda não há distância suficiente, mas sabemos que ele é determinante para os destinos desta época. Hoje a força é o consumidor.

9.5.1 A Emoção, a produção, a economia e o Comércio 3.

Vivemos um tempo de cultura da velocidade, de produção e economia, que nos domina, tal como as novas tecnologias. O aumento da produção, desde que impulsionada pela economia, evoluiu sempre descontroladamente. Estamos quase em colapso, em total estado de insatisfação, cansados. Submetidos a um dia a dia cada vez mais exigente, pressionados, vamos sobrevivendo. Curiosamente temos à nossa disposição a tecnologia mais avançada, um conforto nunca antes atingido...mas continuamos insatisfeitos (talvez pelo excesso). Esgotamo-nos devido a toda esta velocidade, a esta vida impulsionada e justificada pela economia. Nada podemos fazer, não podemos aparentemente mudar este estado de coisas, no entanto, temos como obrigação tentar encontrar um ponto de possível equilíbrio, de manter o controlo 4. Pensava-se que, com a evolução tecnológica, viveríamos libertos de muitas tarefas duras e com mais tempo livre, libertos da rotina, com melhor qualidade de vida. Afinal, pelo contrário, estamos submersos em hábitos de vida que nos escravizam como a maior das tiranias. A evolução tecnológica que nos iria proporcionar mais tempo para uma maior liberdade de opções consome-nos e domina-nos. Surgiu e invade-nos continuamente com peças de um conjunto necessário que foi criado para o nosso bem-estar. A forma de lidar com essas peças obriga-nos a uma temperança, a uma contenção extrema para não sermos dominados por e com tudo isto. Vivemos velozmente e isto ultrapassa o estado actual das tecnologias, tem a ver com o desejo intrinsecamente humano, incontornável, de nos ultrapassarmos. Quer o aceitemos quer não, o nosso cérebro está programado para a velocidade. Ela agrada-nos, motiva-nos a enfrentar as dificuldades e até o perigo. A emoção, a embriagadora experiência sensorial que acompanha a velocidade é viciante. Quando abrandamos sentimo-nos mal, não gostamos de andar devagar! Mas, de facto, temos que contrariar esta vontade, encontrar o nosso próprio ritmo, o que for adequado à nossa maneira de ser. Mas controlar a velocidade com que vivemos pode ser visto como um acto preventivo 5. Nunca estivemos tão livres para escolher e este tempo em que vivemos é por outro lado um tempo de dúvida, de incerteza. Mas a liberdade não é criativa, precisa de ter limites, de um projecto, de um fim e de um tema. A liberdade cria-se, não se tem! E a incerteza e a dúvida valoriza as nossas convicções. Tendo-as, não nos deixaremos levar submersos e seremos capazes de reduzir a pressão que nos é imposta até ao nível que é o que nos convém e nos dá bem-estar. Mas o bem-estar está ligado às emoções e estas também aos efeitos benéficos que um produto, uma coisa que nos agrada, necessária para prazer ou uso, pode desencadear. Assim, acto de comprar é determinado pela emoção suscitada. As estratégias de Marketing, as soluções mais eficazes de venda e as campanhas publicitárias mais redutoras, unem-se, com o

objectivo de provocar uma emoção no consumidor, que o atraia irresistivelmente para o culminar do processo: o acto de compra. Emoção é, por exemplo, pensar no impacto de nos exibirmos perante os outros, em ficar bonito ao comprar roupas... Pensa-se agora em trazer a emoção, também, para o comércio electrónico, para o negócio “on-line”. Transformar a linguagem fria, desumanizada, da Internet, ainda demasiado tecnológica, distante do consumidor. Procura-se agora gerar emoções que promovam, incentivem o mais irresistivelmente o acto de comprar. Para isso a saída está na redução das rotinas tecnológicas e excesso de mecanização para que a generalidade da população deixe o ainda grande alheamento face a este problema. Os avanços no sentido das vantagens tais como o preço, a entrega dos produtos à distância, ainda não são suficientes para massificar o sistema de compra “on-line”. Os consumidores estão habituados a tocar, a testar os produtos, a rituais afectivos do comércio. O momento de compra pela Internet ainda não chegou lá. Precisa de ser conseguida uma relação entre as partes, uma confiança, uma produção de estados emocionais que provoquem a compra. Pode ser importante, por exemplo, dar a entender que, pela Internet, o tipo de comércio proposto tem, por trás, gente. Gente interessada, que quer satisfazer os desejos do possível comprador, interagir com ele, esclarecer e antecipar-se às suas dúvidas e anseios, dialogar. Se o consumidor se sentir desejado, respeitado e mesmo acarinhado por quem vende, a sua auto-estima sairá reforçada e isso será o factor fundamental para que ele, sentindo-se à vontade, tome decisões. Criar formas de comunicação com conteúdos originais, ambientes, conjuntos de opções de informação e estética que gerem emoções. Salientar a opinião, satisfeita, de outros clientes; fazer com que o consumidor veja o interesse social da compra. A exterioridade que tem um peso tão importante, perceber o objectivo funcional para perceber e explicar aos outros o que adquiriu...afinal ver a parte interna do produto. A ligação entre a emoção e a capacidade de decisão, mostrando o saber e o conhecimento como fundamento biológico regulador de que a emoção é um aspecto. Para sentir que se existe, para conhecer, para sentir que se está vivo, que temos mente, é necessário fazer uma representação do nosso organismo e essa representação é feita através da representação do corpo no cérebro. Quando deparamos com a nossa imagem, aquilo que somos (essa imagem que funciona como um objecto, modificando o nosso estado momentâneo como organismo), cria-se uma modificação que permite que nos situemos na relação do objecto, com o organismo, e está baseada numa modificação do corpo que surge sob a forma de um sentimento. O “Si” não mais não é do que uma construção que vem do sentimento, de baixo para cima. Precisamos de razão, de emoção e conhecimento. Todo o acontecimento que produz uma decisão é sempre vivido emocionalmente.

Sobre a emoção, o Professor Doutor José Manuel Mendonça, remete-nos para a adrenalina e a paixão da paternidade, quando desenvolve modelos de inovação...

”A inovação radical, que surge de uma invenção original, de base tecnológica é de alto risco e alta recompensa. Necessita de ser protegida por uma patente é a base de um novo negócio. Alto risco trás adrenalina e a paixão da paternidade.

A inovação incremental, partindo do existente, copiando, adaptando e melhorando a tecnologia e a organização actual é de baixo risco e menor recompensa. É sustentada, mas muitas vezes invisível.

No modelo do KAIZEN (melhoria contínua) estes dois tipos de inovação coexistem e complementam-se e as boas empresas levam a cabo processos e avanços de tipo incremental e radical nos seus produtos, processos e serviços.

Importante é a invenção, mas mais importante é transformá-la em negócio. A Philips inventou a tecnologia de leitura/escrita laser de um CD, mas foi a Sony que mais rapidamente fez dinheiro com essa tecnologia... p.114

Quando deparamos com uma situação idêntica a outra já vivida o cérebro encaminha-se para sinais emocionais que resultam dessas experiências. Os escritores sabem que, em certas situações, de excesso emocional, as palavras não chegam! Por exemplo um trecho musical pode obrigar-nos a um nível de pressão emocional intraduzível por escrito!

9.5.2 O design como processo técnico

Considerar o Design cingido ao processo técnico, como arte prática, será sempre o objectivo dirigente da operação; a sua finalidade construir bem. Comodidade, solidez e encanto, podem coexistir como filosofia a realizar. A Arquitectura deverá, assim, ser centralizada nos interesses do usuário segundo uma ordem que pode ser: A lógica: dividir o conteúdo em unidades lógicas; A hierarquia: relativizar, estabelecer a importância entre as unidades; Estruturar as unidades com base nessa hierarquia; Analisar o êxito funcional e estético do produto. Quando nos referimos a comodidade, solidez e encanto, estamos perante o design. E a melhoria da qualidade de vida também passa pela resolução dele como problema. O design deve-se obrigar a particularizar e propor à indústria soluções. E, inversamente, a indústria, pode e deve propor ao designer a resolução dos seus problemas, que devem ser entendidos como de todos. Atenção, no entanto, às falsas questões. Às falsas necessidades, orientadas para novas produções orientadas no sentido comercial, pontual, que nada deixa, a não ser o lucro exclusivo do industrial, muitas vezes em prejuízo do consumidor e, nesses casos, o designer não se deve envolver. De novo a ética deve salvaguardar os valores morais, porque é deles que se trata.

9.5.3 A autoria

O design está em processo de apropriação de tudo, de nos condicionar. Não esquecendo que o método de investigação é a história, é a progressão, temos que reflectir sobre o design como realidade, portanto selectivo em si. A permanência das coisas depende do seu interesse.

Na respectiva entrevista escrita, a este respeito, comenta o Professor Arquitecto José Manuel Soares:

“De qualquer modo, no efémero falta algo daquilo a que se vai recorrer para nos reconhecermos e buscarmos o reforço da nossa identidade, que às vezes se tende a perder... Uma colher especial de prata por vezes diz-nos mais do que um serviço de talheres inteiro por melhor design que seja, porque, além de outras circunstâncias resistiu a mais do que uma geração... Num edifício ou num canto de uma rua podem passar-se o mesmo tipo de coisas. Manter altos os níveis de venda, pode até ser benéfico para a economia de uma comunidade, mas na verdade ser duradouro é ainda factor de qualificação. Não se pode esquecer é que o papel do bom desenho também é o de estender o mesmo produto a muito mais gente ...” p.127

O que se faz são sempre actualizações possíveis, colhidas do passado, e é sobre elas que o presente constrói o futuro. Se o passado e o presente são as dimensões do tempo que verdadeiramente existem... Isto significa que o agora é o espaço em que estamos atentos ao sentido da história que nos pode provocar o interesse para chegar a qualquer lugar. E assim, a autoria, o seu critério é, simplesmente fazermos o que achamos que devemos fazer e perceber que a obra está sempre inacabada, projecta o tempo para além de si ao mesmo tempo que o exprime fazendo-lhe frente.

9.5.4 O “eu” autobiográfico 6.

O organismo tem uma imagem constantemente actualizada de si mesmo. Como consequência isso permite-nos o auto-reconhecimento e vermo-nos como nós próprios quando olhamos o nosso passado. Isto é o “eu” autobiográfico. A identidade do “eu” resulta da identidade do corpo e, igualmente, a própria consciência resulta da necessidade da regulação biológica do corpo. A consciência é o resultado dessa necessidade de regulação biológica que qualquer organismo tem, portanto é um fenómeno biológico natural próprio dos seres vivos complexos. A alma imortal é assim rejeitada cientificamente 7.

Mas, sobre a Consciência e a Ética, pensados no sentido da melhoria da condição humana diz o Mestre em Engenharia e Computadores Roberto Ferreira Marques, com oportunidade, na respectiva entrevista escrita, que,

“Sendo a Consciência a faculdade de estabelecer julgamentos morais dos actos realizados, é necessário compreender que a moralidade está ligada a uma sociedade e a um determinado período de tempo.

Por outro lado, numa análise generalista, o objectivo do Design é a criação de itens funcionais sempre com o objectivo de melhorar a condição humana.

Neste novo mundo de comunicação ultra-rápida e impessoal, cada acção que nós tomamos é vigiada e observada de perto pelos jovens. O que nós fazemos pode ser rapidamente retirado do contexto e extrapolado.

Qual é então o nosso dever? O que devemos fazer?

A Internet e os meios de comunicação são apenas uma ferramenta, como os livros foram antes. Deve estar ao nosso lado e não ser nosso adversário. Devemos ser capazes de a utilizar e de a dominar. Não ao nível tecnológico pois esta tecnologia muda muito rapidamente, mas ao nível dos conteúdos.

É aí que reside a nossa capacidade de utilização do Design, a criação, a utilização da tecnologia para criar algo de novo. E com a Consciência que esta tecnologia está a ser utilizada para o bem de todos.

Utilizando estas novas tecnologias como uma ferramenta, estamos cientes das suas potencialidades e não as podemos ver como uma solução para todos os problemas”.

9.5.5 Perceber o conteúdo no design.

O design, acrescentado das cibertecnologias, obriga à procura do entendimento de uma cultura que é um paradigma evolutivo, indecível porque nos coloca sobre um pensamento, ou uma ideia, de que não é possível determinar o que separa o bem do mal, onde está o dentro e o fora e, até, se aquilo que vemos é forma ou fundo. Hoje vivemos sem fronteiras nem limites. Para entendermos as coisas temos que as desconstruir. Michel Foucault (8) disse que vivemos um momento de pensamento de exterioridade; as coisas, as imagens tem o sentido que cada um lhes dá, por isso, provavelmente, nunca estivemos tão sós.

Os média, os designers, escolhem pelo cidadão comum, decidem por ele...que cada vez faz menos coisa por si próprio. Mas desconstruir significa que, neste tempo de exterioridade, em que o interior, o entendimento profundo, são postos de lado, a única forma de perceber as coisas será, de facto, revelar os limites fluidos entre os elementos que compõe o objecto e, ao fazê-lo, perceber que essa desconstrução está presente no tempo da criação do designer, na arquitectura do processo. O desconstrucionismo, perceber o que liga as coisas, não está fora do tempo da criação, não é ‘a posteriori’, tem de estar presente na arquitectura do trabalho da construção”.

9.5.6 O design ecológico e o usuário.

O mundo, a nossa sobrevivência, depende da consciência que devemos ter acerca do impacto ambiental do que produzimos, do modo como consumimos os recursos naturais, como continuamente vamos poluindo, apesar dos esforços de alguns (o Protocolo e Kyoto é exemplar) a contenção que é, necessariamente urgente, implementar. Naturalmente que o design, e os programas de investigação que apoiam a inovação nas suas várias vertentes, atento aos interesses actuais e futuros, baseando-se na experiência, tem como prioritário o aspecto ecológico por ele ser parte importante das necessidades sociais tendo hoje um espaço de preocupação fundamental 9.

Assim impõe-se a implementação de estratégias optimizadas. O produto, o serviço, deve assentar em traves mestras que tem a ver com recursos; contenção residual e de poluição; prevenção de riscos que qualquer produto eventualmente possa vir a provocar. O uso de materiais recicláveis, duráveis, que se possam reutilizar, deve estar associado sempre a um produto que seja simples (e pode sê-lo mesmo multinacional), porque a simplicidade cativa, dá-se a perceber mais facilmente, o produto chega mais perto, mais rapidamente ao utilizador 10. E mais depressa chegará ao utilizador se contiver informações claras, de acesso rápido, simplificando o seu uso 11. Tendo em atenção estes parâmetros, atentos aos aspectos ecológicos, com incidência para a qualidade, longevidade 12. A incidência em termos económicos só pode ser positiva se as empresas tomarem consciência que é na investigação que se encontram as bases que permitirão, pela inovação, pela melhoria das características ambientais do produto, influenciar, por envolvimento, os utilizadores e os criadores. *“4.2.1 A procura de produtos mais ecológicos constituirá um impulso determinante para a economia intensificar os seus esforços a favor do ambiente e melhorar o desempenho dos produtos e serviços em termos de ciclo de vida.*

É necessário criar e reforçar essa procura mediante um processo de educação mútua entre as empresas, às quais cabe promover activamente a informação ambiental, e os consumidores, aos quais cabe pressionar as empresas a melhorarem as características ambientais dos respectivos produtos. Um tal processo tem igualmente de envolver as crianças, consumidores de amanhã. Em casa, no jardim-de-infância ou na escola, há que ensiná-los a fazer escolhas informadas, em função das características ambientais dos produtos” 13.

Assim, criando novas oportunidades do mercado lançando design de qualidade superior 14. Para motivar, percebe-se, não basta ter a preocupação de criar produtos diferentes. De facto a produção será tanto mais inovadora e diferente quanto melhor servir as necessidades e os reais interesses do utilizador que somos todos.

Na respectiva entrevista escrita, o Professor Doutor Joaquim Sabino, diz, a respeito:

” Muitas vezes o cliente quer, mas não sabe, ou não tem consciência, do que quer. Dou o exemplo do computador pessoal que hoje todos usamos. Se há 30 anos atrás tivesse sido feita uma sondagem de opinião sobre a necessidade de possuir um computador pessoal na casa de cada um, estou convencido de que a resposta não levaria à previsão certa do que realmente aconteceu.

O criador tem assim que se preocupar com as necessidades das pessoas, com o que vem ao encontro da sua melhoria de vida, e não necessariamente com aquilo que as pessoas, em geral, manifestam querer”. p.120

Aqui está a porta para uma evolução económica, ganhos a partir de uma economia sustentada!

9.6 Crise do Design

Estamos perante uma crise profunda no Design. Ela atingiu o Design de Produto e a ideia de “Gute Form”, como resultado da colaboração entre os artistas e os técnicos da indústria. A Economia Capitalista é uma explicação; como também o é a evolução extremamente rápida da tecnologia industrial, a explosão do consumo e o choque entre o avanço, rápido e para a frente, das ciências e técnicas, como oposição ao conservadorismo político. A crise evidencia-se, é uma divergência evolutiva entre programação e projecto. A programação é a pré-ordenação, quase mecanicamente calculada, que evolui no sentido de substituir o projecto e, não de o seguir na procura de soluções, de encontrar respostas para as contradições sucessivas da sociedade. É que, a programação, confere ao poder a escolha, a decisão, retirando essas competências ao indivíduo. A repressão é um reflexo, uma tendência para a qual se inclina a programação. A sociedade fica assim impedida de toda e qualquer existência histórica que será encarada pelo poder como contradição ao sistema implantado e portanto a reprimir, mesmo, se necessário, pela violência. A programação é, realmente, a expressão de apenas alguns. Poderá ela proporcionar ao resto da humanidade uma existência melhor, positiva? Mesmo supondo que isto seja verdade será que a humanidade só pode ter como objectivo e fim o bem-estar material? A história, ao contrário, é um esquema de vida projectada. Na história está alicerçada a estrutura da cultura ocidental.

Aquilo a que se chama a crise do design é, de facto, a crise generalizada dessa mesma cultura 15. O Design deve colocar o objecto na posição de participante da finalidade da existência do homem, eleva a coisa ao grau de objecto, é o responsável pela realidade. Isto explica o Design. Esta crise é a tendência do mundo em deixar de se basear em objectos, em sujeitos, em coisas que se pensam e pessoas que pensam, deixando de ser um mundo de projecto, de projectistas, para se transformar num mundo de programados. Sendo uma crise do objecto como valor, significa crise do produto. É um problema de Ética, de moral, pois cada acto moralmente válido é um projecto. Um projecto é sempre avançar em frente no sentido da ideia que o concebe, ou da perspectiva que o concebeu, é o tornar realidade uma ideologia 16.

O que temos pela frente é o confronto entre projecto e não projecto, entre design e não design...é necessário escolher. O projecto visto como acto moralmente válido, mesmo na análise da mudança de uma série de produtos, como resultado do seu desgaste que pode ser motivado por razões objectivas ou subjectivas. As objectivas derivam da procura de menores custos, maior difusão, finalidade mais conseguida e aplicação mais alargada. As subjectivas tem a ver com incentivos ao consumo, influência da publicidade, procurar que o consumo seja superior à necessidade, entrar na espiral do consumismo agindo sobre o inconsciente, incentivar a libido...em suma o consumo irracional. É uma adulteração ou deformação do projecto com o objectivo do consumo máximo, satisfazendo o apetite dos empreendedores com o lucro máximo. Isto tomou o nome de *styling*, é o exagero dos parâmetros desenvolvidos par tornar irresistível, mais apetecível o produto 17. A solução está na implementação de um Design em função das necessidades e não desse tipo de bem-estar. Está em optarmos por um equilíbrio na utilização social da riqueza, da cultura, do ambiente, do espaço e do tempo. O sistema que vivemos parece ser o menos mau mas um pouco de temperança pode evitar este exagero, veloz, que a todos leva no sentido errado da ausência de discernimento do pensar, realmente, pela nossa própria cabeça. Parece que doutra forma seguimos irremediavelmente no sentido da perda da capacidade fundamental que é a imaginação. A imaginação está ligada ao fazer, à técnica. O bombardeamento de imagens a que estamos continuamente sujeitos não invoca a nossa imaginação como produtora de imagens por não termos disso necessidade. A reacção activa e interessada, participante, não é provocada. Esta paralisação da imaginação é uma patologia colectiva, nas cidades, particularmente, é uma neurose colectiva. É preciso comunicar. Entre todos e com o meio ambiente. É claro que a informação não é de todo negativa, ou alienante, seria um exagero e uma recusa insensata pensarmos assim. O que temos que fazer é parar para pensar um pouco. É preciso conjugar valores e adaptar ritmos.

9.7 Remeter para nova relação com a problemática

O Homem é a mediação dos opostos.

O equilíbrio ou a tentativa necessária tende a levá-lo para o centro. Somos sensíveis, negativamente, quando está demasiado frio ou muito quente.

Quando alguém se aproxima demasiado ou, pelo contrário, está muito afastado ficamos inquietos; somos por isto seres carentes de convívio e paradoxalmente precisamos às vezes de isolamento, em suma, o excesso deixa-nos perdidos e pode causar-nos distúrbios psíquicos.

Quando um assunto, uma coisa, nos perturba ou nos assusta, só falar com os outros nos sossega, só aí encontramos forças para enfrentar o problema.

Vivemos, no entanto, constantemente a fazer concessões, cedemos para poder viver em sociedade.

Quando em grupo, seja qual for o número, temporariamente, um vai liderar! Isto é normal e faz parte da nossa existência, é comum em qualquer cultura, nível educacional, civilização.

Idealmente, este enigma (portanto passível de ir tentando realizar) vai caminhando no sentido de atingirmos um tal valor cultural que permita a escolha, a satisfação do desejo pessoal, resultante do querer, cujo arquétipo é a formação de cada um e, deste modo, a felicidade. Por isso dizemos que ela é utópica...ou então tão fugaz que lhe podemos chamar instantânea e assim impossível.

Imaginemos como seria se obtivéssemos, possuindo os meios adequados, e disso estamos já perto, a necessidade que gostaríamos de ver realizada, seja para uma função, seja um produto apenas para satisfazer o olhar, qualquer coisa que, de facto, fosse ao encontro da cultura individual, do “Eu”.

Isto é utópico porque não entramos com o factor condicionante, provavelmente o factor de sobrevivência em termos colectivos, do qual toda a realização depende neste sistema, que parece ser o melhor dos piores, mas que fornecendo os meios para adquirirmos os serviços, bens básicos e totais. A Economia.

É esta que condiciona, que afecta, o que seria o caminho seguro para a “tal” felicidade, que assim se pode chamar anarquia, portanto, mais uma vez a utopia!

Podemos pensar que, por isto mesmo, por ser irrealizável, a utopia permite e impele-nos, por ser inatingível, para tentarmos, para que exista esse impulso que nos faz viver dia após dia, para reacender continuamente a vontade (outra vez ‘a vontade de poder’).

De facto, parece que o ideal, anti-social decerto, natural também, poderia ser um retorno às origens, ao primitivismo tantas vezes tentado já quer por artistas (pintores, artistas vários) e mesmo pessoas comuns.

Um retorno à origem, que pode ser pensado como voltar ao entendimento (se isso fosse possível) da criança que fomos, ou da mistura de religião com filosofia que é o Zen:

-Apenas comer, beber ou dormir quando é realmente necessário, quando o corpo o pedir, sem condicionalismos, sem as normas que a sociedade impõe, sem dizer à criança que ‘não se faz!’, ‘não te sujes!’ quando ela brinca com tintas ou massas de moldar. Cortamos, inibimos, desde logo, alguém que poderia vir a ser extraordinariamente criativo, e engrossar esse grupo que hoje é tão necessário, neste tempo de qualidade, hoje falado até à exaustão, o tempo da Inovação e da Criatividade.

É claro que isto, desregrado, tenderia para o exagero.

Para o controlar, sem extremar, (e assim dando-lhe alguma possibilidade) temos a Ética. A Ética, que vai sendo adaptada com o decorrer do tempo e esperemos, por ser possível, que com o incremento cultural, a sua adaptação desejável e necessária, nos conduza a uma vivência livre como o pensamento, livre para usarmos os meios que tão velozmente vamos tendo ao nosso dispor, criando e tendo imagens, objectos, vivências ao mesmo tempo virtuais e reais, todas plenas de satisfação, resultantes de ideias novas, porque fundamentadas e criadas afinal por todos e para todos.

Na entrevista escrita ao Professor Doutor José Manuel Mendonça, é importante recordar como desenvolve estas questões:

“Em muitas áreas de fronteira ligadas à vida humana (engenharia genética, transgênicos, segurança alimentar, etc.) ou à vida em sociedade (confidencialidade de informação versus segurança de pessoas e bens) surgem conflitos.

A forma de tratar os problemas éticos depende do nível de educação e cultura da sociedade. Por exemplo, as empresas europeias têm de se bater com as asiáticas que têm custos de mão-de-obra inferiores.

Mas isto é só parte do problema, porque também não têm custos sociais nem ambientais, que na Europa são, por escolha social, pesados.

Isto cria problemas de concorrência desleal, de facto, entre empresas, entre regiões, entre países.

Mas será que os europeus e os americanos têm superioridade moral para impor modelos de desenvolvimento diferentes dos que seguiram aos novos países para preservar o planeta, quando o não fizeram quando foi a sua vez de se desenvolver?

Ou pouco ou nada fazem ainda hoje, como no caso das posições americanas quanto aos acordos de Kyoto?

A criatividade é tornada operacional pela tecnologia e da interacção entre criatividade e tecnologia surgem progressos em ambas.

Este processo iterativo evoluiu muito desde o início das sociedades.

Vejamos o que se passou em três momentos importantes para o processo criativo, para a tecnologia e para os negócios.

No tempo do Da Vinci, o génio de Leonardo trabalhava só, desenhando e projectando máquinas e artefactos que nunca construiu porque a inquisição não acharia graça nenhuma, mas também porque não havia tecnologia capaz de o fazer.

Há poucos anos foi construída na Noruega uma ponte desenhada por Da Vinci com o recurso aos mais modernos materiais compósitos. Nessa época não havia sentido comercial para os inventos, apenas o de utilidade, e a criatividade estava muito além da tecnologia.

Thomas Edison geria um grupo de umas dezenas de pessoas que com ele trabalhavam em tecnologia com propósitos de utilização comercial, como a da empresa Edison Light Corporation, a primeira empresa do mundo que produzia e vendia energia eléctrica.

A tecnologia e a criatividade andavam de mãos dadas e Edison chegava a anunciar as suas invenções à imprensa, antes mesmo de ter chegado aos resultados finais, para se pressionar no trabalho e a toda a equipa.

No tempo do Bill Gates, as grandes invenções são o resultado do trabalho de dezenas ou centenas de pessoas.

As equipas são enormes e, por vezes, uma equipa chega pouco antes de outra ao mesmo resultado.

Os investimentos são enormes e a motivação para a exploração comercial dos resultados também.

A criatividade é suportada por tecnologia muito à frente das capacidades individuais.

Senão vejamos: qual é a percentagem das funcionalidades do portátil em que escrevo este texto que cada um de nós é capaz de dominar cabalmente. Cinco por cento? Dez?

Talvez até menos... p.115

Atentos às perversões a que a Ética está sujeita devemos caminhar cada vez com mais confiança, olhando e fazendo o futuro de frente. A nova geração é o sentido do futuro e o seu fascínio baseia-se na possibilidade de estar em conjunto.

Parece que as práticas que eles privilegiam, radicais, vivas, como retorno aos fenómenos primitivos, selvagens, podem ser comparadas àquela barbárie que fecundou a nova civilização que emergiu no fim da decadência romana.

Isto é uma boa imagem para a nossa pós-modernidade na qual vemos uma necessidade do real, do contacto com os outros.

E, quanto a criar, a esse processo de decisão e incerteza, ao momento breve que pode, ou não, abrir uma porta para outro universo...sirvo-me, para o espelhar, deste poema:

É verdade que há um momento breve
em que tudo se decide
-esta rua em vez da outra
esta camisa em vez daquela
este passo que se dá e não um outro
aquele que precisamente iria abrir uma porta
para outro universo.

Bernardo Pinto de Almeida 18.

Notas

1- NIETZSHE, Frederico, *A Origem da Tragédia*, Guimarães Editores, Lisboa, 1999,p.136

2- MUNARI, Bruno, *Das Coisas Nascem Coisas*, Edições 70, Lisboa, 2004, p.9

3 - DAMÁSIO, António, *O Sentimento de Si*, Europa-América, 2004 p. 424

4 - “Seja o que for que tal coisa seja, não será certamente o tipo de consciência que nós temos, nem terá o tipo de identidade que nós temos. Se fosse possível “tirar a alma” de um corpo humano perder-se-ia a consciência e a identidade dessa alma: a ideia de uma alma sem um suporte biológico é tão absurda como a ideia de um fogo sem carburante e só o erro categorial denunciado por Ryle nos pode fazer conceber a alma humana como uma coisa que contingentemente habita um corpo, quando na verdade é um processo”. “A base neuroanatômica” do si-autobiográfico é descrita a partir de um modelo que comporta, de um lado, um “espaço imagético” e, do outro lado, um “espaço disposicional”. No primeiro, ocorrem explicitamente as “imagens de todos os tipos sensoriais. Algumas destas imagens constituem conteúdos mentais manifestos que a consciência nos permite experienciar enquanto algumas imagens permanecem não conscientes”. No segundo, estão presentes “as disposições que contêm a base do conhecimento e os mecanismos através dos quais as imagens podem ser construídas durante o recordar, através dos quais os movimentos podem ser gerados, e através dos quais o processamento de imagens pode ser facilitado. O si autobiográfico é a consciência de pertença que age em nós como a montagem do grande filme da nossa consciência”. Cf. *op. cit.*, p.212

5 a 7, 9 a 14 - “Os programas de investigação apoiam inovações conceptuais, organizativas e técnicas em atenção às futuras necessidades da sociedade, com impactos ambientais e recursos substancialmente superiores”. (6) 4.3.2- Orientação para o design (concepção) dos produtos. Orientar a estratégia para optimização do serviço prestado pelo produto: Conservação de recursos; redução de resíduos; redução da poluição; redução de perigos e riscos. Entre os conceitos de design para consecução destes objectivos, contam-se os seguintes: Design visando uma produção e utilização mais limpos; design visando redução/substituição de materiais perigosos, tóxicos ou ambientalmente nocivos por outras vias, no produto ou no consumo associado; design visando a utilização de materiais removíveis; design visando a durabilidade; design visando a longevidade; design visando uma função ampliada/multifuncionalidade; design visando a reutilização e reciclagem e design visando a simplicidade”. (7) “ os consumidores devem ter fácil acesso a uma informação compreensível, pertinente e credível, mediante a rotulagem dos produtos ou por outra fonte a que tenham acesso rápido”. (8) “produtos e serviços mais ecológicos devem oferecer qualidade superior, maior longevidade e – se os impactos ambientais forem reflectidos correctamente nos preços dos produtos- um custo global inferior para o consumidor”. (9) “4.2.1 A procura de produtos mais ecológicos constituirá um impulso determinante para a economia intensificar os seus esforços a favor do ambiente e melhorar o desempenho dos produtos e serviços em termos de ciclo de vida. É necessário criar e reforçar essa procura mediante um processo de educação mútua entre as empresas, às quais cabe promover activamente a informação ambiental, e os consumidores, aos quais cabe pressionar as empresas a melhorarem as características ambientais dos respectivos produtos. Um tal processo tem igualmente de envolver as crianças, consumidores de amanhã. Em casa, no jardim-de-infância ou na escola, há que ensiná-los a fazer escolhas informadas, em função das características ambientais dos produtos”. (10) “4.3 As empresas de sucesso estão em vantagem relativamente ao aproveitamento das oportunidades de mercado. Boa gestão ambiental e design de qualidade superior são a chave para futuras quotas de mercado numa economia sustentável”. LIVRO VERDE SOBRE LA POLÍTICA INTEGRADA RELATIVA AOS PRODUTOS /* COM/2001/0068 final */

8- Pedro Eiras, «cultura», Público, 10 Out 2004, p.41

15 -“ Não é possível pensar o objecto separadamente do sujeito. O objecto é objecto apenas porque é assumido e pensado pelo sujeito”. P.252, ARGAN, Giulio Carlo, *História da Arte como História da Cidade*.

16 -“ Se quisermos evitar uma degradação geral da cultura, é preciso que a pesquisa científica que tenha como finalidade a aplicação industrial não elimine a pesquisa científica pura. E esta só pode ser realizada no complexo sistema dos valores culturais” p257, ARGAN, Giulio Carlo, *História da Arte como História da Cidade*.

17 - “Provocam-se necessidades fictícias e inconscientes, eliminando qualquer interesse da crítica e da escolha consciente, o consumismo configura-se como uma sujeição servil da massa aos interesses do poder capitalista...o facto mais grave é que, provocando impulsos que não encontram – aliás, não devem encontrar – uma resposta nos produtos, o consumismo gera um sentimento contínuo, patológico, frustrante de insatisfação: a sociedade de consumo, que gosta de se apresentar como uma sociedade do bem-estar, é, na realidade, uma sociedade irremediavelmente infeliz” p262, ARGAN, Giulio Carlo, *História da Arte como História da Cidade*.

18 - ALMEIDA, Bernardo Pinto de, *DEPOIS QUE TUDO RECEBEU O NOME DE LUZ OU DE NOITE*, Edições ASA, Lisboa, 2002, p.15

Anexo I - Bibliografia

ALMEIDA, Bernardo Pinto de, «Ou será de fusão ou não será», *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, Ano XXIV (893), p 13.

ALMEIDA, Bernardo Pinto de, *João Machado e a Criação Visual*, Ed. Campo das Letras, 2000.

ALMEIDA, Bernardo Pinto de, *DEPOIS QUE TUDO RECEBEU O NOME DE LUZ OU DE NOITE*, Edições ASA, Lisboa, 2002,p.15.

ARGAN, Giulio Carlo, *História da Arte como História da Cidade*, Trad. Luigi Cabra, 4ªEdição-S.Paulo:Martins Fontes, 1998.

BANDEIRA DUARTE, Tânia, FERREIRA, LUIS, «Conversa entre Bernardo Pinto de Almeida...», [UP] arte, Dezembro 1998, p52.

BENTES, Ivana, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
MUNARI, Bruno, *Das coisas nascem coisas*, Edições 70 Lda, Lisboa 2004.

CALVERA, Anna (Ed), *Arte? Diseño*, Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 2003

CURY, Augusto, entrevistado por ALVES, Laurinda, *XIS*, 2004 (283), pp 6 a 9.

DAMÁSIO, António, *O Sentimento de Si*, Europa-América.

EIRAS, Pedro, «cultura», Público, 10 Out 2004.

FOUCAULT, Michel, *O Pensameno do Exterior*, Fim de Século, 2001.

Jacques Derrida (1930-2004) Público, Domingo 10 OUT 2004, Cultura p41, Pedro Eiras Prof. Fac. De Letras da UP.

JOHN, Heskett, *El diseno en la vida cotidiana*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2002.

JOLY, Martine, *INTRODUCTION À L'ANALYSE DE L'IMAGE*, NATHAN/SEJER 2004.

LAVAUD, Laurent, *L'IMAGE*, Flammarion, Paris, 1999.

LIVRO VERDE SOBRE LA POLÍTICA INTEGRADA RELATIVA AOS PRODUTOS /*
COM/2001/0068 final */

LYNCH, Patrich J., HORTON, Sarah, *Guia de estilo da Web*, Editorial Gustavo Gili S.A., Barcelona, 2004.

MUNARI, Bruno, *Das coisas nascem coisas*, Edições 70, Lisboa 2004.

Capítulo X Constatação final

10.1 Constatação final

A EMOÇÃO do utilizador.

A questão é: Porque nos agradam ou não os objectos quotidianos?

A verdade é que não nos limitamos a usar o produto, também estabelecemos com ele uma relação emocional.

Sempre que nos defrontamos com um objecto reagimos, não apenas pelo bem que ele possa funcionar mas também pelo aspecto que tem, se nos atrai, ou mesmo pela nostalgia que nos possa infundir.

Se o produto cumpre, se o seu uso não tem sobressaltos, se diverte e o utilizador faz com ele o que pretende, o resultado será um afecto quente e positivo.

O público compra em função das imagens, das percepções psicossomáticas.

Em primeiro lugar O QUE NECESSITA, A NECESSIDADE!

Em segundo lugar o DESEJO, o que pedirá para realizar as necessidades.

Se um produto é algo fundamental para a vida e para o bem-estar, apontar para um valor de longa duração.

O produto tem que ser:

1º Atractivo. Agradável e divertido.

2º Eficiente. Que se compreenda e com um preço apropriado.

3º Equilibrado. Tem que estabelecer o equilíbrio entre os três níveis do design.

É necessário portanto sermos cuidadosos, dar tanta atenção às personalidades dos produtos, das empresas e das marcas como ao produto propriamente dito. 1e2

Os vários níveis do sistema emocional, todos eles com o mesmo papel crítico no design, no marketing e na usabilidade:

1º **Visceral**, o mais básico e imediato. O de valor relativo mais elevado.

2º **Reflexivo**, o mais durável aqui é muito importante a interacção entre o comprador e a atenção que se dá ao cliente...porque nenhum produto satisfará, por si só, toda a gente.

Estudos científicos sobre o prazer e o design, apontam 4 tipos:

1.Físico: Os prazeres do corpo (ver, som, odores, sabores e sensações tácteis).

2.Social: Deriva da interacção com todos os que nos rodeiam e combina os aspectos do uso e da reflexão.

3.Psicológico: Trata das reacções que temos e do nosso estado psicológico enquanto utilizamos o produto.

4.Idealização: Reside na reflexão sobre a experiência.

É aqui que apreciamos a estética, a qualidade e talvez o grau em que o produto melhora a nossa vida e respeita o que nos envolve. É do nível reflexivo. 3

3º Condução, a usabilidade, o gosto e prazer de utilizar.

O produto tem valor, é rentável, quando cumpre cabalmente as funções para que foi destinado e é fundamental perceber como funciona para que seja usado da melhor forma.

A EMOÇÃO e o designer.

A emoção também se releva, de forma importante, no trabalho do designer.

Um estado de alegria, de boa disposição, predispõe para a criatividade, ao contrário de um estado de ânimo inquieto impedirá a concentração desejável.

Os designers revelam, deixam gravadas nas suas obras as suas emoções, o seu estado de ânimo.

É ao experimentar orgulho pelo que fazemos que nasce a vontade melhorar! 4

Desenvolve-se um produto aperfeiçoando ou inovando e decidir a via a seguir é o desafio real do design, consistindo fundamentalmente em compreender as necessidades insatisfeitas e inarticuladas que tem o usuário final. 5

Implica tentar descobrir mesmo aquelas necessidades que as pessoas não conseguem exprimir e perceber que existem três imagens diferentes para qualquer objecto:

1. Imagem que está na cabeça do designer (modelo do designer)
2. Imagem que a pessoa tem do aparelho com o modo como ele funciona (modelo do usuário)
3. Imagem transmitida pelo produto (modelo “imagem do sistema”).

Para além disto, se procuramos um design de êxito, não há outro remédio que testá-lo e revê-lo constantemente porque se pretendemos um produto extraordinário, que mude o mundo, é necessário que quem o produza tenha sobretudo uma visão bem clara sobre tudo o que o rodeia.

“Não Poucos homens são dotados da faculdade de ver, e existem menos ainda que possuem o poder de exprimir” 6.

A opção final representa o maior risco financeiro mas é o único caminho que leva há grandeza...

Não é possível encontrar, ou produzir, algo que agrade a toda a gente!

Os problemas da comunicação contemporânea tem origem nas limitações próprias da atenção humana hoje tão dificilmente captável 7.

Mas de que modo o design pode manter a afectividade mesmo sendo a relação longa?

A resposta está na sedução!

O poder sedutor do design de certos objectos, materiais e virtuais, (pois o artificial está a deixar de se distinguir do real), transcende questões como o preço e a apresentação, tanto para os que os adquirem como para quem os usa. Para consternação de muitos, o aspecto externo de um produto é às vezes responsável por ele acrescentar ou anular a reacção do mercado. O que tem em comum é a habilidade de criar um vínculo emocional com o público provocando-lhe uma necessidade 8 e 9.

Tem que nos proporcionar prazer, passar a ser parte integrante das nossas vidas, uma interacção que nos ajuda a definir qual o lugar que ocupamos na sociedade e no mundo, como que estabelecendo uma relação de amor.

Esta interacção pessoal é a chave. O amor chega quando é merecido, ou seja, quando as características especiais de um objecto o convertem diariamente em parte da nossa vida, passando a depender dele a nossa satisfação, pela sua beleza, pelo seu comportamento, pelo componente reflexivo 10.

A EMOÇÃO no próprio produto.

E se, no design do futuro, os objectos que se criam chegarem a perceber o nosso estado emocional?

Já existem robots com emoção que são, por assim dizer, máquinas de «amor incondicional», desde logo pressionando-nos constantemente.

Um afecto, naturalmente diferente do humano que é sempre (e aí reside o interesse) imprevisível, sujeito ao erro, a impulsos emocionais (mesmo os filhos sentem pelos pais sentimentos que são duradouros ou fugazes, por exemplo, de amor, aversão, nojo e indiferença).

Não é ao experimentar orgulho pelo que fazemos que nasce a vontade melhorar? Então as emoções positivas são importantes para a aprendizagem, provocam-nos curiosidade pelo que nos rodeia; e as negativas evitam que tornemos a cair em perigo e a repetir erros, mas são as positivas que fazem com que a vida seja de facto mais valiosa.

Os robots precisarão, portanto, de ter algo semelhante à emoção humana para tomar decisões complexas. Porque nós, para as tomarmos precisamos das emoções, portanto, os sistemas artificiais que produzimos devem ter como base exemplos colhidos nos seres vivos...

Mas, de facto, entramos numa nova era. As máquinas já são inteligentes cada vez o são mais!

Estão desenvolvendo habilidades motrizes e, às tantas, terão afecto e emoções. O impacto positivo será enorme mas as consequências negativas também serão importantes.

Isto sucede com toda a tecnologia que, como uma espada de dois gumes, contém benefícios potenciais e deficiências também enormes ¹¹.

10.1.1 Imaginação e representação

Design Industrial são coisas, peças, objectos.

Como pensar os objectos?

Sabemos que o *Pensamento* pode ser definido como a medida de todas as coisas, a prova da existência.

Se os objectos não implicarem o pensamento, se não tiverem, em si, algo mais que a utilidade e a função para que foram criados, então, poderemos dizer que esses objectos *são mas não existem*.

É verdade que o objecto representa um invento da mente mas, como invenção, não pode depender de uma imaginação que se radica no sensível...

Que espécie de imaginação se deve considerar na estrutura mental do sujeito que inventa um objecto, que é representação pura do intelecto e, portanto, depende da inteligência e da razão...depende do desejo?

Assim, como a imaginação está ligada ao funcionamento do desejo, o imaginário é constituído pela junção da faculdade de construir imagens com o desejo.

O equilíbrio, ou a procura da imaginação; que não reproduz, antes inventa representações sempre novas, resulta das duas tensões entrelaçadas entre o racionalismo (a consciência trabalha por representação imaginária) e o espírito, que se deixa levar pelo dinamismo das imagens, aumentando o seu movimento e potência renovada e ascende ao sonho.

Mas a imaginação, que não reproduz imitando, não sendo reprodução servil mas produção renovada e regenerada é, assim, a concepção neo-platónica de *mimesis*.

Mesmo a duplicação deve ser entendida como abertura do espaço à ficção.

A imagem pode ultrapassar o modelo, não o representando apenas modeliza o real.

A imaginação leva-nos até à *Percepção*, e esta define-se como o acto do sujeito que organiza as suas sensações e os seus aspectos, para determinar a forma e a existência do objecto colocado à frente da *consciência*.

A percepção está situada no ponto de encontro do mundo com o “Eu”, onde se cria a possibilidade da minha existência exterior.

É uma imagem da coisa ou *impressão*, que se pode definir como todas as sensações paixões e emoções tal como se apresentam juntas à *Alma*.

Assim, o espírito dá, a si mesmo, as imagens como um bloco...

Não há um caminho na imagem mas um lugar onde ela surge.

Desenvolvendo este raciocínio temos a representação da coisa e, *Representar*, é substituir-se a uma coisa ou a uma pessoa ausente.

A imaginação representativa não faz mais que reproduzir um poder ausente do qual é sucedânea.

A imagem é, em si mesma, poder auto atestado e auto legitimado.

Representar é redobrar a presença reforçando a sua potência.

O mundo é a minha representação, representação em marcha...

Porque o pensamento cresce sempre e, este crescimento é de fora para dentro mas o resultado, provisório, é de dentro para fora.

A realidade impõe-se à representação, mas esta última condiciona-a, dá-lhe a forma lógica que é, também, uma mediação.

A representação do mundo nunca está acabada e o aprofundamento de cada representação conduz-nos à necessidade de a superarmos sempre.

O raciocínio que afirma a existência do corpóreo é que a experiência constitui a mediação indispensável estando a consciência ligada ao suporte físico e fisiológico.

10.1.2 Consciência necessidade e emoção

A *consciência* é a mediação incontornável ao acto de pensar e o pensamento é a própria base da consciência com que o homem interpreta o mundo.

Mas a consciência, acordada pelo pensamento, sobrepõe-se ao alcance prático dos sentidos.

De facto o homem ao realizar um gesto realiza um acto de pensamento. Portanto, é a acção que dá continuidade ao pensamento.

O pensamento é anterior à linguagem, verbal ou gestual, mas não se separa dela e essa linguagem é usada pelo homem, para si e para os outros.

Mesmo quando em situação expectante estamos implicados com a vontade previa de dar significado às coisa, de lhes atribuímos um sentido, uma relação, uma utilidade; estética, lúdica ou cognitiva.

Faz parte do auto-conhecimento do homem passar à análise dos objectos, dos seus fins, à exterioridade significativa do seu comportamento e às relações mútuas que os objectos estabelecem com o meio.

Por isso a vida humana não é só ideia, não é só pensamento. *É, antes de tudo, pensamento banhado pela paixão. Temos que comunicar paixão ao que projectamos.*

Projectar é viver, e só uma visão idealista nos pode fazer supor o inverso, ou seja, que permanecemos o mesmo que fomos, ou que somos sempre tal qual fomos.

O devir, o processo de desenvolvimento social, escapa à nossa vontade individual (e isto apesar de certas vontades, dada a situação prevalecente de que beneficiam, logrem imprimir uma outra direcção à história).

A necessidade comanda-nos e, em rigor, cada homem ou grupo, coloca-se a seu lado, orienta o processo e converte a lei a seu favor...

Porque necessário é tudo o que contém, dentro de si, a futuridade.

Necessário é trabalhar com os olhos no futuro.

Sendo a consciência o sentimento de “Si”, a capacidade de distinguir os objectos sensíveis, perceber e julgar a partir de dados determinados, e até mesmo julgar as coisas exteriores que se expõem sob e à mercê dos nossos sentidos, isto só pode significar que ser dotado de consciência é ser dotado de ciência.

O objecto a que nos reportamos como necessidade (como essência), não é outra coisa que a nossa própria essência só que objectivada.

Assim, pela nossa própria essência, não nos é possível abstrairmo-nos da acção com que intervimos no objecto e, portanto, a criação de um objecto, é sempre um acto de emoção, de reflexão.

A imagem que construímos é um reflexo da existência das coisas no cérebro humano o que significa que o mundo que construímos é reflectido.

O objecto não é unicamente o que produz alteração na consciência do sujeito; existe uma interioridade do cognoscente e uma interioridade do objecto.

O que nos faz criar é uma necessidade intrínseca...a necessidade de estarmos com, aqui, de sermos presentes ao outro.

Pensar o design, o design industrial, deve ser ver as coisas como uma necessidade de utilidade... mas de uma estética útil. O objecto útil pode ser um objecto parado ou, de tão pouco usado, tornado, em pouco tempo (ou já) morto.

Por muito bem conservado passará a ser um vestígio no qual passamos a projectar as nossas ideias de hoje, as preocupações, imagens e sentimentos à nossa medida.

Existirá, no entanto, sempre a substância racional como evidência do ser humano que se confronta consigo próprio, que se questiona.

Pensar é ter consciência de “Si”.

Mas a consciência de “Si” não avança com o mesmo fulgor, com a rapidez que caracteriza o tempo de hoje, em que o apelo constante à acção imediata impede o conhecimento reflexivo e a independência individual. Na medida em que o pensamento se torna inquieto mais o real se realiza e o seu limite só desaparece quando atentarmos na dimensão cósmica. Surge o ilimitado como recurso conceptual para exprimir uma real impossibilidade humana.

Ainda se pode dizer que o real é infinito e ilimitado. Tal como se pode dizer que o zero e o infinito se correspondem.

A consciência, que se não pode ver e sentir conhece o sensível e o que não o é. Ao emergir reconhece-se, em primeiro lugar, ao experienciar o mundo que a rodeia e faz vibrar.

A transformação das sensações até se tornarem percepções remete-nos para uma adaptação sensorial dos objectos, as nossas percepções.

É a consciência que surge no momento decisivo da transformação da realidade.

No animal que não evoluiu distinguindo-se qualitativamente como o homem, o que conta é o que dá satisfação ou insatisfação, prazer ou dor...a satisfação instintiva das necessidades vitais.

Em nós, a consciência surge com a subjectividade de estados gerais em via de diferenciação, quase sempre novas experiências.

A qualidade dos actos melhora numa escala de tempo incrível, para nós homens, que a sabemos medir. Assim equipado, o homem dispõe de um instrumento que tudo altera: a linguagem e concomitantemente a consciência.

Porque o homem pensa.

A questão põe-se em torno de como usar plenamente o privilégio de pensar.

É um uso que supõe o emprego da linguagem: um exercício do meio próprio para a demonstração do pensamento.

No homem, o cérebro oculta as forças anímicas as quais, para serem articuladas, necessitam da mediação do conceito e da imagem.

Pensar necessita dessa mediação.

A necessidade de estabelecer o início da cadeia de mediação que conduzem à objectividade do pensar indica a *sensação* como fonte da comunicação do homem com o mundo interior e exterior a si próprio. É na sensação que está a possibilidade de estabelecer a comunicação entre a subjectividade e o pensamento.

Evidencia-se que pensar necessita de mediação; porque pensar, como acto, é exercido, refere-se originalmente à sensação e à experiência. É a prova mais forte do materialismo.

10.1.3 Tangível e intangível

O conceito matéria surge com a mesma amplitude e significação que o real. Cabe a interrogação se não será tão real o tangível como o intangível? O futuro que fazemos, e está perante nós, não será tão real como o presente?

O homem de hoje fundamenta-se na razão científica da modernidade.

Tenta negar o seu passado mas não abandona essa herança que foi responsável pelos sucessos científicos, criou uma civilização agente e transformadora do meio natural, base teórica e prática da expansão da sociedade europeia.

A modernidade, no entanto, vê-se paradoxalmente abandonada pelos seus usufrutuários.

O homem de hoje encontra-se fora e dentro do real. Fora como objecto que ocupa espaço e sucede no tempo; como espectador. Dentro, como elemento integrante da realidade, por fruir o poder de penetrar mentalmente o real.

Mas, para além de sentir os seus produtos o homem pensa.

É ascendendo do sentimento ao pensamento que se fixa neste último e é nele que parte para regular e dar significado à actividade.

A força do pensamento e da acção pertence às gerações que se sucedem mas o humanismo não pode, por um instante que seja, abandonar a liberdade que o homem deve manter de se pensar como tal.

A Ética que exige estar presente.

Ao objecto valorizado em nós chamamos presença. Presença no sentido do que nos é presente, do conhecimento cartesiano.

Existe aqui uma contaminação afectiva do objecto que o faz *presença*.

A presença é pois o objecto que se impõe no campo da consciência deflagrando um processo que atinge a emotividade.

Se o objecto não atinge esse campo da consciência e se fica pela serventia utilitária, a presença não é atingida e fica o objecto só.

O mesmo se passa se a mente se detém sobre o objecto somente sob o ponto de vista do conhecimento; sem conteúdo estético ou afectivo, não ascendeu ao nível de presença.

Presença é, assim, um objecto valorizado em nós.

Conclui-se que os objectos de conhecimento, de fruição estética ou utilitária, tornam-se distantes e inexpressivos e, só provocando-nos emotividade, se aproximam de uma expressão que correspondente à nossa passa de facto a uma presença que é outra além da sua própria.

É o ser humano que assina com os seus próprios sentimentos o mundo das coisas que lhe são estranhas e familiares.

É pois nesta identificação com os objectos que se podem assim constituir como presença que está um dado afectivo que se desencadeia apenas em contacto com as coisas, com o mundo, com os outros seres 12.

A evolução física está em trânsito vertiginoso. A psíquica também.

Sendo o tempo para o universo, a comunicação e a propagação das interacções que nele se exercem, o tempo é assim a unidade do mundo.

A transformação universal cria essa unidade e são as estruturas de cada sistema que, garantindo a estabilidade relativa de cada região que controlam, põem freio ao tempo, não o deixando devorar tudo numa morte permanente. Mas, no entanto, nada se mantém em estabilidade absoluta 13.

Sem dúvida que as noções opostas coexistem em nós e há uma estabilidade relativa consoante a estrutura a que se pertence.

O futuro, embora não passível de tocar é, assim, sempre objectivo.

Pensemos que certas realidades como o pensamento e a energia são conhecidos de forma indirecta, pelos resultados observados.

O tangível em grande parte depende do intangível, de certas realidades que não tem as estruturas materiais com as quais a mecânica nos familiarizou.

Então não fará mais sentido a oposição entre material e imaterial...Ambos formam a parte do todo.

Com algum sentido encorajador de perspectiva futura pode-se pensar que um sentido implica sempre o seu oposto.

10.1.4 O futuro...

Pensei aqui o design com uma perspectiva de entendimento como processo, como conjunto de informações, mais do que a quantificação da forma material.

Hoje, irreversivelmente, estando cada vez mais isolados, vivemos com um sentido de exterioridade que se tenta a qualquer custo mostrar como afirmação social. Seja através da modificação exterior do corpo, quer pelo mostrar ostensivamente a nova marca ou modelo, do automóvel ou do telemóvel, ou mesmo dos meios informáticos próprios, estamos afinal a caminho e de novo da procura ansiosa, para já só latente em alguns casos, das coisas ligadas aos valores humanos e até, por vezes, exacerbadamente religiosos. Da possibilidade de gerir inteligentemente tudo isto (que será o contraponto inevitável para o tempo que decorre) depende o futuro dos que nos vão seguir. De facto tudo leva a crer que a humanidade encontrará, mais uma vez, um caminho que lhe permitirá continuar...Esse caminho, que não será fácil, implicará sempre questões, que serão agressões mas espera-se que, ao avanço veloz da tecnologia, corresponda uma evolução de consciência que contrarie a tendência trágica da humanidade descrita por Homero na *Ilíada*...Essa tendência que sempre seguimos durante todos estes séculos e hoje, como nesse tempo recuado, está sempre presente. Constatam-se a existência de múltiplos aspectos, nos objectos, nas comunicações que nos rodeiam, que estes não podem ser melhorados em maior ou menor grau, num ou noutro nível.

Só quando percebermos que todas as manifestações do design resultam de opções, feitas em nosso nome embora geralmente sem que nelas participemos, poderemos contribuir para mudar o significado do design no mundo contemporâneo. Só quando o design for correcta e adequadamente percebido, estudado e definido como algo vital para nós todos se começará a compreender de forma plena o potencial desta capacidade humana. Parece, de momento, estar a ser encontrado o caminho coerente para o design deste tempo. Na recepção do produto estão indicações sobre a direcção, sobre a mudança e constata-se que é em torno do consumidor que o designer se deve debruçar e este passou a exigir objectos mais bonitos com os quais se identifique. Funcionais mas agradáveis. O design é entendido hoje como pele do produto, como a forma. Esta foi a saída, a adaptação, que os designers encontraram, indicada pelo mercado, para a resolução dos problemas concorrenciais que resultaram de uma produção apenas direccionada para a função. Porque os produtos, ao ficarem idênticos começaram, com o tempo, a despertar menos interesse; daí a necessidade de introduzir esta diferença baseada na maneira de pensar do consumidor.

Afinal estará encontrada, verdadeiramente, a orientação correcta para o Design?

É nosso dever reflectir como e até que ponto os valores subjacentes, no design, estão de facto orientados no sentido da geração de benefícios, de servir os outros, de harmonizar preocupações ecológicas...e se, de facto, isto tudo tem viabilidade no sentido de um equilíbrio.

Estes são assuntos importantes, para estudo e desenvolvimento.

10.1.5 A economia...

O design é a arte de fazer coisas, simultaneamente belas e úteis. Tornou-se uma componente vital da economia.

A indústria e o comércio perceberam que a forma não é apenas um complemento da funcionalidade.

A ideia, do passado, era criar produtos sem defeitos com o objectivo de atingir a máxima utilidade. O que aconteceu, porém, foi que os produtos concorrentes foram ficando tão semelhantes que já nada os distinguiu. Tornou-se necessário diferenciá-los para que fossem apetecíveis.

A solução encontrada foi procurar que o produto, sem deixar de cumprir a sua função, exercesse também um efeito de atracção pela sua beleza e estilo diferente, por uma aparência que se identificasse com o consumidor.

Isto é o design de hoje. A subtil ligação entre forma e função porque, o design, sendo como se diz “a pele do produto” tem que ter um interior funcional que o justifique.

Torna-se fundamental a interdisciplinaridade.

O apelo estético está hoje em todos os lugares e coisas, influencia a economia, o produto tornou-se acessível a todas as bolsas.

O design industrial foi-se naturalmente adaptando à evolução, desde o seu nascimento com a revolução industrial.

Se a forma devia servir a função “ornamento é crime” hoje já não se vive no sentido oposto, mas de junção. Admite-se agora que a beleza passou a ser a prioridade do consumidor.

No entanto, os objectos de design passaram a ser consumidos em larga escala, o quotidiano das pessoas é mais agradável e fácil.

Adicionaram-se os valores globais do design a produtos de qualidade, criaram-se novos nichos de mercado. Se antes o design era uma produção de atelier hoje a sua produção é em escala industrial.

Os grandes designers, que desenhavam para poucos direccionam hoje o seu trabalho para as grandes empresas, as suas criações são produzidas em grande escala.

O design, por isso mesmo, ganhou um peso enorme na economia. Criatividade e tecnologia juntas dão origem a produtos irresistíveis.

Trata-se de procurar o caminho para o coração do consumidor.

Também, por isso, O design objectiva um campo ilimitado, a integração das pessoas na sociedade, como no caso dos sistemas dirigidos a cegos e amblíopes ao falarmos de “design inclusivo”.

O design de hoje é tudo o que torna o objecto mais usável e mais desejável e o que determina a vida e o trajecto positivo de um produto é o desenho. O design é imensamente democrático e um dos seus grandes objectivos é que os produtos sejam consumidos pelo maior número de pessoas que for possível.

10.1.6 O objecto: Ícone e sonho.

É necessário, cada vez mais, que os empresários e gestores tomem consciência que o design é fundamental para o sucesso das suas empresas e produtos.

O design é, deve ser, o centro das atenções no mundo dos negócios.

A vantagem competitiva está no investimento em design.

Lamenta-se a resistência de alguns empresários que ainda olham o design como algo de supérfluo.

Lamenta-se que o próprio estado, em simples registo ao nível das Finanças, não refira o design.

Uma atenção especial deve ser dada, em relação à produção radical ou “design radical”.

Para concorrer com produtores como os orientais, com custos de mão-de-obra baixos, o design tem que usar, para além da criatividade, a metodologia e gestão.

Lançam-se assim novos produtos, mesmo sem atingirem a maturidade. Comercializam-se constituindo uma diferenciação, após estudos cuidados, antecipando as tendências de mercado.

O mundo ocidental obriga-se, por isso, a estar de certo modo refém desta diferenciação.

Lembre-mos que, sem a funcionalidade, estaremos em presença do objecto destinado “só” a ser olhado, o que não sendo pouco o distingue em parte, da definição de design industrial.

A forma e a função devem estar presentes, embora em percentagens que não serão, necessariamente rígidas.

O objectivo é elevar a peça à condição de ícone e sonho de consumo. Se assim não for ela estará destinada ao esquecimento na prateleira.

É por isso que o produto depende muito mais da forma do que de outras características.

No entanto, desde Platão, o conceito mantêm-se: “...*qualquer objecto fabricado pela mão do homem, seja ele edifício, peça de mobília ou de vestuário, resiste muito mais ao tempo ou a qualquer outro agente de destruição, quando está bem trabalhado e os materiais de que é feito são de boa qualidade*”¹⁴.

Hoje, a liberdade de criação é total mas a capacidade de rejeição pelo público também não tem limites. Do jogo entre as duas forças surgem aquelas (poucas) formas que marcarão um lugar na história.

Um produto, pela diferença, pode ganhar um lugar na história; o que não quer dizer que demonstre uma imagem real da sociedade em que foi produzido.

Muitas vezes ou quase sempre essa diferença desloca-o do contexto do tempo e sociedade em que foi criado.

Por isso aquilo que pode ser confuso hoje não traduz sempre uma ausência denexo.

Pode ser a constatação de uma indiferença ao nexo.

O meu objectivo foi a aproximação, o entendimento do que nos pode propiciar felicidade enquanto observadores e usuários. Tentei obter um resultado que explicasse esta relação complexa que temos com as coisas.

Procurei, a uma certa distância, pontos de contacto entre a utilidade e o prazer, recolhendo para isso opiniões diversas.

Fascinou-me divulgar esta inquietação porque entendo que é uma preocupação de todos, sendo importante tomar consciência que a coisa, o produto, não se fica pela execução, que se revela atingindo o seu fim, ao ser usado, utilizado, finalmente presente ao mundo e à sua opinião.

Porque os produtos devem obter o reconhecimento das pessoas.

Porque pensar (como filosofar), faz-se sempre a partir do presente, no presente.

Notas

1- “Marcas particulares produzem uma resposta emocional que atrai ou afasta o consumidor. As marcas adquiriram uma representação emocional”.

NORMAN, Donald A., *El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005. p77

2- “As marcas tratam de emoções e as emoções tratam da faculdade do juízo. As marcas são os significantes das nossas relações emocionais e isto explica a sua importância no mundo comercial”.

NORMAN, Donald A. *El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005. p78

3-” Design reflexivo é quando pensamos nas vantagens e inconvenientes. É o mais sensível à diferença cultural, à experiência, educação e diferenças individuais. O designer tem que conhecer o público para uma correcta orientação do seu produto. A fragilidade do aspecto reflexivo do design tem a ver com a inconstância: o que se gosta hoje pode não se gostar amanhã. Os produtos dependem sempre da “fashion”; do estilo; da moda; do que está em voga. Isto significa que, perante o design existem gostos diferentes e, por isso, o nível reflexivo pode anular os outros. A única forma de contemplar uma extensa variedade de necessidades e preferências é termos uma oferta que seja variada e ampla. Dispor de muitas categorias de produtos significa especialização sendo que cada objecto é entendido como particular, destinado a um público diferente”. NORMAN, Donald A., *El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005. pp51a57

4-” As emoções são a nossa inteligência activa”. NORMAN, Donald A., *El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005. P192

5- “As pessoas apaixonam-se pelo que lhes pertence, os serviços que utilizam, as experiências que a vida lhes oferece”.

NORMAN, Donald A., *El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005. P249

6- BAUDELAIRE, Charles, *O Pintor da Vida Moderna*, Ed. Vega, 3ª Edição, Lisboa, 2004, p. 20

7-“Esses problemas existem. Por exemplo ao falarmos com amigos ao telemóvel fazemo-lo com a atenção sempre dividida, isto é o nosso quotidiano. Parte da tecnologia de hoje é uma tecnologia que interage com aspectos sociais. Necessitamos de tecnologias que nos ofereçam riqueza, novas potencialidades, mas precisamos de recuperar o controle das nossas vidas...para evitarmos frustrações e alienação por afastamento físico dos nossos colegas, amigos e familiares”.

NORMAN, Donald A., *El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005. P183 a 185

8- “Existem 3 passos básicos para conseguir essa relação duradoura:

-Atracção chamando a atenção.

-Denotar uma novidade que surpreenda.

-Ir além das necessidades e expectativas óbvias”.

NORMAN, Donald A., *El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005. P135

9- “O design que nos é mais apropriado é funcional e estético. Está em harmonia com o nosso estilo de vida individual porque só nos vinculamos mesmo a coisas que são pessoais”.

NORMAN, Donald A., *El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005. P257

10- ”A sedução é um processo. Dá origem a uma experiência rica e cativadora que perdura pelo tempo. Necessária é, sem dúvida, uma certa atracção inicial mas o segredo, e é aqui que fracassam certos produtos, consiste em manter a relação depois do entusiasmo inicial”.

NORMAN, Donald A., *El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005. P137

11- “Tenho uma grande fé na sociedade e estou convencido de que alcançaremos uma solução sensata com as tecnologias. Nos primeiros anos da implementação de qualquer tecnologia os inconvenientes, demasiado evidentes igualam a potencialidade das aplicações gerando aquela relação de amor-ódio que até, por vezes, fazem com que nos desliguemos dessas novas tecnologias. Com o tempo, com o design melhorado da tecnologia, com o modo como se emprega, é possível minimizar esse ódio transformando-o em relação de amor”.

NORMAN, Donald A., *El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objectos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005. P186

12-“A presença constitui-se pela convergência e contiguidade espacial de vários seres (um com o outro, pelo menos) de tal modo que nessa convergência ou contiguidade o elemento afectivo se deflagre e justifique a noção espiritual de que nos ocupamos” p.251 FERREIRA, Alberto, *Real e Realidade I*, Editorial Inova, Porto.

13-“O devir, forma geral de manifestação do tempo, quebra o isolamento relativo de cada nível e processa a sua transformação.

A instabilidade é o substrato da realidade mas cada nível ou região fica estável dentro do seu sistema de relações estruturais.

Para que um sistema passe a um outro, para que o idêntico transite ao diverso, é necessário que as múltiplas acções energéticas se verifiquem”. p. 247 FERREIRA, Alberto, *Real e Realidade I*, Editorial Inova, Porto.

14- PLATÃO, *A República I*, Guimarães Editores, Lisboa, 1965, p.114

Anexo J – Bibliografia

BAUDELAIRE, Charles, *O Pintor da Vida Moderna*, Ed. Vega, 3ª Edição, Lisboa, 2004

FERREIRA, Alberto, *Real e Realidade I*, Editorial Inova, Porto.

LAVAUD, Laurent, *L'Image*, GF Flammarion, 1999.

NORMAN, Donald A., *Emotional Design (Why We Love (or Hate) Everyday Things)*, Public. original Basic Books, A Member of Perseus Books Group, New York, 2004.

Versão espanhola:

NORMAN, Donald A. ,*El Diseño Emocional (Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos)*, Paidós Ibérica, S. A., Barcelona 2005.

PLATÃO, *A República I*, Guimarães Editores, Lisboa, 1965

Anexo K – Entrevistas escritas

Consciência e design

11.1

Prof. Dr. José Manuel Mendonça 1

Introdução

Hoje o acesso ao conhecimento é uma necessidade imperativa, uma obrigação que compete a todos.

A ele deve ainda ser dada continuidade, convertendo esses ganhos em produção efectiva, de objectivos pré-estabelecidos, convenientemente estudados.

Esta é a realidade nos países que atempadamente inovam, para a frente, continuamente, inquietos e insatisfeitos, promovendo o empreendedorismo com constância e empenho.

Atrasados comparativamente ao resto da Europa antes de 1974, não conseguimos sequer manter a diferença depois, nem mesmo após a integração na Europa.

A diferença negativa cresceu, ficamos satisfeitos e acomodados com o pouco que se foi fazendo, a ver os outros ganharem avanços.

Não tivemos a capacidade de prever, de sentir a mudança que se processava e assim não conseguimos acompanhar o crescimento dos outros países.

Tomar como exemplo os países nórdicos pode até ser forçado, eles que tão bem exprimem como se deve programar e promover mudanças atempadas.

Nós não conseguimos encaminhar, sequer razoavelmente, as verbas de apoio da União Europeia que, apenas serviram para melhorar um pouco os equipamentos, melhorar a produção existente e só em casos muito raros inovar e modificar.

A situação hoje é particularmente grave, em alguns casos de agonia, como nos sectores têxtil e do calçado.

Podemos e devemos contrariar este estado de coisas. Para isso só precisamos de usar o que temos: Carácter e capacidade.

Às empresas, isoladas ou agrupadas, com o apoio das Entidades Estatais, exige-se que criem sectores de inovação, que usem os valores que vão saindo das nossas universidades: licenciados, mestres e doutores.

Temos que ser empreendedores-agora!

F.B.S. -*A luta impossível?* Aos apoios recebidos as empresas responderam consumindo-os, geralmente, de forma errada. Não perceberam que a sua utilização deveria ser no sentido da criação de novas ideias, ou da reconversão, do apetrechamento com vista à sua concretização. Será possível fazer com que a maioria dos nossos empresários entendam isto? Particularmente os que, cada vez mais inquietos, teimosamente ainda insistem em produzir produtos que, com dificuldade crescente, dia após dia, procuram colocar no mercado?

J.M.M. -O modelo de competição baseada em baixos custos de mão-de-obra não deixou de repente de ser eficaz. Foi pouco a pouco que a Europa, primeiro, e Portugal, depois, deixaram de poder basear a sua economia em negócios de menor valor acrescentado e na competição pelo custo.

Algumas empresas tiveram liderança, visão estratégica, capacidade de gestão e foram capazes de, em tempo, identificar os seus pontos fortes e fracos. Foram capazes de perceber que o triângulo custo-tempo-qualidade era condição necessária mas não suficiente de competitividade. Que a eficiência da máquina produtiva (porque, de facto, Portugal “faz bem”) em muitos negócios de subcontratação não garantia o futuro.

Perceberam a tempo que a diferenciação através da inovação aumentava o valor dos produtos e serviços e alavancava a penetração em mercados e negócios mais exigentes. Assim, escolheram os parceiros correctos para os negócios do futuro e fugiram das actividades de fabrico e negócio baseadas em recursos – cada vez mais escassos e caros – para as actividades baseadas em conhecimento: das tecnologias do futuro, dos nichos de mercado emergentes, dos parceiros no mercado global.

Os que não perceberam a tempo as mudanças ou enterraram a cabeça na areia explorando as mais valias dos modelos de negócio agonizantes enquanto elas duravam, sem um esboço, sem um rasgo, sem uma atitude inconformada não são gestores, muito menos empresários. Às tantas temos é menos gestores e empresários do que pensávamos que tínhamos...

F.B.S. – *A tomada de consciência.* Tomar consciência da realidade é pensar em Design, em Inovação. As empresas só podem competir enfrentando o risco, umas vezes perdendo outras ganhando. Aos nossos empresários compete captar novos investidores, seduzindo capital de risco. Sendo isto tão difícil de perceber para tantos, como vê a possibilidade de consciencializar os nossos empresários, desta necessidade?

J.M.M. -As grandes empresas e os grandes grupos empresariais têm o seu financiamento sempre assegurado: ou geram recursos financeiros excedentes através dos seus negócios actuais, que podem investir nos negócios de futuro, e/ou são naturalmente atractivos para a banca, para a bolsa ou para parceiros financeiros.

Para as PME's é bastante mais complicado assegurar financiamento se as empresas ou os empresários não oferecerem garantias reais. As dificuldades de acesso ao capital de risco, sobretudo no caso de novas empresas de base tecnológica, resultam muitas vezes das dificuldades dos investidores levarem a cabo o “due-dilligence” tecnológico e de mercado.

Quando não conhecem as tecnologias, os nichos de mercado, a concorrência e sobretudo quando os negócios são baseados em intangíveis, como por exemplo “acrescentar valor a moléculas” ou “vender um kit de diagnóstico de uma doença rara”, a percepção é de elevado investimento e alto risco em algo que nem sequer se entende o que é.

Mas os problemas podem resultar também da dificuldade do dono da ideia e do negócio inovador em ter de aceitar um accionista estranho na “sua empresa”; ou de ter de negociar acordos de saída; ou mesmo de ter de vender para partir para outra. Isto acontece quando a empresa é de um dono e não de um empresário.

F.B.S. – *Empregabilidade*. As nossas universidades formam, ano após ano, novos elementos vocacionados e motivados. Havendo tanto a fazer eles não são demais. O bom caminho depende da sua empregabilidade. Isto, por sua vez, só será possível com a junção de todas as partes do processo: Entidades Estatais + Empresas + Universidade. É incontornável, juntos temos que superar o ‘Vale da Morte’ o fosso cavado entre a Ciência e a Produção. Isso tem que ser conseguido, com urgência, para que não se agrave o problema da perda sucessiva de novas competências: Licenciados que saem do País ou se perdem em empregos alternativos. Como comenta esta questão?

J.M.M. -O problema está na procura e no valor que essa procura atribui à inovação, à tecnologia, à gestão... e, naturalmente, aos quadros que trazem os conhecimentos e as competências necessárias para dentro das empresas. A procura é que é pequena.

São mais procurados os financeiros, os gestores de recursos humanos ou os vendedores. Em muitos negócios de subcontratação da produção em produtos intensivos em mão-de-obra de custos baixos, sem design e sem engenharia, o conhecimento da tecnologia limitava-se ao bastante para fazer funcionar as máquinas e equipamentos produtivos sem grande esforço competitivo.

Por vezes seriam necessárias competências para o “procurement” de tecnologias de produção, mas muito raramente em design, engenharia de produto ou de processo. Só aumentará a procura de recursos qualificados em áreas tecnológicas e em inovação quando a tecnologia e a inovação forem vistas pelas empresas como factores determinantes da sua competitividade. Quando se consciencializarem que tecnologia e inovação estão na base da transformação dos seus modelos de negócio de acordo com as exigências dos mercados e antecipando-se à concorrência. E quando considerarem os gastos em tecnologia e inovação como um investimento e não como um custo.

F.B.S. – *O criador e a emoção*.

Um produto, ao ser lançado no mercado, afecta-nos. Percepcionamo-lo, emociona-nos ou não, mas nunca passa sem que algo se altere. Emocionar é função do Marketing, um dos seus objectivos. Quem cria um produto é sempre afectado por ele, deixa-se envolver desde a concepção até à sua concretização. Basicamente podemos considerar dois trajectos possíveis de produção: Copiando e inovando tomando como base o existente, partindo de modelos colhidos em certames ou feiras, nacionais e internacionais (acção que se justifica mesmo pelo facto de actuarmos sobre produtos já validados pelo mercado) ... Ou então, como outro percurso, partir de uma ideia realmente ‘original’.

Voltando ao aspecto da emoção de quem cria, qual das duas vias lhe parece mais gratificante ou, então, será que ambas podem originar satisfações idênticas?

J.M.M. -A inovação radical, que surge de uma invenção original, de base tecnológica é de alto risco e alta recompensa. Necessita de ser protegida por uma patente é a base de um novo negócio. Alto risco trás adrenalina e a paixão da paternidade.

A inovação incremental, partindo do existente, copiando, adaptando e melhorando a tecnologia e a organização actual é de baixo risco e menor recompensa. É sustentada, mas muitas vezes invisível.

No modelo do KAIZEN (melhoria contínua) estes dois tipos de inovação coexistem e complementam-se e as boas empresas levam a cabo processos e avanços de tipo incremental e radical nos seus produtos, processos e serviços.

Importante é a invenção, mas mais importante é transformá-la em negócio.

A Philips inventou a tecnologia de leitura/escrita laser de um CD, mas foi a Sony que mais rapidamente fez dinheiro com essa tecnologia...

F.B.S. – *Inovações*. Um produto pode resultar de um estudo de mercado, das suas necessidades, remeter-nos mesmo para uma relação mais estreita com os próprios afectos das pessoas. Ou também pode ser uma opção de projectar para o futuro, bem para a frente, o que se chama ‘inovação radical’.

Temos vários exemplos deste tipo de produção: desde o telefone até, na mesma linha, ao telemóvel.

Será que criar para o futuro pode entrar em conflito com a Ética, por exemplo, nas situações em que a criatividade está ao serviço de campos menos positivos em termos morais? Sem dúvida que sim. Parece-lhe que o homem será capaz de manter o equilíbrio entre a evolução, tão rápida, e os valores que a Ética consagra?

J.M.M. – Em muitas áreas de fronteira ligadas à vida humana (engenharia genética, transgénicos, segurança alimentar, etc.) ou à vida em sociedade (confidencialidade de informação versus segurança de pessoas e bens) surgem conflitos.

A forma de tratar os problemas éticos depende do nível de educação e cultura da sociedade... Por exemplo, as empresas europeias têm de se bater com as asiáticas que têm custos de mão-de-obra inferiores. Mas isto é só parte do problema, porque também não têm custos sociais nem ambientais, que na Europa são, por escolha social, pesados. Isto cria problemas de concorrência desleal, de facto, entre empresas, entre regiões, entre países.

Mas será que os europeus e os americanos têm superioridade moral para impôr modelos de desenvolvimento diferentes dos que seguiram aos novos países para preservar o planeta, quando o não fizeram quando foi a sua vez de se desenvolver? Ou pouco ou nada fazem ainda hoje, como no caso das posições americanas quanto aos acordos de Kyoto?

F.B.S. – *Criar individual ou colectivamente...*

Desde Platão, para quem o homem, ao criar, era possuído por um dom superior, até aos nossos dias, em que a Criatividade é definida como uma capacidade infinita de estabelecer relações entre várias coisas e ir, cada vez mais longe, na descoberta de novas realidades, que se podem equacionar factores como imediatismo individual ou estudo a partir das ideias de vários intervenientes.

Sendo assim que dizer sobre a noção de ‘intuição’, de ‘chispa’ que, subitamente inspira a ideia de uma nova opção... e isto sem a explicação da associação de ideias ou aprendizagem por tentativa e erro. A criatividade parece ser, assim, primeiramente individual, como resultado da ‘nossa condição’. Se assim é, só após a exposição da ideia é que haverá espaço para novos intervenientes, especialistas das múltiplas áreas, que possibilitam a realização do produto.

Que tem a dizer sobre este processo do qual está ausente o diálogo, desde o início, sem hipótese de ouvir outras opiniões?

J.M.M. – A criatividade é tornada operacional pela tecnologia e da interacção entre criatividade e tecnologia surgem progressos em ambas. Este processo iterativo evoluiu muito desde o início das sociedades.

Vejamos o que se passou em três momentos importantes para o processo criativo, para a tecnologia e para os negócios.

No tempo do Da Vinci, o génio de Leonardo trabalhava só, desenhando e projectando máquinas e artefactos que nunca construiu porque a inquisição não acharia graça nenhuma, mas também porque não havia tecnologia capaz de o fazer. Há poucos anos foi construída na Noruega uma ponte desenhada por Da Vinci com o recurso aos mais modernos materiais compósitos. Nessa época não havia sentido comercial para os inventos, apenas o de utilidade, e a criatividade estava muito além da tecnologia.

Thomas Edison geria um grupo de umas dezenas de pessoas que com ele trabalhavam em tecnologia com propósitos de utilização comercial, como a da empresa Edison Light Corporation, a primeira empresa do mundo que produzia e vendia energia eléctrica. A tecnologia e a criatividade andavam de mãos dadas e Edison chegava a anunciar as suas invenções à imprensa, antes mesmo de ter chegado aos resultados finais, para se pressionar no trabalho e a toda a equipa.

No tempo do Bill Gates, as grandes invenções são o resultado do trabalho de dezenas ou centenas de pessoas. As equipas são enormes e, por vezes, uma equipa chega pouco antes de outra ao mesmo resultado. Os investimentos são enormes e a motivação para a exploração comercial dos resultados também. A criatividade é suportada por tecnologia muito à frente das capacidades individuais.

Senão vejamos: qual é a percentagem das funcionalidades do portátil em que escrevo este texto que cada um de nós é capaz de dominar cabalmente. Cinco por cento? Dez? Talvez até menos...

Conclusão

As questões colocadas foram, naturalmente, desenvolvidos de forma esclarecedora, pelo Professor Doutor José Manuel Mendonça. Conclui-se que temos, de facto, menos gestores e empresários do que pensávamos porque, para serem entendidos como tal, deveriam ter percebido, atempadamente, que a competição pelo custo, pelo baixo custo da mão-de-obra, deixou de ser eficaz. Isto é tanto mais verdade como se percebe que esta realidade foi um processo progressivo, primeiro a nível europeu e depois, como sempre acontece em todas as áreas, em Portugal. Aqueles que prosseguiram as suas explorações baseados em modelos sem futuro, sem tentarem a mudança, pertencem a esse grupo, afinal vasto, de gestores e empresários que não são merecedores dessa responsabilidade.

Mas temos os outros, os de sucesso que, identificando os seus pontos fracos, perceberam que a diferença estava no incremento da inovação e, por via dela, poderiam penetrar em mercados, em negócios, que nunca poderiam alcançar se continuassem baseados na máquina produtiva (que é boa, e por isso indutora de erros de percepção).

Quanto aos aspectos de financiamento, coloca duas situações:

A primeira diz respeito às grandes empresas, ou grupos empresariais, para os quais este problema não se coloca; isto porque os negócios que desenvolvem por um lado geram por si meios financeiros excedentes e, portanto, estão em posição de investir no futuro e, por outro lado, posicionam-se de forma atractiva para os financiadores.

A situação é bem diferente para as PME's.

Para estas, se os empresários ou as empresas não oferecem garantias reais, são difíceis os progressos no sentido da obtenção do capital de risco.

E esse capital de risco afasta-se ainda mais quando os financiadores não entendem o negócio que se propõe, por exemplo, quando desconhecem a tecnologia proposta.

Outro problema, não menos importante, surge quando a empresa é de um só dono e não de um empresário, que são coisas diferentes.

O dono reage quase sempre de forma negativa à ideia de aceitar um accionista estranho à sua empresa; ou negociar acordos de saída; ou, no limite (que pode ser a solução), ter de vender para começar de novo.

As empresas só podem evoluir se compreenderem que necessitam de especialistas em Inovação, Tecnologia e Gestão.

Só o farão se entenderem que a sua competitividade depende de factores determinantes como a Tecnologia e a Inovação.

Devem deixar de colocar em primeiro plano os financeiros, os gestores de recursos humanos e os vendedores.

A situação só mudará, positivamente, quando as empresas tomarem consciência que Tecnologia e Inovação foram sempre e hoje mais do que nunca, por necessidade imperiosa, a via de transformação de modelos de negócio, dos seus modelos de negócio, perante as exigências dos mercados...e assim anteciparem-se à concorrência.

Só quando concluírem, acertadamente, que os gastos em Tecnologia e Inovação são, de facto, um investimento e não um custo estarão no caminho certo e único possível.

Quanto à Criatividade, para a tornar operacional, para que o progresso surja, é necessário continuar com a sua insistente anexação à Tecnologia.

Temos vários momentos importantes que são explicados nesta entrevista.

Em Leonardo Da Vinci, a criatividade estava muito à frente da tecnologia.

Muitas, ou quase todas as suas ideias foram impossíveis de concretizar. Ainda por cima, na época não havia o sentido comercial para suportar esses inventos. A preocupação era imediata, limitava-se à utilidade.

A tecnologia e a criatividade reiteradas, desde sempre, foram de facto trabalhadas com o propósito comercial, de forma exemplar com Thomas Edison (A Edison Light Corporation como a primeira empresa a produzir e vender energia eléctrica).

As grandes invenções são hoje o resultado de dezenas ou mesmo centenas de pessoas (Bill Gates, por exemplo).

Os investimentos são enormes e motivam a explosão comercial dos resultados. A criatividade é suportada. A tecnologia está hoje muito avançada em relação às capacidades individuais.

Nós próprios usamos, no dia a dia, equipamentos cujas potencialidades usamos em percentagem diminuta, desaproveitamo-los por incapacidade própria.

Mas, a verdade é que, em tudo isto existe uma enorme emoção:

A paixão da paternidade que implica transformar uma invenção em negócio!

O risco também.

O alto risco que traz a adrenalina e essa paixão da paternidade.

A Inovação Radical, que precisa de ser protegida por patente, é o alto risco e a base do novo negócio e trás consigo, como é óbvio, a alta recompensa!

Pelo outro lado, partindo do existente, copiando ou adaptando, temos a Inovação Incremental. Esta, de baixo risco, é menos compensadora. Sustenta-se, é invisível.

O modelo KAISEN, ou melhoria contínua, é a coexistência e a complementaridade dos dois modelos de Inovação anteriores.

O importante é a Invenção.

Mais importante, ainda, é transformar a Invenção em Negócio!

Vivemos um tempo de conflito entre empresas, regiões e países.

Isto deve-se, em grande parte, a factos como a concorrência impossível ao nível da mão-de-obra entre as empresas europeias e asiáticas, aos quais devemos adicionar os aspectos ligados aos sistemas de custos sociais e ambientais que nós, por escolha social, temos muito pesados comparativamente.

A concorrência, assim desleal, coloca-nos perante um problema de ética que depende do nível cultural da sociedade, da educação...

Nós, europeus e americanos não temos uma superioridade moral que nos permita impor modelos a países em vias de desenvolvimento porque, na altura em que poderíamos ter escolhido o caminho certo, não o fizemos e, mesmo hoje, fugimos a essa responsabilidade como temos um bom exemplo na USA/Kyoto que diz respeito claramente à perservação do planeta.

Questões em aberto mas solucionáveis como parece indicar o interesse e disposição, finalmente desperto, de todos, porque temos que ter consciência de que se trata, hoje, de uma mobilização num único sentido possível.

11.2

Prof. Dr. Joaquim M. Sabino Domingues 2

Introdução

A Tecnologia está sempre adiantada relativamente ao uso que lhe podemos dar, ao nosso entendimento...e tem que estar!

Isso é sinal de evolução e resulta do impulso inovador.

Qualquer equipamento que adquirimos é “convenientemente” acompanhado por instruções, simples, por características técnicas técnicas elementares.

Informações que motivem e sejam entendíveis pelo usuário comum.

Os fabricantes informam, assim, a generalidade.

Não incluem nesse dossier a parte interna do produto e, mesmo que o fizessem, por preparação, a maioria não entenderia esse tipo de informação. Há, portanto, uma parte importante que nos escapa.

A possibilidade de utilização completa nunca é atingida.

As inúmeras tecnologias, super especialidades, escapam portanto ao nosso entendimento.

É-nos impossível usar as potencialidades, subaproveitamos o que adquirimos.

Por isso é importante que todos avancemos em termos de conhecimento como fundamento e justificação para viver.

A outra via será a de, constantemente, perguntarmos o “porquê” de tudo o que nos rodeia e escapa ao entendimento, ao uso possível.

O tema desta entrevista é a Tecnologia.

Pretende-se saber o que pensam os alunos professores, investigadores.

A criatividade, a inovação, influenciam e motivam o estudante?

A Tecnologia emociona e é assim gratificante para quem a exerce?

Vejamos a opinião do ilustre entrevistado, professor, observador atento desta problemática.

F.B.S. -Hoje, mais do que nunca, fala-se em Inovação e em desenvolvimento de novos produtos.

Em sua opinião estas questões influenciam e motivam o aluno de Engenharia?

J.M.S.D. -Sim é um facto. Sinto os alunos particularmente atraídos por tudo o que é novidade, tudo o que não é tradicional. Acho que a juventude actual compreende, pelo efeito do crescimento demográfico e da concorrência daí resultante, que é necessário deter o conhecimento mais avançado e desenvolver o espírito criativo.

F.B.S. -O exercício da Engenharia deve ser orientado para proporcionar uma vida melhor a todos, portanto deve ser exercida com consciência... Comente por favor.

J.M.S.D. -Interpreto esta questão como referindo-se à consciência cívica. O produto da actividade do Engenheiro é, em geral, um bem para terceiros. Mas também há o lado perverso. A produção de veículos poluentes, a construção de uma ponte com forte impacto ambiental ou a produção de armas são exemplos de como os equipamentos construídos pelo Engenheiro podem também causar grandes prejuízos ao próprio homem. No ensino superior politécnico onde exerço as minhas funções docentes discutem-se com frequência estas questões. Para além do ensino estritamente profissional, as escolas, e em particular as do ensino superior, devem também concentrar-se na formação do Homem como elemento integrante e responsável da Sociedade.

F.B.S. -Fala-se em Inovação Radical e em Inovação Gradual.

Criar, de forma radical, é fazer propostas às pessoas sem antecipadamente ir ver o que quer o cliente...

Parece-lhe ser esta a melhor forma de trabalhar, lidar com o risco, uma ideia prospectiva do futuro?

J.M.S.D. -Não me parece, mas há que esclarecer o seguinte. Muitas vezes o cliente quer, mas não sabe, ou não tem consciência, do que quer.

Dou o exemplo do computador pessoal que hoje todos usamos. Se há 30 anos atrás tivesse sido feita uma sondagem de opinião sobre a necessidade de possuir um computador pessoal na casa de cada um, estou convencido de que a resposta não levaria à previsão certa de que realmente aconteceu.

O criador tem assim que se preocupar com as necessidades das pessoas, com o que vem ao encontro da sua melhoria de vida, e não necessariamente com aquilo que as pessoas, em geral, manifestam querer.

Conclusão

Na opinião do Professor Doutor Joaquim Sabino, o Ensino Superior de Engenharia, promove e incentiva a discussão entre os futuros engenheiros, sobre questões como a formação do Homem, enquanto elemento responsável perante a sociedade, ou seja, em torno de fundamentos como a Consciência e a Ética.

Esse sentido de Consciência deve ser baseado na procura motivadora e sistemática do conhecimento e do estudo, profundo, das questões a desenvolver; para, desse modo, o engenheiro poder orientar e produzir ao encontro das necessidades das pessoas e, se possível, lhes proporcionar uma vida melhor.

O estudante de hoje sabe que, sente como necessidade, desenvolver um conhecimento avançado. Já não lhe basta estar atento, em actualização permanente.

Tem que olhar mais à frente, tem que pensar em Inovação...em surpreender os outros com Consciência.

11.3

Mestre Roberto Manuel Ferreira Marques Rodrigues 3

Introdução

A Informática, entendida de forma ampla, é criatividade, está ligada ao Marketing e ao Design, seja Design de Comunicação ou Modelação e Protótipagem, justificando-se as questões que aqui são colocadas, sob a forma de entrevista escrita, que são de ordem cultural, de ética e de ensino. Vivemos simultaneamente com o real e o virtual. Os nossos sonhos deixam de o ser, em tempo real podem ser mostrados a todos e a todo o mundo! O novo paradigma, que se vai construindo, tem como limite o infinito. Não se fixa, a sua dimensão é global, transporta um sentido de liberdade diferente que nos obriga a repensar a ética, para ser possível evitar situações de abuso de poder que as novas possibilidades transportam.

Para uma imensa quantidade de pessoas a confusão está instalada. Em especial nas faixas etárias mais jovens, com a sua sede de descoberta, devido à velocidade com que a informação lhes chega, por tudo o que isto têm de lúdico. Não podemos duvidar que a sociedade está obrigada a uma intervenção que deve começar, desde logo, pela família e nos primeiros anos escolares. Os nossos jovens não podem crescer sem orientação. Absorvem tudo, até ao exagero e em qualquer sentido toda a informação disponível. E é sobre o mau uso, e exagero, que devemos reflectir. Desta situação decorre em muitos casos uma perda de competências como a capacidade de concentração e alguns valores, fundamentais, da esfera social, provocados por um crescimento imaturo que deriva, principalmente, da ausência parcial ou total de contacto real com os outros. De facto, vão sendo visíveis grupos de indivíduos isolados, fechados neles próprios, afastados da família, somente em contacto virtual com tudo o que os rodeia...

F.B.S.-Como perceber esta nova democracia que está ligada à Internet e de um modo geral aos novos meios à nossa disposição? Como exercer uma Ética que nos deixe usufruir esta liberdade?

R.F.M.-Por definição, Ética é um conjunto de princípios e valores que guiam e orientam as relações humanas. No entanto, os novos meios de comunicação e principalmente a Internet, introduziram novas formas de relacionamento humano e um novo conceito de comunicação, *a comunicação instantânea*. Basta ter o equipamento adequado e em segundos pode fazer passar uma mensagem para alguém que se encontra a milhares de quilómetros de distância.

A Internet trouxe também outro “conceito” interessante, o conceito de *anonimato*. Nada é o que parece na Internet. E sendo a Internet utilizada pelos humanos, tudo o que existe na chamada sociedade real foi transposto para a nova sociedade virtual que foi criada na Internet. Sem restrições de nacionalidade, sem limitações geográficas, sem limitações políticas, logo sem nenhum controlo por alguma entidade. Sendo assim, será possível usufruir desta nova liberdade quando não existe um controlo real sobre os conteúdos disponibilizados e sobre as “pessoas” com que contactamos? Na minha opinião, esse é o exercício de liberdade suprema na Internet. Informação é poder. Essa deve ser a ética exercida. Ou seja, apesar de tudo, existem entidades que orientam os internautas. Essas entidades disponibilizam serviços através dos quais mesmo o internauta mais incauto fica protegido dos perigos da Internet. Se o internauta seguir as regras, então poderá utilizar este “novo” meio à sua disposição. Mas se optar por não seguir as regras e quiser ver como é o outro lado, não existe forma de o impedir, além da sua própria consciência e dos seus valores morais.

Na realidade, e no fundo, quer na vida real, quer na vida virtual, a Educação é liberdade e o Conhecimento é poder.

F.B.S.-Poderemos entender esta vertigem e esforçarmo-nos por ir vendo o mundo com o olhar dos jovens, ajudá-los, para que possam viver melhor agora e ficarem preparados para aceitar o que vai chegando, cujos limites e conteúdos nós próprios desconhecemos?

R.F.M.-Os jovens, pelo menos nas sociedades ocidentais, tendem a desconfiar dos conselhos e avisos dos mais velhos. Por outro lado, os mais velhos tendem a olhar com desconfiança para as propostas e estilo de vida dos mais novos. A vantagem deste “novo mundo” é que este muda tão depressa que é difícil conseguir acompanhar as mudanças e os novos desafios que estas mudanças acarretam, quer em termos tecnológicos, quer em termos sociais. É possível vermos o mundo através dos olhos dos jovens? Cada vez mais o fosso entre as gerações se torna maior e mesmo dentro dos adolescentes, as diferenças de mentalidade entre aqueles que estão no início e no fim da adolescência são deveras evidentes.

Não é possível ver o mundo através dos seus olhos, mas é possível compreender as ansiedades e problemas que os jovens enfrentam. E olhando para essas ansiedades é possível enquadrá-las e desta forma prepara-los para o futuro.

F.B.S.-Que tem a dizer sobre o que pode ser uma nova consciência profissional para todos, educadores e profissionais das várias áreas e, se tudo é, pode ser entendido como Design, qual a Consciência no seu exercício?

R.F.M.-Sendo a Consciência a faculdade de estabelecer julgamentos morais dos actos realizados, é necessário compreender que a moralidade está ligada a uma sociedade e a um determinado período de tempo. Por outro lado, numa análise generalista, o objectivo do Design é a criação de itens funcionais sempre com o objectivo de melhorar a condição humana. Neste novo mundo de comunicação ultra-rápida e impessoal, cada acção que nós tomamos é vigiada e observada de perto pelos jovens. O que nós fazemos pode ser rapidamente retirado do contexto e extrapolado. Qual é então o nosso dever? O que devemos fazer? A Internet e os meios de comunicação são apenas uma ferramenta, como os livros foram antes. Deve estar ao nosso lado e não ser nosso adversário. Devemos ser capazes de a utilizar e de a dominar. Não ao nível tecnológico pois esta tecnologia muda muito rapidamente, mas *ao nível dos conteúdos*.

É aí que reside a nossa capacidade de utilização do Design, a criação, a utilização da tecnologia para criar algo de novo. E com a Consciência que esta tecnologia está a ser utilizada para o bem de todos.

Utilizando estas novas tecnologias como uma ferramenta, estamos cientes das suas potencialidades e não as podemos ver como uma solução para todos os problemas.

Conclusão

E desta entrevista, com o Mestre Roberto Ferreira Marques, podemos concluir que: Cada um tem a sua própria Consciência ou seja, age conscientemente, mesmo por sentimento espontâneo, diferentemente de todos os outros. Porque Consciência é a faculdade que tem a Razão (que liga o saber ao realizar) de julgar os próprios actos. Como que de auto crítica se trate. Desde logo depende da formação, do que é bom ou mau para cada um de nós. Quando se cria é portanto apenas a Consciência de cada um que limita essa liberdade ou que exerce uma função critica, travando o que poderia ser o exagero de substituir ou preencher o “lugar impossível de Deus”. Assim, uma moralidade contemporânea será, como diz HUME, mais um sentimento, mais sentida, do que o resultado de um juízo...Hoje agimos mais que nunca, reagimos ao que se nos apresenta, baseados nas sensações, no sentimento, nas emoções. A nossa relação com o outro, sendo uma necessidade tem o sentido da verdade. A moralidade, esse sentimento moral, não sendo convencional é, em si, a única virtude possível hoje. Sabendo que o excesso é o contrário do comedimento mas é a sua justificação. Outra vez o bem e o mal... a Ética, que não se distingue da moral.

Nós somos a nossa própria circunstância, o instante, o tempo em que vivemos, mas devemos, sempre, pensar em ir mais além. Esse almejar mais é, em si, a própria dignidade humana. O sentido da alegoria, da efemeridade das coisas, a sujeição ao desgaste do tempo, leva-nos a reflectir sobre o facto de não vivermos já apenas em torno de um centro; hoje existem múltiplos centros e é esta dispersão que a alegoria torna evidente ao sugerir que todas as coisas podem reenviar a quaisquer outras. Mais que nunca, no mesmo objecto podem coexistir dois contrários...afinal o bem e o mal, o quente e o frio, tornando esse objecto interessante e vivo...mesmo que imaterial. Assim, de novo, a desconstrução, o fragmento, a marca da dispersão barroca, hoje como antes.

Trabalhar ao nível dos conteúdos, descobrir e viver por dentro para melhor compreender que as novas tecnologias podem e devem ser utilizadas para o bem de todos.

11.4

Prof Arquitecto José Manuel Soares 4

Introdução

A Emoção acompanha o acto criador.

Como conjugar a Consciência com a vertigem contemporânea?

A Arquitectura, pode conter, ou contém, referências ao passado?

Então os novos produtos concebidos para a frente em Inovação permanente devem manter latente o sentido Ético, o esforço de criar, embora em antecipação, sem esquecer o bem das pessoas?

F.B.S. -Fazer Arquitectura é antecipar uma necessidade.

Diz-se que os arquitectos não são formados em marketing, portanto não estão treinados para ouvir e isto dá-lhes a capacidade para olhar mais longe...

Fazem propostas às pessoas!

Concordará, ou não, com este raciocínio.

Se tender para o sim, não o perturba saber que o seu trabalho vai ser recebido por pessoas com diferentes entendimentos e capacidades, ou então, que o seu trabalho tem um lugar na vida das pessoas, no sentido até de as tornar felizes? Ou ideia de pensar o futuro poderá objectivar a felicidade dos outros num tempo que não seja apenas este que vivemos?

J.M.S. -Questão previa: Os arquitectos não são todos iguais.

Não poderei responder por eles, portanto. Só por mim e por alguns dos quais me julgo próximo.

Quanto a esta primeira questão, concordo parcialmente.

Penso que ver mais longe não é incompatível com ouvir as pessoas... Pelo contrário. O que também não tem o valor “negativista” que se dá à palavra “marketing”.

Penso que é mais fácil a arquitectura tornar as pessoas infelizes do que o contrário. As pessoas para serem felizes precisam de muito mais do que ... arquitectura.

Haver pessoas com entendimentos e capacidades diferentes é, até, estimulante.

Não penso que a arquitectura esteja na “ponta da espingarda”...

F.B.S.-Arquitectura e Design são entendidos como exercício comum.

Então o “bom design” ou “boa arquitectura” oferecerá às pessoas produtos que resistem melhor à passagem do tempo... Isto é um conceito.

Mas, na contemporaneidade, fala-se também e com especial atenção do efémero...

Por exemplo, os produtos que mudam, que são substituídos rapidamente por outros para manter os níveis de venda de consumo.

Aqui também se pode falar de “bom design”?

J.M.S. -Julgo que são exercícios afins, não comuns.

De qualquer modo, no efémero falta algo daquilo a que se vai recorrer para nos reconhecermos e buscarmos o reforço da nossa identidade, que às vezes se tende a perder... Uma colher especial de prata por vezes diz-nos mais do que um serviço de talheres inteiro por melhor design que seja, porque, além de outras circunstâncias resistiu a mais do que uma geração...

Num edifício ou num canto de uma rua podem passar-se o mesmo tipo de coisas.

Manter altos os níveis de venda, pode até ser benéfico para a economia de uma comunidade, mas na verdade ser duradouro é ainda factor de qualificação. Não se pode esquecer é que o papel do bom desenho também é o de estender o mesmo produto a muito mais gente ...

F.B.S. -O Belo contemporâneo é alegoria. Sujeito ao desgaste do tempo remete-nos para um mundo barroco, evidencia a disseminação do sentido.

Como comenta este raciocínio?

J.M.S. -Não concordo em absoluto. Poderei admitir sim é que existem hoje em dia muitos mais Belos, muito maiores e diferentes leituras da existência e usufruto do Belo.

Mesmo que seja um fugaz momento, um segundo de gozo ou um prazer continuado e sempre renovado.

Conclusão

Corrige o Professor e Arquitecto José Manuel Soares, aqui entrevistado, que Arquitectura e Design são exercícios afins (e não exercícios comuns), ou seja, concorrem para o mesmo objectivo. Conduzem-nos a uma infinita quantidade de leituras da existência, do usufruto do Belo.

O Belo hoje existe em muito maior quantidade...Seja como fugaz momento, segundo gozo, ou prazer continuado. *Ver mais longe. Exercício de Marketing sem conotação negativa...porque é compatível a criação com ouvir as pessoas.* O que todos precisamos é de mais cultura, saber mais. Certos de que seremos sempre diferentes e é essa diferença que estimula quem cria.

O “Bom Desenho” estende sempre o mesmo produto a muito mais gente.

O “Bom Desenho” seja uma colher de prata, um edifício ou canto de uma rua... que resiste a mais do que uma geração, tem aquilo a que recorremos para nos reconhecermos e aí encontramos o reforço da nossa identidade que às vezes se tende a perder...coisas que não existem no efémero...

Notas

- 1 – José Manuel Mendonça.
Licenciado em Engenharia UP em 1977; estágio na Suíça, na Brown Boveri;
Pós-graduação na Escola Superior Técnica de Copenhaga; trabalhou na EDP;
Especializou-se em engenharia eólica;
Doutor pelo Imperial College de Londres;
Desempenhou funções no INESC (Instituto de Engenharia de Sistemas de Computadores); Agência de Inovação; Administrador Executivo na Fundação Ilídio Pinho.
Actualmente é Adjunto da Direcção do INESC para a área da Tecnologia;
Administrador não executivo da Fundação Ilídio Pinho;
Integra a Equipa que organizou a XVI Conferência do ISPM (International Society of Professional Innovation Management).
- 2 – Joaquim M. Sabino Domingues.
Doutor em Engenharia Mecânica UP;
Professor Coordenador do ISEP (Instituto Superior de Engenharia do Porto)
- 3 – Roberto Manuel Ferreira Marques Rodrigues.
Licenciado em Engenharia Electrotécnica e de Computadores FEUP;
Mestre em Engenharia Electrotécnica e de Computadores FEUP;
Professor do Ensino Secundário.
- 4 - José Manuel Soares.
Arquitecto ESBAP;
Professor na FA de Luanda;
Professor na FAUP.

Anexo L – Casos de estudo

12 Introdução

Design e Arquitectura. Afinidades.

Integrar ou ser integrado

Parece existir uma predominância, uma maioria pública, que entende a integração de uma escultura num qualquer espaço, natural ou não, como algo que só resulta se esta se diluir, se misturar completamente com o meio envolvente, ou seja, o observador passa e tudo lhe parece naturalmente preparado para que não existam quebras e o ritmo se mantenha inalterado.

Será esta atitude, embora predominante, a válida?...Que dizer, então do raciocínio, talvez interno, de que, para haver interesse, tem que existir assintonia, ou seja, aquela pequena percentagem de desequilíbrio que provoca o interesse, a necessidade de parar para entender, o porquê de acharmos interessante. Esta necessidade de parar para perceber o que não sendo evidente é por isso mais interessante. Uma fuga ao repetido...como uma pausa, uma nota diferente que dá origem a uma melodia.

12.1 O objecto e o lugar

Qualquer objecto colocado em determinado lugar altera-o.

O mesmo sucede se, tendo uma folha de papel, lhe marco um ponto, um risco, ou um segmento de recta.

Essa alteração que é espacial e física, corresponde a uma alteração que também é uma quebra do ritmo que existia, portanto altero o tempo que decorre.

Espaço alterado é dimensão alterada e tempo igualmente alterado porque o espaço é irmão gémeo do tempo.

Se eu me encontrar numa área natural, que se possa entender como ainda não sujeita ao homem, e nela colocar um qualquer objecto, um edifício, devo pensar sempre como o faço, devo tomar consciência de que esse acto, pelo qual sou responsável, como alteração que é, afectará os outros, o seu espaço, sejam eles consumidores conscientes ou não.

Mesmo que os outros não se detenham serão sempre afectados.

Isto torna-me responsável? Até que ponto?

12.2 Galeria e Biblioteca Almeida Garrett

Nos jardins do Palácio de Cristal
nasceu uma galeria... 1

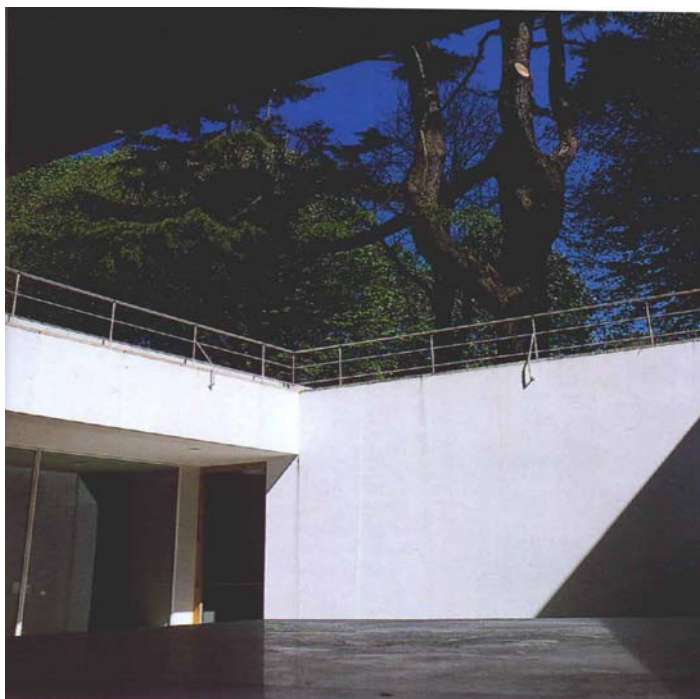


Figura 7- Biblioteca Almeida Garrett (Galeria, exterior 1)



Figura 8- Biblioteca Almeida Garrett (Galeria, exterior 2)



Figura 9- Biblioteca Almeida Garrett (Galeria, exterior 3)



Figura 10- Biblioteca Almeida Garrett (cafeteria)



Figura 11- Biblioteca Almeida Garrett (biblioteca)



Figura 12- Biblioteca Almeida Garrett (auditório)

José Manuel Soares é natural do Porto... 2

12.3 Casa de Chá em Leça da Palmeira

Álvaro Siza Vieira,
Professor e Arquitecto

Os desenhos de Siza Vieira comunicam o valor simbólico de uma casa, enquanto "parte fundadora da linguagem mais íntima do homem". Através dela, frisa, o homem "identifica-se plenamente como homem, ser de criação, diverso dos restantes animais e criaturas que habitam o espaço crucial do mundo".

"É esse sentimento que os seus inúmeros desenhos comunicam, o que os legitima como coisas muito autónomas, mas ao mesmo tempo o que lhes dá a precisão de um corpo exacto de que a arquitectura seria, depois, consagração no espaço", refere.

«...todo o grande arquitecto é sempre um poeta, porque imagina o mundo de outra maneira e tem a coragem de tornar isso visível para os outros, com um sentido de partilha fraterna e grave que quer dar-lhes tudo quanto julga que lhes pertence porque sabe que nada se deve guardar para si mesmo.» Bernardo Pinto de Almeida (2004)

Nascido em Matosinhos, em 1933, Álvaro Siza Vieira estudou Arquitectura na Escola Superior de Belas Artes do Porto, entre 1949 e 1955, tendo a sua primeira obra sido construída em 1954.

Foi professor na Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto, cidade onde exerce a sua profissão, e é membro da American Academy of Arts and Science e "honorary fellow" do Royal Institute of British Architects, do American Institute of Architects, da Académie d'Architecture de France e da European Academy of Sciences and Arts.

Em 1992 viu a sua obra reconhecida com uma das mais importantes distinções: o prémio Pritzker, da Fundação Hyatt de Chicago.

Um dos seus objectivos será, desde logo, como aconteceu na Casa de Chá de Leça e no Museu de Serralves, a integração com a natureza, o outro a luz.

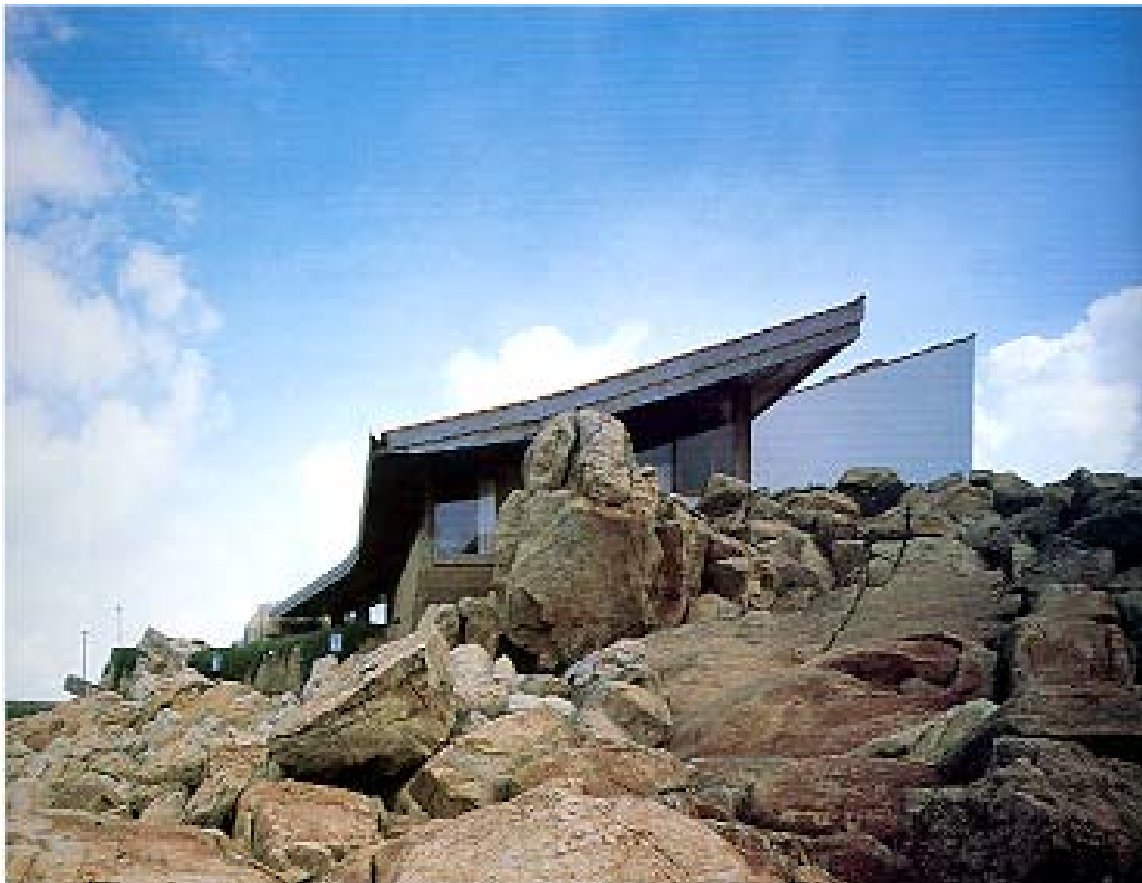


Figura 13- Casa de Chá em Leça da Palmeira (vista do exterior)

Vista de longe, do lado do mar, confunde-se com as rochas... Então a alteração da paisagem é mínima? Só aparentemente, numa visão externa. Como se de uma força ali introduzida a construção modificou o espaço.

Podemos ter disso consciência quando, do seu interior vemos, pelas vidraças, o mar, as rochas, ou quando acedemos ao espaço construído de fora para dentro.



Figura 14- Casa de Chá em Leça da Palmeira (vista interior)

12.4 MAC-Museu de Arte Contemporanea de Serralves

O sentimento de prazer surgirá, também se, em Serralves, vindo da casa de chá, entrando no espaço do Museu pelo Sul, vejo como as árvores parecem estabelecer uma ligação perfeita, harmoniosa até, com o edifício ou quando no interior deste, olhando por uma das janelas, realmente visões como quadros de um mestre, vemos que nada ficou a dever-se ao acaso.

O Museu ficou ligado ao ambiente em que se insere e também é verdade que o inverso se verifica - a natureza está hoje como parte do Museu.

Mas uma leitura interna dirá que o MAC para além desta evidência implicou mudanças com reflexo directo na vida de todos não só no aspecto cultural mas também mesmo social ...o tempo em que este espaço era ocupado pela horta e árvores de fruto desapareceu, poucos se lembrarão dele.

Hoje existe o Museu que é visitado, frequentado, por vários motivos; sem dúvida que para ver exposições, estar na livraria, seminários e encontros culturais de todo o tipo...cinema, música...mas também, e isto é espantoso, simplesmente para estar, pelo prazer de estar, a olhar as paredes, a paisagem, tomar um café ou lanchar, marcar um encontro...



Figura 15- Entrada do MAC- Museu de Arte Contemporânea de Serralves

Quando, após franquear o portão de entrada, este desenho, as sombras e a ligação com a natureza...



Figura 16-MAC- Museu de Arte Contemporânea de Serralves

Vendo a entrada interior do museu do lado do acesso ao palácio e auditório.

12.5 A Igreja de Marco de Canaveses

Apetece elogiar a sombra quando se entra na Igreja do Marco, criação de Siza Vieira. A sombra que é uma luz suave, a necessária, a própria para o fim que é como a consciência desse lugar.

Voltamos ao ambiente da igreja Medieval, se quisermos, à interface com o divino.

Parece que aqui, o importante, seja o observador crente ou não, é o encontro com a paz.

Esse o objectivo conseguido pelo Arquitecto.

A paz, encontrar as condições que possibilitem o recolhimento, a possibilidade de meditar.

Aqui qualquer um se sente bem.

A luz é apenas a suficiente, a igreja desenvolvendo-se em altura, o sermos conduzidos pela luz e pelo desenho das paredes no único sentido possível-o da elevação.

O transporte para um tempo que não é este de pressas, alucinante, mas um outro melhor, adequado.

Não existe aqui a lembrança vincada do mal do inferno a lembrar e pressionar os crentes como nesse tempo medieval. A austeridade conveniente, o despojamento da riqueza não nos deixa esquecer os princípios que a Igreja advoga mas é uma insinuação equilibrada, serena.

Dum lado o Belo e do outro a seriedade para que não se esqueça que o objecto é dialogar, é a procura do rosto do outro que é Deus, deixando que cada um deixe evidenciar a sua parte boa, para merecermos estar neste templo.

A Beleza é um mistério que só o Amor permite atingir, o Enigma é um tempo de pensar, o Mistério é um tempo de amar.

Exterior, nível inferior.



Figura 17- Igreja de Marco de Canaveses- Vista do nível inferior-cripta.



Figura 18- Igreja de Marco de Canaveses- Interior.Vista que se oferece a quem entra pela porta principal.

12.6 Anémona gigante

Janet Echelman

Praça da Cidade S. Salvador, em Matosinhos

Parece existir uma predominância, uma maioria pública, que entende a integração de uma escultura num qualquer espaço, natural ou não, como algo que só resulta se esta se diluir, se misturar completamente com o meio envolvente, ou seja, o observador passa e tudo lhe parece naturalmente preparado para que não existam quebras e o ritmo se mantenha inalterado.

Será esta atitude, embora predominante, a válida?...

Que dizer, então do raciocínio, talvez interno, de que, para haver interesse, tem que existir assintonia, ou seja, aquela pequena percentagem de desequilíbrio que provoca o interesse, a necessidade de parar para entender, o porquê de acharmos interessante.

Esta necessidade de parar para perceber o que não sendo evidente é por isso mais interessante. Uma fuga... como uma pausa, uma nota diferente que dá origem a uma melodia. p.130

A arquitecta e designer norte-americana apresenta, com esta “Anémona gigante”, uma obra que objectiva estimular a imaginação pelo seu conteúdo representativo. É a procura que o produto, sem deixar de cumprir a sua função, exerça também um efeito de atracção pela sua beleza e estilo diferente, por uma aparência que se identificasse como imaginário.

Aqui o homem intervém indirectamente, na produção das secções de rede produzidas à máquina e directamente, quando manualmente as une.

Estamos, de um modo diferente, extraordinário, perante uma situação de múltiplas representações: Da natureza porque é o vento que move a obra, parecendo o mar em movimento, e do homem em si, dos pescadores da terra simbolizando a importância da pesca para o concelho além de acrescentar ainda uma alusão ao passado industrial da região com o seu padrão de listas vermelhas e brancas, remetendo para as chaminés das unidades fabris.



Figura 19- “Anémoma gigante”, em Matosinhos. Vista de noite.

A imaginação representativa não faz mais que reproduzir um poder ausente do qual é sucedânea.

Desenvolvendo este raciocínio temos a representação da coisa e, representar, é substituir-se a uma coisa.



Figura 20- “Anémoma gigante”, em Matosinhos. Vista de dia.

Construída por uma rede exterior, uma interior e pelas respectivas ligações, foi confeccionada por secções de rede produzidas à máquina e unidas manualmente.



Figura 21- “Anémoma gigante”, em Matosinhos. O efeito do vento.

É o vento, passando através dela que a move...



Figura 22- “Anémoma gigante”, em Matosinhos. Estruturas de suporte..

Suporta-a três mastros, tem a forma de uma gigantesca rede de pesca suspensa num anel tubular em aço, com 42 metros.

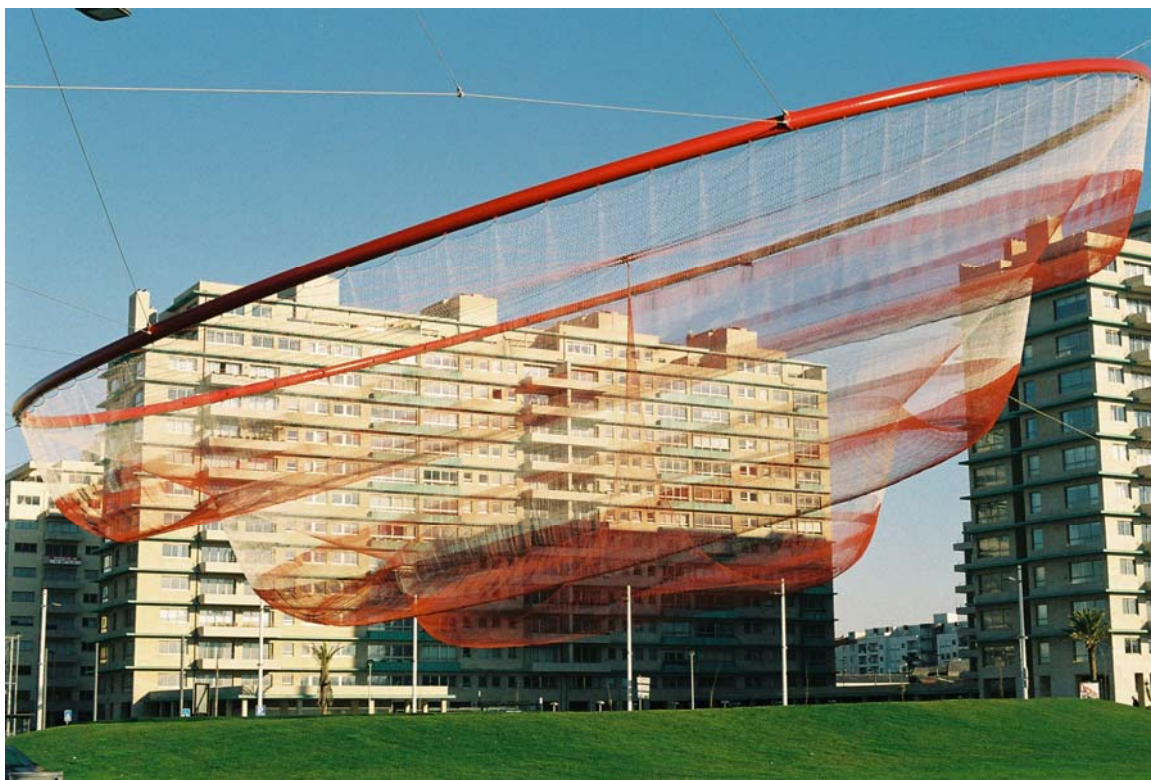
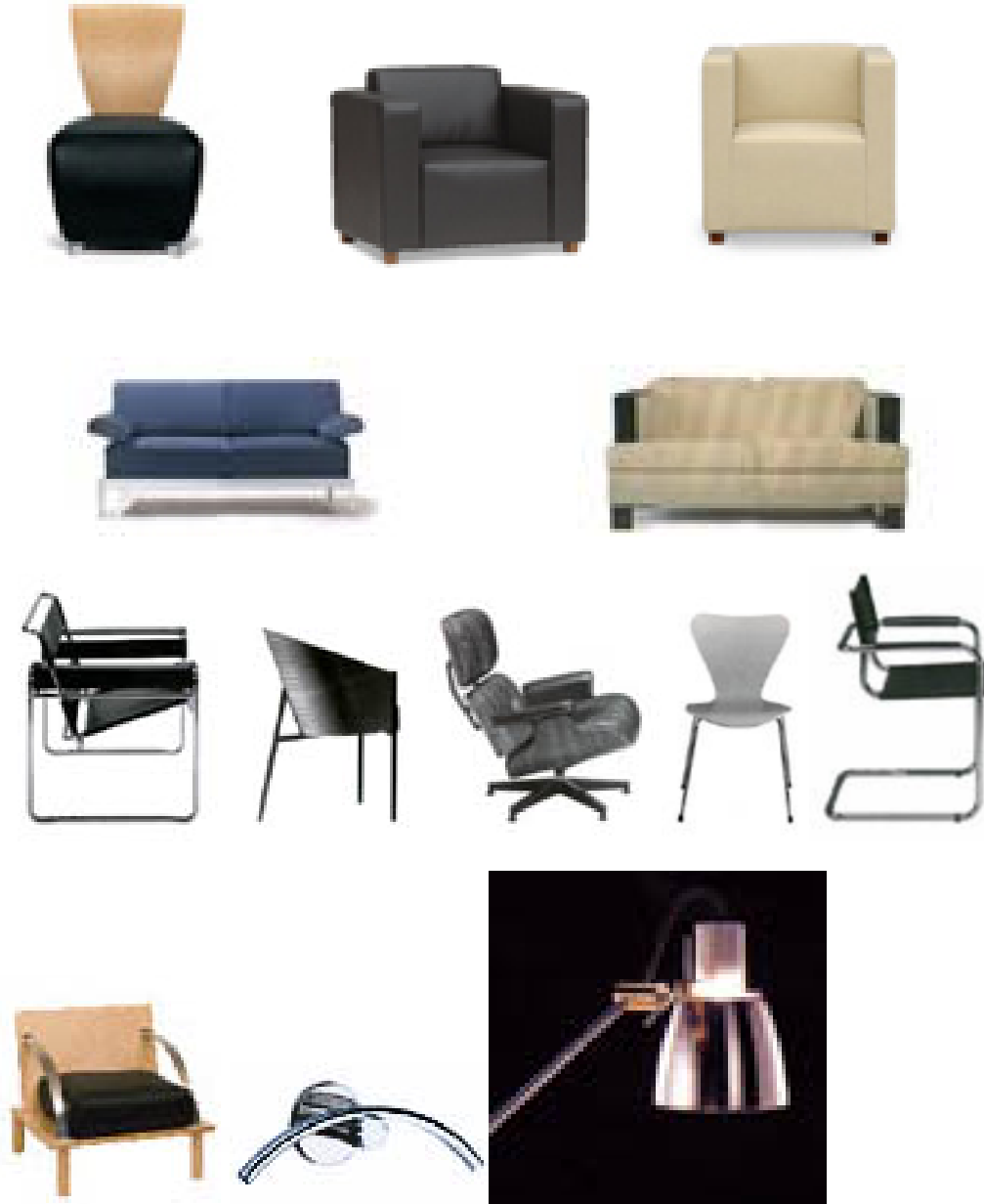


Figura 23- “Anémone gigante”, em Matosinhos. Alusão e significado.

Homenagem os pescadores da terra, simboliza a importância da pesca para o concelho contendo ainda uma alusão ao passado industrial da região com o seu padrão de listas vermelhas e brancas, remetendo para as chaminés das unidades fabris.

12.7 Design

SIZA VIEIRA

Siza – Acessórios

Figura 24 (conjunto)- Design, “Acessórios” Siza

Siza Vieira, arquitecto e designer

A obra do arquitecto Siza Vieira pode ser definida como a construção de experiências humanas para além de edifícios.

Nele, a junção da arquitectura e do design mostra como considera as duas áreas afins, contraria o que tem sido uma rivalidade, mais ou menos declarada, entre arquitectos e designers.

No seu trabalho constata-se o quanto a arquitectura é hoje influenciada pela importância do belo.

A forma ganha dia após dia mais poder no panorama mundial, torna-se tanto ou mais importante que a função.

O sucesso depende da combinação harmoniosa entre as duas.

Siza Vieira percebeu que hoje há uma procura cada vez maior pela beleza.

As pessoas querem lugares bonitos para visitar, para morar; querem estar rodeadas e poder tocar coisas que sejam, de algum modo, fonte de prazer.

Estamos perante um dos arquitectos, entre nós o mais destacado, que mostra que a arquitectura e o design podem e devem andar lado a lado.

Toda a sua produção, nas duas áreas, explica como e de modo brilhantemente conseguido.

12.8

Alvar Aalto₃

Figura 25 (conjunto fotográfico) - Alvar Aalto

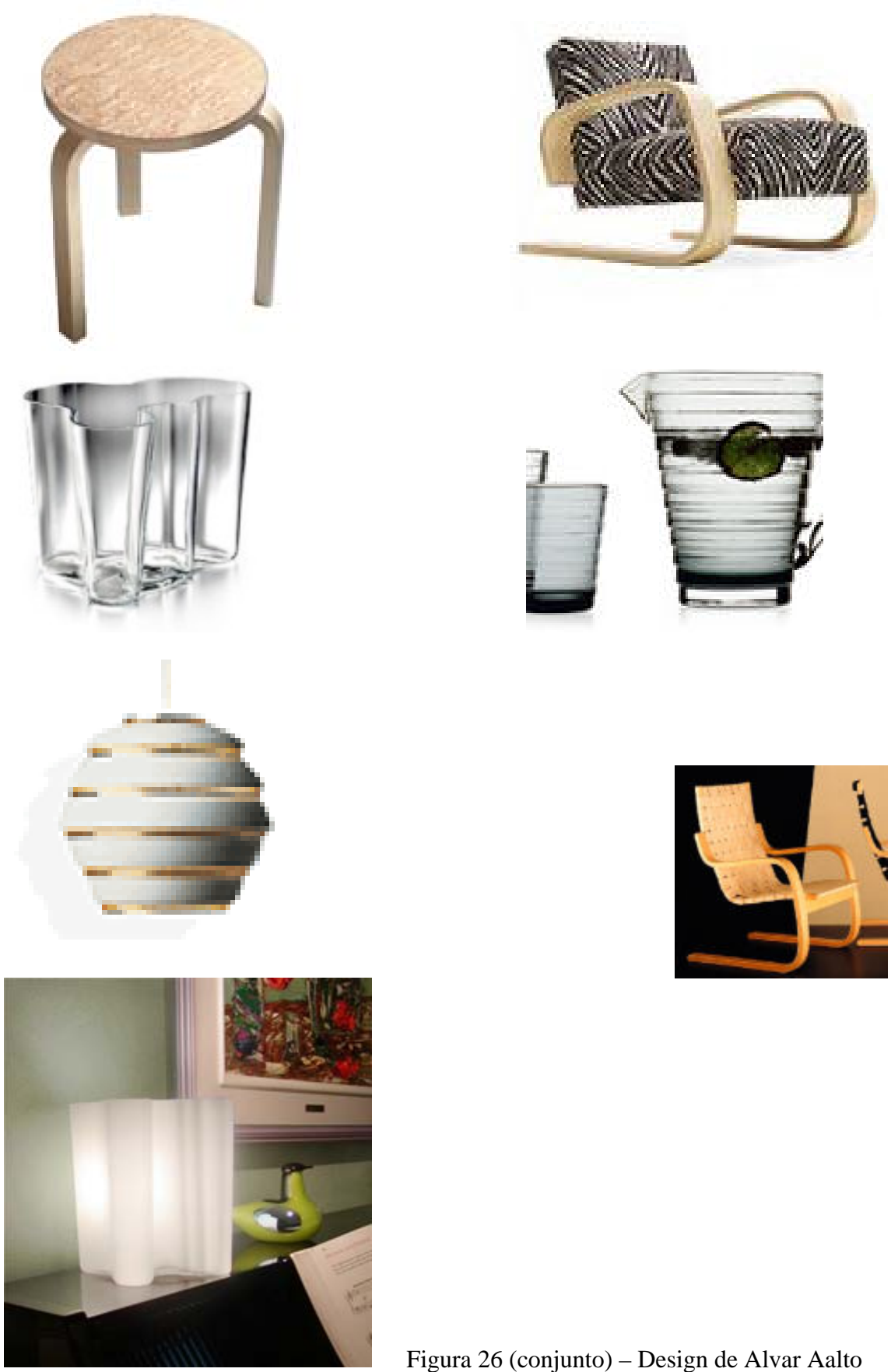


Figura 26 (conjunto) – Design de Alvar Aalto

12.9 gaetano pesce 4



Figura27- Fotografia de Gaetano Pesce



new york sunset, prototype, 1983

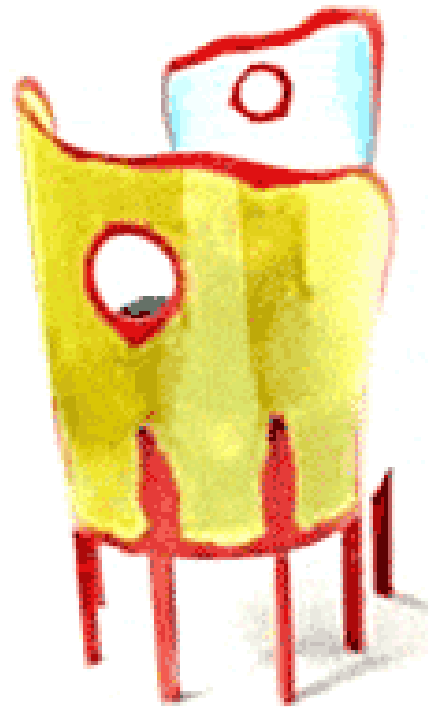


new york sunset, sofa, 1983 produced by cassina



'cannaregio', componible sofas, sketch, 1983

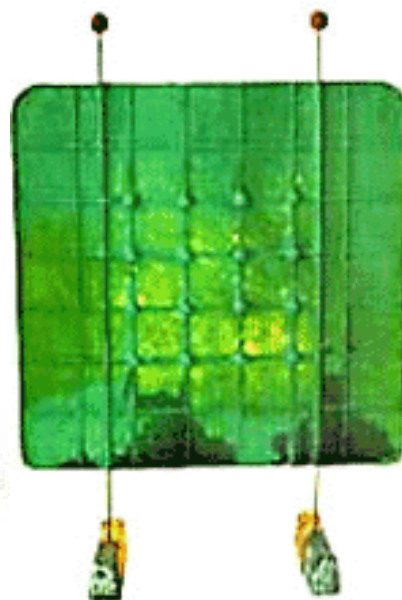
Figura 28-(conjunto) Design de Gaetano Pesce 1



crosby chair, 1999, for de padova



project for lingotto, turin italy



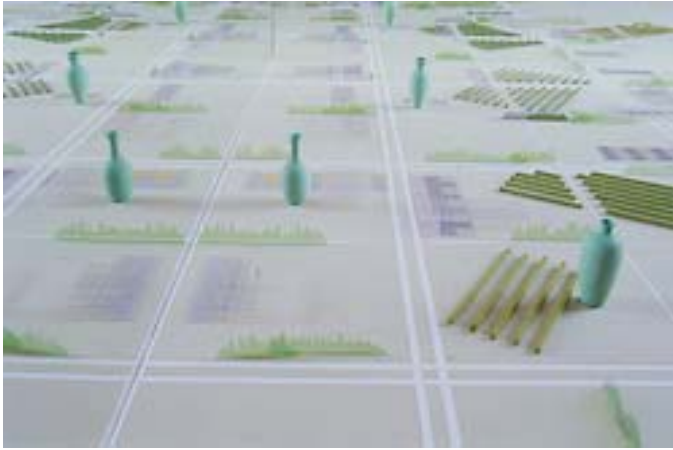
floor lamp, 1998

Figura 29 -(conjunto) Design de Gaetano Pesce 2

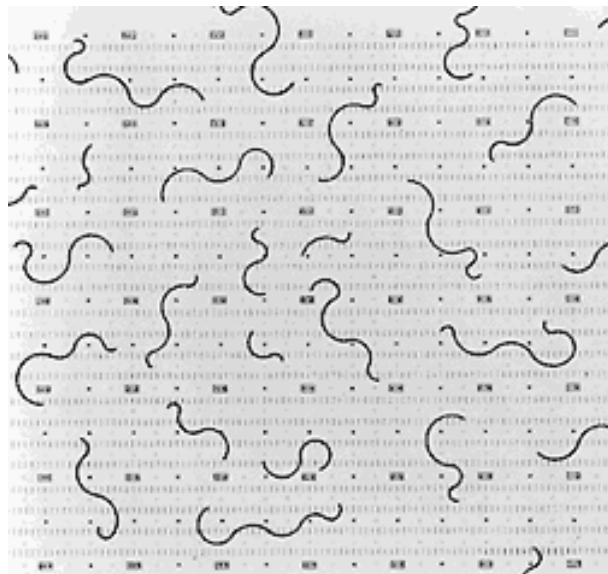
12.10 Andrea branzi 5



Figura 30 - Fotografia de Andrea Branzi



'weak urbanization' for eindhoven city
project for philips, 2000



'no stop city'
design archizoom associati, 1970



'no stop city'
design archizoom associati, 1970

Figura 31 (Conjunto), Design de Andrea Branzi 1



'passaggi' lamp,
manufactured by design gallery milano 1998



'amnesie',
manufactured by design gallery milano 1991



'foglie' lamp,
manufactured by memphis 1988

Figura 32(Conjunto), Design de Andrea Branzi 2

12.11 Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 6



Figura 33 (conjunto) Design, Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 1



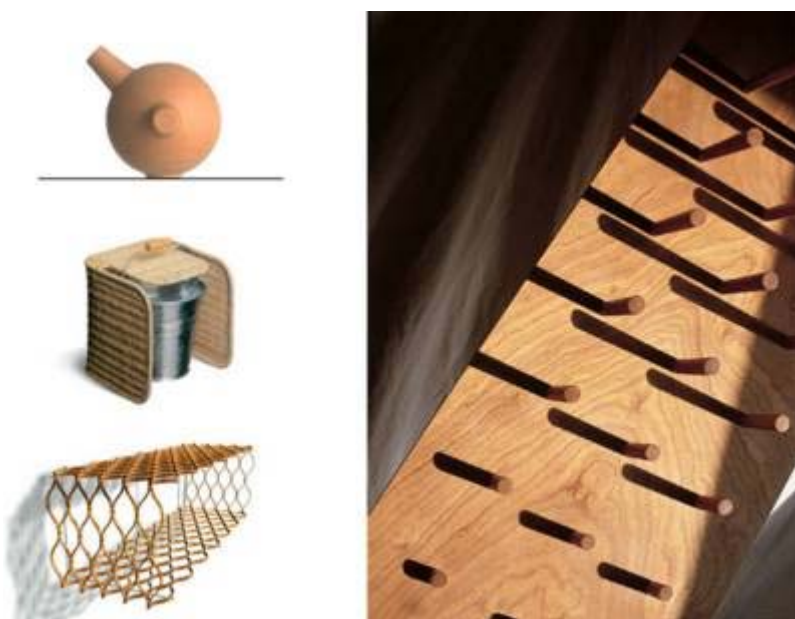


Figura 34 (conjunto) Design, Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 2



perfect skin
trienale de Milano 2000

Figura 35 (conjunto) Design, Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 3



Os objectos são um poder, um idioma de comunicação. Quando os contemplamos pertencemos-lhes. Deixamo-nos inconscientemente ser um pouco das suas vidas; e não o contrário.

Há objectos bem mais poderosos do que qualquer um de nós.



Figura 36 (conjunto) Design, Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 4



Figura 37 (conjunto) Design, Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 5



Low Lounge Code
Salon du Meuble Paris - Vers des nouveaux modeles d'habitation



Figura 38 (conjunto) Design, Marco Serrão Fialho de Sousa Santos 6

12.12 Philippe Starck ⁷



Figura 39 - Fotografia de
Philippe Starck



'Hot Bertaa' Kettle



DESIGNER

Philippe Starck

PRODUCER

Alessi, Italy

1990

MATERIAL AND DIMENSIONS

aluminum

Plastic handle

Height 25 cm



'Bubu ler' Stool



DESIGNER

Philippe Starck

PRODUCER

XO, France

1991

MATERIAL AND DIMENSIONS

polypropylene

Diameter 33 cm - Height 43,5 cm

Figura 40 (Conjunto) Design Philippe Starck 1

Aquilo que pode ser confuso hoje não traduz sempre uma ausência de nexo e pode ser a constatação de uma indiferença ao nexo.

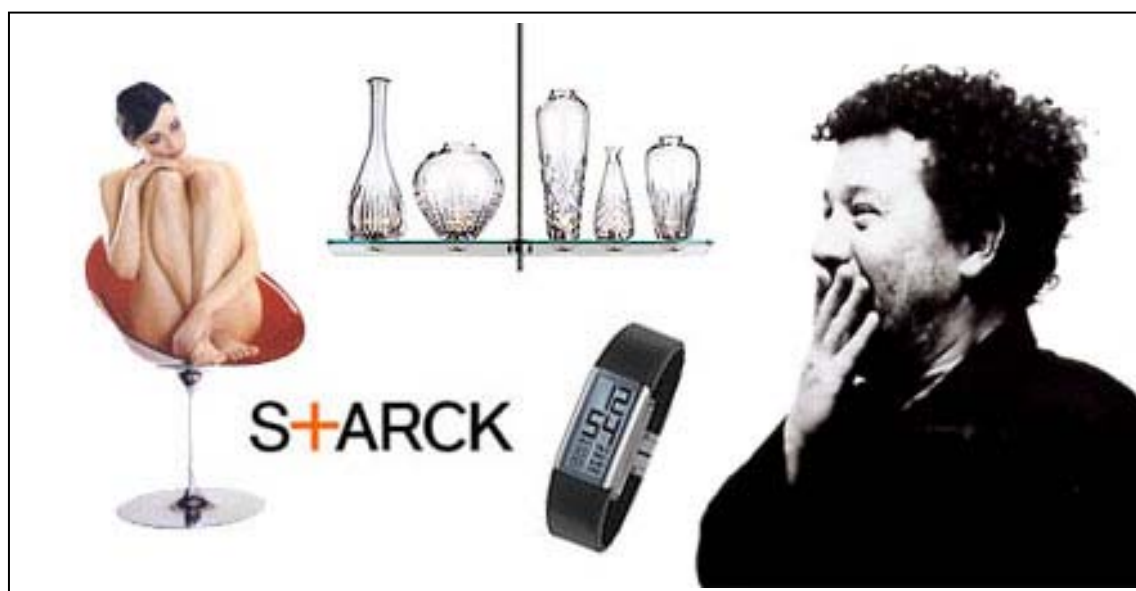


Figura 41 (Conjunto) Design Philippe Starck 2

Notas

1 - Nos jardins do Palácio de Cristal, nasceu: uma biblioteca, um auditório, uma galeria, uma cafetaria. Em plena renovação da Avenida das Tílias, com os odores frescos de flores imensas distribuídas por todos os recantos, surge-nos então um poderoso painel feito de troncos brutos de madeira natural. Uma fachada de edifício com uma dupla função: evitar que apareça ali um edifício construído sobre o jardim, e porque só com a proximidade alguém percebe que os toros são apenas uma fachada, atrás da qual está uma quase escultura.

Revestida a mármore grego, carvalho americano e equipada com mobiliário Alvar Aalto. O entrar traz consigo o deleite e as sensações. Passear por aquelas salas a fervilhar de gente nova e deixar que o olhar se cruze na indecisão de se fixar nos livros ou no verde dos jardins. O projecto nasce de duas premissas: o programa e o local. Existia o desejo de se revitalizar os jardins do Palácio de Cristal, mas, no entanto, discutia-se a possibilidade de colocação de um equipamento (que deveria albergar, além da biblioteca, uma galeria e um auditório) desta grandeza no seio de um jardim. O arquitecto considera que o grande espaço da galeria tem uma relação autónoma com o jardim. O auditório também se abre para os espaços verdes do exterior. Outro aspecto em destaque é o da localização no contexto dos jardins do Palácio, no espaço do antigo teatro da Feira. Permite uma fácil relação com a rua, designadamente a de Entre-Quintas, uma das mais características do Porto, com muitas referências do séc. XIX. A biblioteca, muito discreta, consegue um fantástico equilíbrio com todo o espaço envolvente, não se impondo, apenas reclamando alguma atenção. Resultado do facto deste piso e do do auditório terem sido construídos em claustro, da Avenida das Tílias para baixo. Segundo o arquitecto, o projecto não se trata de uma obra-monumento ou uma exibição individual. Está pois intrinsecamente ligada ao contexto de onde nasceu. (in *Arquitectura & Construção*, Setembro 2001)

2 - José Manuel Soares é natural do Porto e filho de uma arquitecta que trabalhou no gabinete de Januário Godinho. Começou por se imaginar médico, mas acabou por optar pela Arquitectura, quando ainda se encontrava agregada à Escola de Belas-Artes. De resto, chegou ainda a frequentar o curso de Pintura, mas apenas durante um ano, porque logo decidiu que arquitectura seria o seu destino. O primeiro e segundo anos ocupou-os no levantamento das condições de vida e habitabilidade nas "ilhas" do Porto.

Trabalhou no famoso projecto SAAL e licenciou-se em 1977.

Professor há 16 anos da cadeira de Projecto, ministrada aos alunos do primeiro e segundo ano, considera-se um produto da chamada Escola de Arquitectura do Porto.

Esteve nos anos zero e um da faculdade de Arquitectura de Luanda, em Angola.

No início da década de 80 colaborou com Álvaro Siza Vieira e acabou por ser o arquitecto residente em Évora para vários projectos, mas em particular para o Bairro da Malagueira. Entre as suas obras, concebidas num pequeno gabinete onde trabalham apenas entre três a quatro pessoas, estão o Teatro do Campo Alegre e o Planetário do Porto. (in *Arquitectura & Construção*, Setembro 2001)

3- Alvar Aalto nasceu em KUORTANE, na Finlândia, em 1898.

Licenciou-se, com a mais elevada classificação, na Helsinki Polytecnic em 1921.

Foi professor de arquitectura na MIT, de 1945 a 1948 e Presidente da Academy of Finland, de 1963 a 1968.

Com um trabalho inicial Neoclássico, Aalto vai adaptando ao seu trabalho o Simbolismo e o Funcionalismo, criando um movimento moderno de planos e formas. Este amadurece e Alto junta, como um todo, o Funcionalismo/Expressionismo, como estilo humano, obtendo enorme sucesso em edifícios como centros cívicos, igrejas e habitações.

Torna-se membro do Congris Internationaux d4 Architecture Modern em 1928.

Em 1929, com Otto Korhonen, promove um Work Shop em Turku.

Em 1935 funda uma empresa de design de mobiliário, a Artek, com Harry e Marie Gullichsen patenteando uma cadeira de descanso em madeira.

Sintetizando um design racional e intuitivo, Aalto lança-se na criação de edifícios funcionais.

Gera um estilo de Funcionalismo que evita o excesso romântico mas, também, a monotonia neoclássica.

Transporta para o International Style a utilização da textura, da cor...Uma nova estrutura de vida criativa!

Aalto aperfeiçoa o exemplo da moderna arquitectura europeia, recria-a, apura-a, transforma-a em outra completamente nova.

O design de Aalto é particular: Liga-se ao lugar através do material e da forma.

Trabalhou imenso, com grande qualidade, na Alemanha, na América e na Suécia.

Desenvolvendo múltiplos projectos, intercala sempre novas ideias e pormenores no seu trabalho, que exhibe, nas suas imagens, detalhes sensuais que o separam dos seus contemporaneos.

Aalto constitui-se como o Mestre na forma mas criando sempre edifícios pensados para quem os utiliza. Evidenciam a sua inspiração mas deixam notar um sentimento de desilusão entre o Modernismo de um lado e o Pós-modernismo do outro.

Aalto morreu em Helsinquia em Maio de 1976.

Deixou-nos 4 pontos altos: Em Londres, quando grandemente aclamado na exposição de design final co Fortnum and Mason, em 1933; em Paris, na Exposição de 1937 e a Worl Fair, em New York de 1939. Em 1957, foi distinguido com a medalha de ouro do Royal Institute of British Architects (RIBA).

Alvar Aalto was born in Kuortane, Finland in 1898, the son of a surveyor. Aalto graduated with honors from Helsinki Polytechnic in 1921 after which he opened his own practice. Aalto held the position of Professor of Architecture at MIT 1946 to 1948, and was President of the Academy of Finland 1963-68. Although his early work borrowed from the neoclassic movement, Aalto eventually adapted the symbolism and functionalism of the Modern Movement to generate his plans and forms. Aalto's mature work embodies a unique functionalist/expressionist and humane style, successfully applied to libraries, civic centers, churches, housing, etc. Aalto became a member of the Congrès International d'Architecture Moderne in 1928. In 1929 with Otto Korhonen he established an experimental plywood workshop in Turku. In 1935, Aalto founded a furniture design company, Artek, with Harry and Marie Gullichsen and in the same year patented a cantilevered chair support made of wood. A synthesis of rational with intuitive design principles allowed Aalto to create a long series of functional yet non-reductionist buildings. Alvar Aalto generated a style of functionalism which avoided romantic excess and neoclassical monotony. Although Aalto borrowed from the International Style, he utilized texture, color, and structure in creative new ways. Aalto refined the generic examples of modern architecture that existed in most of Europe and recreated them into a new Finnish architecture. Aalto's designs were particularly significant because of their response to site, material and form. Aalto generated a large body of work in Germany, America, and Sweden. Often at work on multiple projects, he tended to intermingle ideas and details within his work. The spectrum of Aalto's work exhibits a sensual detailing that separates him from most of his contemporaries. Aalto was a master of form and planning, as well as of details that relate a building successfully to its users. Aalto's buildings have provided renewed inspiration in the face of widespread disillusionment with high modernism on one hand, and post-modernism on the other. Aalto died in Helsinki in May 1976. Aalto's work was shown to great acclaim in London at the exhibition of Finnish design held at Fortnum and Mason in 1933, at the Paris 1937 Exhibition and the New York 1939 World Fair. In 1957, he was awarded a gold medal by the Royal Institute of British Architects (RIBA).

1898-born at Kuortane on February 3rd

1916-matriculation from Jyväskylä Classical Lyceum

1921 diploma of architecture from the Institute of Technology, Helsinki

1923-27 private architectural office in Jyväskylä

1924-married to architect Aino Marsio (died in 1949)

1927-33 private architectural office in Turku

1933-private architectural office in Helsinki

1943-58 Chairman of the Association of Finnish Architects

1946-48 Professor at Massachusetts Institute of Technology (USA)

1952-married to architect Elissa Mäkinen

1955- member of the Finnish Academy

1963-68 President of the Finnish Academy

1976-died in Helsinki on May 11th

4 – Gaetano Pesce

Nasceu em Spezia, Itália, em 1939.

Estudou arquitectura na Universidade de Veneza. Começou a trabalhar nos anos 60 sendo influenciado pelos movimentos sociais dessa época.

Teve lições do arquitecto Carlo Scarpa e do escritor Bruno Zevi, que foram naturalmente importantes para a sua formação.

Viveu em Milão, Marselha e Paris.

Trabalhou e viveu em New York a partir de 1980.

O seu trabalho é caracterizado pela interdisciplinaridade e pela afinidade da arquitectura e do design.

Gaetano Pesce é reconhecido internacionalmente pelo seu muito saber, pelo trabalho que desenvolveu.

Leccionou em numerosas universidades desde a Faculdade de Arquitectura em Strasburg a New York.

A sua obra está representada nos museus e colecções mundiais mais importantes: no MOMA; no Metropolitan; no Museu de Arte Moderna de S. Francisco.

De notar a exposição, em 1996, no Centro Pompidou em Paris e, em 1997, a exposição intitulada “Is the future now? Gaetano Pesce: Material Exploration”, espalhando pela galeria uma mistura de materiais recolhidos em New York.

Gaetano Pesce

Was born in la spezia, italy in 1939, he studied architecture at the university of venice and started working in the sixties. he was influenced by the social movements of this period. the work and the lessons of the architect carlo scarpa and the writer bruno zevi have also been important to him. gaetano pesce has lived in milan, marseille and paris and he has been living and working in new york since 1980.

his work is characterized by an interdisciplinary approach to architecture and design, in fact gaetano pesce is internationally known for his artwork too.

gaetano pesce has taught at numerous universities, among them the cooper union in new york and the university of architecture in strasburg.

his works are in the most important museum collections all over the world: the moma, the metropolitan, the museum of modern art in san francisco, the v&a museum in london. a retrospective on his work spanning the last 30 years was shown in 1996 at the centre pompidou in paris and in 1997 in an exhibition entitled " is the future now ?

gaetano pesce : material explorations" was shown at the gallery material connexion in new york.

5-Andrea Branzi

Arquitecto e designer.

Professor de Design Industrial no Politécnico de Milão.

Nasceu e fez a sua formação em Florença. Vive em Milão.

Em 1967 começou a trabalhar na investigação em Design Industrial, Arquitectura, Urbanismo, na promoção da educação e da cultura.

Esteve entre os fundadores da Archizoom Associati promovendo o movimento da arquitectura radical italiana. Foi um dos primeiros a projectar para o exterior o design italiano, através da ACCESSI; ARTEMIDE; CASSINA ; POLTRONOVA; VITRA e ZANOTTA.

Conquista várias edições da Trienal de Milão e da Bienal de Veneza.

Expõe em diferentes museus internacionais incluindo os de Artes Descorativas de Montreal e Paris; no Scharpoord Centrum of Knokk e na Fundação para a Arquitectura em Bruxelas.

Escreveu vários livros. Entre eles: 'The Hot House', ' Learning From Milan' e 'Domestic Animals', publicados pela MIT Press, USA; 'Nouvelles de La Metropole Froide' nos cadernos do CCI (Centro Georges Pompidou) em Paris e ' Introduzione Al Design Italiano' por Baldini & Bastoldi, Milão.

Em 1996 foi Curator em duas exposições, procurando lançar as bases para o novo Museu do Design Italiano, na Trienal de Milão, editando o catálogo 'Il Design Italiano 1963-1990.

Autor de diversos ensaios e livros, colaborou com artigos para as revistas: 'Interni', 'Domus' e 'Casabella'.

Foi editor da MODO (1983-1987).

Em 1983 fez parte dos fundadores da Domus Academy, a primeira escola internacional de pós-graduações em design.

Em 1987 foi distinguido com o Compasso de Ouro e Menção Especial pelo seu trabalho de teórico e designer.

Andrea Branzi

architect and designer, professor of industrial design at the politecnico di milano. born and graduated in florence, he lives and works in milano. since 1967 he has been working in the fields of industrial and research design, architecture, urban planning, education and cultural promotion. he was among the founders of archizoom associati, and promoter of the italian radical architecture movement. he has collaborated with the leading design producers in italy and abroad, such as alessi, artemide, cassina, poltronova, vitra, zanotta. he has taken part in many exhibitions at the triennale di milano and the biennale di venezia, and has held personal exhibitions in different international museums, including the museums of decorative arts of montreal and paris, at the scharpoord centrum of knokke and at the fondation pour l'architecture in brussels. he has written several books, among which are 'the hot house', 'learning from milan' and 'domestic animals' published by MIT press, usa; 'nouvelles de la metropole froide' in the cahiers of CCI (centre georges pompidou) in paris, and 'introduzione al design italiano' by baldini & castoldi, milano. in 1996 he curated two exhibitions aiming to set the basis for the new museum of italian design at the triennale di milano, and he has edited the catalogue 'il design italiano 1963-1990'. author of many essays and books, he has collaborated with the magazines 'interni', 'domus', 'casabella', and he was the editor of MODO (1983-1987). in 1983 he was among the founders of the domus academy, the first international post-graduate school of design. in 1987 he was awarded the compasso d'oro, with special mention for his work as a designer and theoretician.

6- Marco Serrão Fialho de Sousa Santos

Nasce a 17 Outubro de 1962 em Aveiro.

Em 1991 termina a Licenciatura em Design de Equipamento na Faculdade de Belas Artes de Lisboa altura em que funda o atelier Proto Design no qual é director criativo até 2001.

Em 1998 funda a associação Experimenta Design e é co-director da primeira bienal Experimenta Design em 1999.

Desde 2001 lecciona Introdução ao design na Faculdade de Belas Artes de Lisboa, e coordena workshops na École Cantonale de Art de Lausanne (Suíça), e na École des arts decoratifs de Strasbourg (França).

Participou em mais de 30 exposições nacionais e internacionais das quais se destacam Essere Benne Essere - Triennale de Milão 2000, Vers de nouveaux modèles d'habitation - Salon du meuble de Paris 2001, Moroso 50 years off scale 2001 e Not So Simple no V&A museum em 1997; exposições colectivas e por convite em que participaram também nomes como, Jasper Morrison, Philip Stark, Ross Lovegrove, Konstantin Grcic, Cristophe Pillet, Tom Dixon, Andreia Branzi entre outros.

Comissariou diversas exposições de design para o ICEP, CCB, British Council e Experimenta design em Lisboa, Milão, Berlim, Paris, Frankfurt e Tokyo entre as quais se destacam; Essentials Deluxe (1999), Perfect Skin, Freeze-Frame e Portuguese Design 2000, (2000), Sinne + funf, (2002), Le Design Portugais – Galerie Silvera (2004), Tem colaborado e editado produtos em diversas empresas nacionais e internacionais das quais se destacam, Sátira, Atlantis, MGlass, Alma, Matceramica, Tronconi e AV Mazzega.

Colaborou com as revistas: Frame, Interni e Icon tendo sido nesta última responsável pela secção de design Actualmente é director criativo do programa de design Search'in, da Feira In'nova.

Desde 2002 mantém o atelier Marco Sousa Santos Design em actividade de consultoria e projecto de design Industrial e identidade corporativa.

7- PHILIPPE STARCK

studied at the Ecole Camondo in 1968 but is essentially autodidact.

In the seventies, he was mainly known as interior designer but in 1979, he founded 'Starck Product' and became also interested in architecture.

In 1982, he decorated the private apartments of President Mitterand at the Elysée.

He designed the famous 'Costes' chair in 1984 for the Cafe Costes in Paris.

He became internationally renowned in the eighties as furniture designer, interior designer and architect.

He designed furniture for Vitra, Driade, Baleri, Disform, Cassina, Alessi, Thomson, Idée...

Anexo M - Bibliografia

Correspondente ao Anexo L

COLLETTA, Jean-Marc, e TCHERKASSOF, Anna, *Les émotions-Cognition, Langage et développement*, Pierre Mardaga éditeur, Sprimont (Belgique), 2003.

HEGEL, G.W.F., *Morceaux choisis* (1), Trad. LEFEVRE, Henry, e GUTERMAN, Norbert, Gallimard, 1939.

PLATÃO, *O BANQUETE OU DO AMOR*, Trad. Pinharanda Gomes, Atlântida Editora, Coimbra, 1968.

Anexo N – Consultas via internet

Entre outras,

<http://garfield.fe.up.pt:8001/~ptcastro/ethics.html>, relocalizado em 21 de Janeiro de 1998 em:

www.fe.up.pt/~ptcastro/ethics.html

<http://www.citi.pt/cultura>

<http://www.cienciahoje.pt/10>

<http://filotestes.no.sapo.pt/psicEmocao.html>

<http://filosofiadaarte.no.sapo.pt/emoc.html>

http://www.letras.up.pt/df/if/gfmc/arquivo_online_filmente/entrevistadamasiopdf

www.icicom.up.pt/blog/blogoscopia/arquivos/001383.htm

expressoemprego.clix.pt/scripts/indexpage.asp?headingID=4729

www.psicologia.com.pt/artigos/ver_artigo_licenciatura.php?codigo=TL0012&area=d3

www.janelanaweb.com/digitais/monteiro3.html

www.ics.ul.pt/corpoctificativo/pinacabral/pdf/Identicidadesinseridas.3.pdf

www.psicologia.com.pt/artigos/ver_artigo.php?codigo=A018&area=d15&subarea=d15H

www.forcerebrus.com

www.iie.min-edu.pt/inovbasic/edicoes/noe/noe52/dossier2.htm

www.climepsi.pt/catalogo.php?action=book&isbn=972-8449-94-1

www.cienciahoje.pt/index.php?oid=1210&op=all

filotestes.no.sapo.pt/psicEmocao.html

pt.wikipedia.org/wiki/sentimento

www.consciencia.org/

www.facfil.ucp.pt/mente_consc.html

www.geocities.com/Athens/sparta/1350/ia/

www.citador.pt/pensar.php?op=9&theme=216

www.admd.pt/LIVROS/razao_reencontrada.htm

www.vidasusofonas.pt/immanuel_Kant.htm

afilosofia.no.sapo.pt/eticaBibl.htm

www.psicologia.com.pt/profissional/etica/

www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=1

www.ipam.pt/

www.isla.pt/isla/PosGraduacoes/MarketingBIntelligence/

www.experimentadesign.pt/fags/pt/

www.tfit-wg.ubi.pt/publicacoes.htm

www.citi.pt/educacao_final/trab_final_inteligencia_artificial/percepcao1.html

www.citi.pt/citi_2005_trabs/ia/percepcao.html

Anexos

Anexo A	Bibliografia referente ao Capítulo I	24
Anexo B	Bibliografia referente ao Capítulo II	29
Anexo C	Bibliografia referente ao Capítulo III	35
Anexo D	Bibliografia referente ao Capítulo IV	50
Anexo E	Bibliografia referente ao Capítulo V	55
Anexo F	Bibliografia referente ao Capítulo VI	60
Anexo G	Bibliografia referente ao Capítulo VII	66
Anexo H	Bibliografia referente ao Capítulo VIII	80
Anexo I	Bibliografia referente ao Capítulo IX	98
Anexo J	Bibliografia referente ao Capítulo X	111
Anexo K	Entrevistas escritas – Consciência e Design	112
Anexo L	Casos de estudo	130
	12 Introdução	130
	12.1 O objecto e o lugar	130
	12.2 Galeria e Biblioteca Almeida Garrett	131
	12.3 Casa de chá em Leça da Palmeira	134
	12.4 MAC-Museu de Arte Contemporânea de Serralves	137
	12.5 A Igreja de Marco de Canaveses	140
	12.6 Anémona Gigante em Matosinhos	143
	12.7 Design	149
	12,8 Alvar Aalto	151
	12.9 Gaetano Perce	153
	12.10 Andrea Branzi	156
	12.11 Marco Serrão Fialho de Sousa Santos	159
	12.12 Philippe Starck	165
Anexo M	Bibliografia referente ao Anexo L	175
Anexo N	Consultas via internet	176