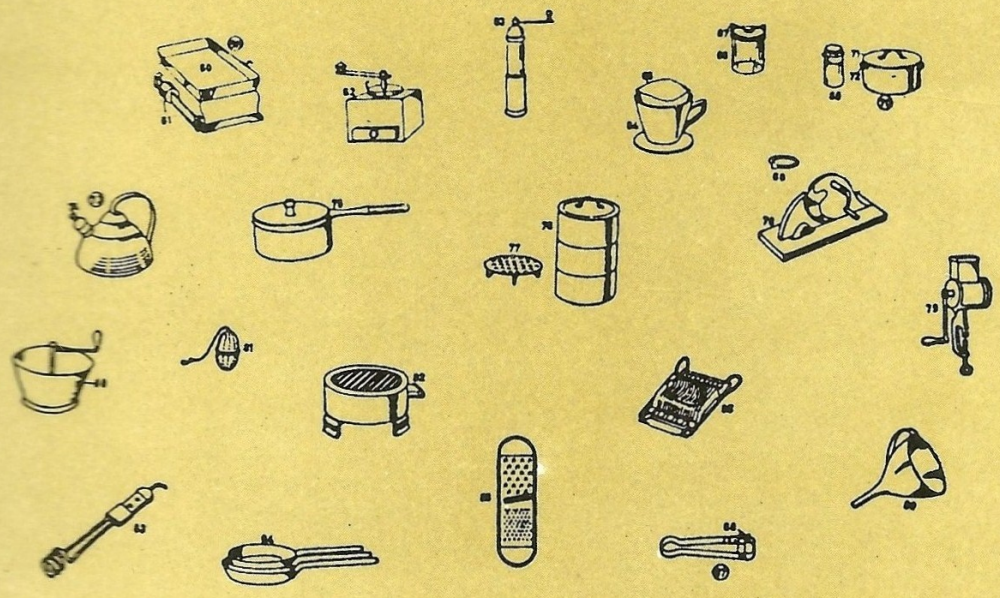
tempo brasileiro

Biblioteca
Tempo Universitário
62

ABRAHAM A. MOLES



TEORIA DOS OBJETOS

CIP-Brasil. Catalogação-na-fonte
Sindicato Nacional dos Editores de Livro, RJ.

Moles, Abraham A.
M731t Teoria dos objetos / Abraham A. Moles; tradução de Luiza Lobo; revisão técnica de Márcio Tavares d'Amaral. — Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, 1981.
(Biblioteca Tempo universitário; 62)

Tradução de: Théorie des objets
Bibliografia

1. Psicologia social 2. Teoria dos objetos I. Título II. Série

CDD — 301.1
81-0101 CDU — 301.151

ABRAHAM A. MOLES

TEORIA DOS OBJETOS

tempo brasileiro
Rio de Janeiro - RJ - 1981

BIBLIOTECA TEMPO UNIVERSITÁRIO — 62

Coleção dirigida por EDUARDO PORTELLA
Professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro

Tradução de
LUIZA LOBO

Revisão Técnica de
MÁRCIO TAVARES d'AMARAL

Diagramação e revisão de
MARIA DA CONCEIÇÃO RAINHO

Capa: Antônio Dias e

Traduzido do original francês
Théorie des Objets

Publicado por:
Editions Universitaires, 1972

Direitos reservados
EDIÇÕES TEMPO BRASILEIRO LTDA.
Rua Gago Coutinho, 61 (Laranjeiras)
Cep. 22.221 - Cx. Postal 16.099 - Tel.: 205-5949

RIO DE JANEIRO - RJ - BRASIL

SUMÁRIO

1 — O OBJETO COMO MEDIADOR 7
Objeto e sujeito 7
Análise do ambiente 8
Uma promoção do objeto na vida cotidiana ... 10

2 — O OBJETO COMO MEDIADOR SOCIAL 13
Distanciamento social e vida fenomenológica .. 13
Papéis e funções do objeto 18
Objeto e mensagem 19
Valores e aspectos dos objetos 21

3 — DEFINIÇÕES E FENOMENOLOGIA 25
Que é um objeto? 25
Os campos de pesquisa do objeto: o apartamento 33
Um campo de pesquisa alternativo: o local de trabalho 36
Um universo do objeto novo: o magazine 36
Um outro campo de pesquisa: o estoque 38
Um ciclo dos objetos: o sótão e o antiquário ... 40
O Museu: o objeto embalsamado 42

4 — A CLASSIFICAÇÃO DOS OBJETOS: O MÉTODO TAXONÔMICO 43
Metodologia e taxonomia 43
Denotação e conotação dos objetos 46
Da classificação 47
Do papel e da função como "sentido" do objeto 50
Um exemplo de hiperfucionalidade de uma coleção 53
Distância semântica dos objetos: método das matrizes de similaridade 55

As forças que regem a colocação dos objetos num espaço fechado 59

5 — DA CLASSIFICAÇÃO UTILITÁRIA DOS OBJETOS 61
A classificação nas lojas: o magazine universal 61
Ausência de classificação: significado e valores da desordem 65
Distância funcional 66
Classificações utilitárias baseadas num aspecto físico 63
A galeria universal e a optimização do contato com os objetos 63
Conclusão 71

6 — MUSEU E SÓTÃO COMO LOCAIS DE DESCOBERTA DE OBJETOS 75
O museu, reserva de objetos 75
Do sótão 73
Do catálogo 79

7 — UMA TEORIA DA TABELA DE VALORES 83
A tabela de valores como racionalização das motivações 83
Um valor privilegiado: o valor estético 87

8 — O TEMPO NO OBJETO 93
Fenomenologia da relação temporal ser-objeto 93
Deverá o objeto desafiar o tempo? 98
Uma teoria da permanência do cenário 99
A obsolescência psicológica 102
Uma nova filosofia da material'dade? 105
A morte dos conjuntos de objetos 107

9 — DA SINTAXE DOS OBJETOS 111
Das leis sintáticas de agrupamento 111
Ordem próxima, ordem longínqua, como critério fundamental de classificação 116
Sutileza de descrição de estilos 119
Criar um plano de mobiliário através do computador 122
Da complexidade de um cômodo mobiliado de um apartamento 124
As classes volúmicas de objetos 125

10 — VALORES ARTÍSTICOS DOS OBJETOS 127
Da estética dos objetos 127
A idéia de valor comercial de um objeto de arte 128
Prestígio dos materiais e verdadeiro e falso ... 130
Valores sociais, valores pessoais 131
As funções da galeria de arte 133

11 — A COLEÇÃO 137
Objeto único e conjunto 137
Gênese da coleção 139
Fenomenologia de uma coleção 141
Do livro como objeto 141
As classes de grandeza do objeto-livro 142
O continente: a biblioteca 144
Da encadernação: anti-livro e meta-livro 145
Um outro objeto: o disco 147
Um m'ni-objeto: o anel 148
Anel e publicidade 150

12 — DO PRESENTE 153
Papel social do presente 153
Da psicologia do presente 155
Tipologia dos presentes 157
Psicologia social do presente de empresa 159

13 — O INVENTO (*GADGET*) 163
Útil, inútil, fútil 163
As séries de inventos e as séries de funções 164
Gadget e *budget* tempo 165
Fator de fascínio do *gadget* 166
Uma matriz heurística do *gadget* 167

14 — TEORIA DAS NECESSIDADES E SUPRIMENTO 169
Função, necessidade e significação 169
Exibição e suprimento 171
Ofelimite e desenvolvimento 173
Tipos de relação do homem com o objeto 177

15 — CONCLUSÃO 179

BIBLIOGRAFIA 185

1

Objeto como Mediador

Só compreendemos um universo modelado por nós mesmos.

Nietzsche

Objeto e sujeito

O objeto passou a ser um elemento essencial do nosso ambiente. Tal comentário em si mesmo justificará o tema aqui escolhido dentro de um plano de "Psicologia Social" considerada como o estudo das relações entre o Homem e a Sociedade — ou as que se dão no mundo contemporâneo.

O plano de pensamento ao qual nos referiremos é o da sociedade em que vivemos, ou, mais precisamente, aquele onde se vê atuarem as forças e valores que irão reger a médio prazo a nossa vida, e em relação aos quais temos que tomar uma atitude, conformando-nos a uma noção de perspectiva: "agir sobre o presente em função de uma imagem de futuro em vez de o considerar como uma simples excrecência do passado" (G. Berger), seja para acelerar o aparecimento desta imagem, seja para recusá-la e impedir sua realização. De qualquer modo, é necessário um conhecimento do envolvimento pessoal de cada indivíduo.

A função deste livro será de atrair a atenção do cidadão da sociedade de consumo, do homem de negócios, do planejador visual, para um fenômeno importante, susceptível de se tornar um tema

principal nas próximas páginas. É o problema do objeto, mediador universal, revelador da Sociedade na progressiva desnaturalização desta, construtor do ambiente cotidiano, sistema de comunicação social, carregado de valores como nunca no passado, apesar do anonimato da fabricação industrial.

Coloca-se, assim, como primeira noção de ambiente, esta esfera fenomenológica que envolve o indivíduo, e pela qual passam sucessivamente as mensagens do outro ou dos outros. O estatuto da "Sociedade" na percepção pessoal encontra-se reduzido, ao nível de um simples fator de ambientação.

Análise do ambiente

Precisemos inicialmente este termo "ambiente" que significa essencialmente aquilo que está em redor de um indivíduo no espaço ou no tempo. A partir da época dos meios de comunicação de massa, das grandes transferências dos homens, coisas e idéias, já não basta reduzir o ambiente ao espaço geométrico descrito num mapa ou numa imagem; deve-se ver aí um sistema espácio-temporal, onde o transporte é estabelecido de acordo com determinadas regras, variáveis mas conhecidas, uma correspondência necessária entre distâncias e tempo. Tal é a penetração em Ciências Sociais do conceito "Espaço-Tempo", desenvolvido muito claramente nas Ciências Físicas e expresso por Hermann Weyl na sua célebre obra *Raum, Zeit, Materie*. A agenda de reuniões, por exemplo, é uma descrição da dimensão temporal do ser socializado.

Este pode ser descrito pela imagem da "Esfera Fenomenológica", zona fronteira do ser onde se ostentam as mensagens do *Aussenwelt*. O homem recebe do seu *Umwelt* mensagens (Informática) e exerce sobre estas ações (Praxeologia), num círculo simétrico de *feedback* fechado sobre o próprio meio.

Organizemos portanto um inventário deste ambiente que nos levará a uma série de Categorias do mundo exterior. A imagem fundamental será então da interface Homem/ambiente, descrito pelo círculo de reação bastante conhecido de mensagens/ação.

Distinguem-se na prática duas categorias epistemológicas deste ambiente: o ambiente *próximo,* tudo o que nos rodeia ao alcance do nosso ser, do homem "tal como é em si mesmo", não modificado biologicamente, ambiente *perspectivo,* onde tudo o que está afastado

tem, proporcionalmente, menos importância que o que está próximo; o ambiente *afastado,* que implica "deslocamento" ou "espera", exige recurso a um esforço do ser físico ou psicológico.

O objeto intervém aqui visivelmente como um prolongamento do ato humano; ferramenta, instrumento de ação, ele deverá inserir-se numa praxeologia. Logo em seguida, ele intervém como sistema de elementos sensíveis que resistem aos fantasmas do ser, o objeto é atirado de encontro a nossos olhos e sentidos, é uma barreira e uma realidade.

Um dos problemas essenciais colocados aqui é o da passagem deste estatuto de prolongamento da ação ao de mensagens da sociedade, no momento mesmo em que esta se dilui diante da apreensão do sociólogo sob a influência de uma transformação em um sistema de massa ou antes em um conjunto de sistemas. O objeto torna-se mensagem e mensagem social, o objeto é proveniente do mundo dos homens. É sempre o produto de algum *Homo Faber* e nunca de uma Natureza mais ou menos transformada, que recua para o segundo plano de nossas preocupações.

Nosso objetivo será, portanto, considerar os objetos como mediadores da relação entre cada homem e a sociedade. Justifiquemos um pouco este ponto de vista. Partamos da imagem de ser social, proponhamo-nos um inventário das zonas fundamentais da realização do ser.

Os *atos* que o algoritmo estruturalista decompuser em uma série de praxemas se recomporá em *táticas*: sequência de praxemas com vista a um fim.

As *Mensagens* recebidas — do mundo natural
— do mundo artifical
— do Outro
— dos Outros

em sistema de ação ⇆ reação inteiramente conforme às hipóteses de uma *Psicologia do Comportamento.*

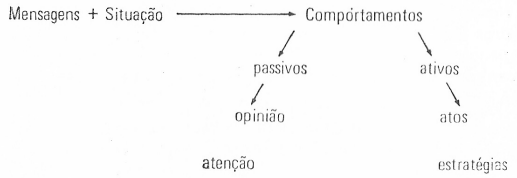
Uma distinção torna precisa esta situação; é a diferença, introduzida pela tecnologia, entre mensagens ou atos:

— *próximos,* ao alcance dos sentidos dos homens;

— *longínquos,* situados a uma distância que ultrapassa nossos sentidos mas ligados por um sistema de transferência.
  - telecomunicação
  - teleação

	Próximo	Longinqüo
ATOS	Contato com o outro	Telecomando
MENSAGENS	Conversação	Telefone Correio

Enfim, o ser situa-se numa série de padrões ambientais, eles próprios classificáveis ao serem estudados pelo observador. Nós os chamaremos aqui de situações, especificando assim os conjuntos psicológicos, numa teoria do Condicionamento fortemente ampliada: situações que representam sistemas de percepção condicionando o futuro e as táticas do indivíduo.



Para expor as funções do objeto, chegaremos a um triplo inventário:

— das *situações*: que inventaria e classifica os ambientes psicológicos e sociais, preparando uma teoria das necessidades;
— dos *atos*: preparatório de uma praxiologia estrutural;
— dos *objetos*: que, além da simples enumeração, procurará leis estatísticas dos conjuntos destas, preparando uma estatística fenomenológica.

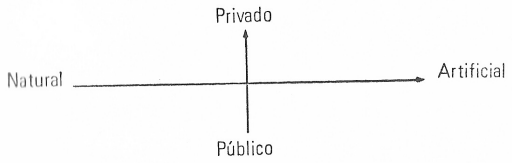
Uma promoção do objeto na vida cotidiana

O papel fundamental do objeto é portanto o de resolver ou modificar uma situação por meio de um ato utilizando (raiz da palavra-utensílio) um objeto. Este visivelmente surge — é um primeiro sentido — como *mediador* entre o homem e o mundo. O objeto, inicialmente um prolongamento do ato do ser humano, numa *funcionalidade essencial,* ferramenta generalizada (a casa, máquina de habitar, de Gropius), desprende-se desta inserção na ação para passar ao nível de uma parte do Umwelt, pois se transformará num elemento do sistema, resultado do condicionamento do ser humano pelo ambiente.

Este objeto inserido no ambiente íntimo (como a minha esferográfica ou a minha lâmpada de escritório) pertence essencialmente a este *Universo da Vida Cotidiana* sobre o qual Lefebvre, entre outros, chamou a atenção mostrando como há uma promoção da vida cotidiana atrações da massificação da vida socializada, que aumenta a distância social e enfraquece a presença humana, criando uma espécie de vida social contemporânea que os objetos vão preencher. Digamos que, se a natureza humana tem horror do vácuo, o ser a bolha fenomonológica do ambiente do qual ela é formada está fechada e se acha, como resultado da reificação tecnológica das relações sociais, esvaziada de seu conteúdo humano, o homem sentirá a tendência a preencher este vazio por uma revalorização dos elementos ditos "materiais" do seu ambiente.

Socialmente, quanto mais numerosos são os seres, menos oportunidades eles têm de se reencontrar ao nível dos valores personalizados. Daí a promoção da vida cotidiana, e, entre outras, uma *promoção do objeto,* dado imediatamente e permanentemente sob as nossas vistas, e sobre o qual se exerce nossa ação. Lefebvre define a Vida Cotidiana como aquilo que permanece quando se *abstrai* ou *extrai* do vivido todas as atividades especializadas e determinadas, no sentido social do termo.

A Cotidianeidade introduz a dimensão sociológica na vivência imediata, logo pela transformação dos objetos em bens que geram desejos, função de portadores de signos e reveladores sociais, oposição do *privado* e do *público* e o artificial em oposição ao natural.

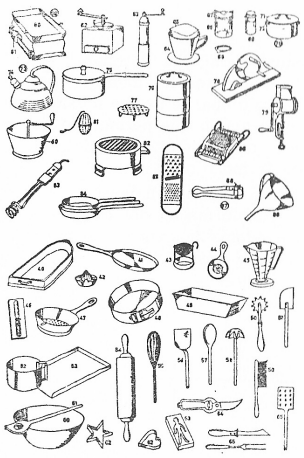


Estas oposições propõem, portanto, um sistema dimensional, descrevendo os fenômenos do ambiente.

Para maior clareza terminológica, reservaremos o nome das *coisas* para os sistemas naturais separáveis e enunciáveis, e o de *objeto,* aquilo que for efetivamente produto do homem: o sílex talhado e polido em oposição ao sílex bruto.

Os objetos "reduzem" as coisas, pelo jogo combinado de uma eliminação do natural e de uma artificialização do *Umwelt.* Esta é uma das definições de *Cultura* que lembraremos aqui: o meio artificial que o homem se criou. A Natureza, com seus prados e animais, seus espaços verdes e seus parques nacionais, sofre este mesmo processo, inserido nos limites "domesticados", como diziam nossos economistas, preparada para a Sedução; ela não é, de fato, mais que um capítulo do grande inventário dos elementos do ambiente. Mais ainda, ela é um erro cultural, pois parece condenada a ser reduzida pelos processos de enquadramento técnico e de poluição turística a um resíduo de uma civilização passada, apoiada, ao contrário mesmo da evidência vivida, em um mundo imenso e psicologicamente ilimitado.

LUGAR DO OBJETO



2

O Objeto como mediador social

Things are on the saddle and they ride mankind.

Emerson

Distanciamento social e vida fenomenológica

O capítulo anterior esboçou o aumento progressivo do papel do objeto no ambiente do ser humano. Nós estabelecemos que:

- Os fenômenos dominantes da vida social contemporânea são os processos de massificação e de tecnologia: os homens concentrados em massas enormes, submetidos ao impacto dos meios de comunicação de massa, prisioneiros deste ciclo da produção de massa, mudam de caráter.
- Resulta disto um aumento da distância social, isto é, da soma dos esforços para estabelecer um contacto humano; a hierarquia social aumentando, os seres tornam-se mais afastados uns dos outros; a sociedade assemelha-se cada vez mais a um conjunto de átomos sociais. O ser humano perde a sua significação.
- Neste *vazio social,* o fenômeno essencial para o psicólogo é portanto o ambiente do indivíduo, espécie de "concha" mais ou menos fechada sobre a qual se projetam as mensagens do mundo exterior, mensagens próximas ou longínquas, transferidas pela telecomunicação, e sobre a qual, reciprocamente, ele age. Este é um dos

paradoxos da sociedade dos meios de comunicação de massa; exatamente quando as imagens do Japão aparecem na tela de sua televisão, o homem se fecha na sua própria esfera, perde o contato com os outros, passa do *carisma* de Weber para a reificação do *Outro* e para a impersonalização funcional dos seres.

● Este ambiente que se situa no espaço-tempo, é palco de uma série de fenômenos em grande parte desprezados pelos sociólogos, chamada por Lefebvre de "Vida Cotidiana", e cujo inventário convém estabelecer.

Noutras palavras, há uma promoção da Vida Cotidiana em detrimento da Vida Coletiva. Estes inventários terão portanto um caráter "microscópico", aplicados ao indivíduo situado no centro desta esfera. Eles propõem uma tarefa importante ao psicólogo social, pois exatamente a vocação deste é de partir do indivíduo para chegar a sociedade, e não o contrário. Micro-atos, micro-acontecimentos, micro-prazeres, micro-angústias, constituem a essência da textura da vida, compreendendo-se aí a vida "social" em detrimento das estruturas "em grande escala" que se diluem no longínquo e se tornam os elementos de um quadro em vez de serem produtos do próprio homem. Os grandes acontecimentos são raros na vida cotidiana; de qualquer forma, os diversos sistemas de segurança e de homeostas e social, ao reduzirem qualquer impacto sobre a vida individual, realizam, entre outros, um dos papéis da socialização.

● No inventário deste *Umwelt* perspectivista, entram:

Situações ● sejam estáticas (mensagem passiva do ambiente. Exemplo: mobiliário, paisagens, etc.)

● sejam dinâmicas (acontecimentos, fenômenos, estímulos. Exemplos: a campainha do telefone, as mensagens da rádio ou do jornal).

Os atos: reações do homem às mensagens do ambiente seja sob a forma de signos: palavras, opiniões, expressões das atitudes, etc., seja sob a forma de *ações* propriamente ditas: trabalho, micro-atos, manipulações, com o fim de mudar a imagem do ambiente que o estruturalista decompõe para estudá-las em séries de praxemas combinadas em táticas. Estas duas categorias fenomenais descrevem o círculo ação ⇆ reação do cibernético ou o sistema estímulo ⇆ respostas do psicólogo.

Os objetos, elementos produzidos, à distância, por homens, objetos fabricados, etc. que servem de mediadores entre as situações e os atos assumindo uma função: *ferramentas* e *produtos,* são o exemplo mais evidente.

	A xícara	A colher de sopa	A colher	A mesa	Um livro	Papel	Uma garrafa	Uma cadeira	O telefone	O pão
A xícara	0									
A colher de sopa	1	0								
A colher	1	1	0							
A mesa	2	2	2	0						
Um livro	3	4	4	2	0					
Papel	3	5	5	2	1	0				
Uma garrafa	3	2	3	2	2	4	0			
Uma cadeira	4	5	6	1	2	4	5	0		
O telefone	4	5	6	2	2	3	4	3	0	
O pão	3	3	4	2	5	3	2	4	6	0

Exemplo de estímulos de distâncias semânticas numa escala de 7 pontos: 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6.

Matriz de distância semântica entre diferentes objetos.

Quando se pede a pessoas que avaliem a "distância" que pode haver entre os objetos de uma dada coleção *n* procedendo por pares, constata-se que, apesar da imprecisão da pergunta, as respostas obtidas são suficientemente precisas e estáveis para dar lugar a um quadro aqui apresentado. Existe portanto uma distância entre os objetos e esta pode ser interpretada de forma estatística, como veremos no capítulo V.

Esta noção de objetos, instrumentos, produtos, máquinas, etc., foi recentemente enormemente ampliada. Uma cadeira é um instrumento para sentar, um automóvel é uma máquina para se deslocar, etc. A casa é uma cristalização isoladora do ambiente perceptivo a uma determinada escala.

● Nesta perspectiva, o papel da *Natureza* e das *Coisas* naturais acha-se diminuído, posto em questão, eliminado com relação ao *artificial,* com o produto da Civilização industrial, devidamente inserido como fundamento da Vida Cotidiana.

● Resultado destes diferentes aspectos é que não somente a Natureza é um erro da Filosofia, mas também que a própria sociedade aparece, senão como um erro de sociologia, pelo menos como

um sistema de caráter fortemente materializado, uma rede complexa de comunicações, de serviços, de mecanismos que fornecem estes serviços. A ampliação do conceito de *serviço* é paralela à do conceito de objeto.

A sociedade está nos limites máximos da percepção individual; ela perdeu todo seu caráter carismático, pois é a fornecedora de serviços e produtora de limitações, constituída como um sistema de instituições: explícitas (por exemplo: jurídicas), ou implícitas (por exemplo: de costumes).

O ser preenche então aquela bolha de vida social por uma promoção do objeto. Sem sofisticar com o nome de "lei de Gumplowicz" este fenômeno bem conhecido pelos sociólogos, digamos que a *cena* da Consciência individual não pode permanecer indefinidamente vazia. O ser observa as suas relações humanas se distanciarem e se rarefazerem pela vida em massa; o ser descobre, seja através de Kafka, R. Borde, ou pelas lamentações dos psicanalistas, que a sociedade humana foi ultrapassada, salvo raras exceções, por um sistema social total que cada vez mais adquire o caráter de uma máquina, exercendo a sua força sobre todos os aspectos contabilizáveis da vida, exceto talvez os mais microscópicos; é este ser que vai, naturalmente, ser levado a colocar em primeiro plano desta cena o existente: o objeto ou os objetos sobre os quais ele exerce o seu domínio e que constituem um novo mundo real e acessível, intimista e personalizável, mesmo que o observador exterior e estatístico o denuncie — mas a quem? — como uniforme. "Nós só podemos compreender, dizia Nietzsche, um universo modelado por nós mesmos". Se, para viver, o ser tem necessidade de agir sobre o exterior, então dá-se uma promoção dos objetos e um aumento numérico destes.

• O objeto, mediador funcional, torna-se, melhor ainda, o verdadeiro testemunho da existência de uma sociedade (industrial) na esfera pessoal; ele substitui ao mesmo tempo, o espírito coletivo e o Outro individual. Ele é mediador, desta vez da Sociedade em seu conjunto, personalizado num artesanato obsolescente ou estritamente impersonalizado nos produtos de plástico dos supermarcados, ou pseudo-personalizados no objeto único do antiquário ou de coleções. O objeto é o mediador social e é como tal que estudaremos seus principais aspectos partindo da sua funcionalidade.

	EUROPA	CHINA	COREIA	JAPÃO	BÁRBADOS	INDONÉSIA	TUNGUZ	AINU	TCHUKTCHI	REKINE	KASTCHADEL	SAKOI	MELANÉSIA	AUSTRÁLIA
Percursão colocada com percurtor	+	+	+	+	+	+	+							
Movimento circular alternante	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		+	
Movimento circular contínuo	+	+	+	+	+									
Cavalo	+	+	+	+	+		+		+					
Arminho	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Ferro	+	+	+	+		+	+							
Bronze	+	+	+	+	+	+								
Cerâmica ou recipiente artificial	+	+	+	+	+	+	+		+	+			+	
Tear	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Fuso	+							+						
Máquina de tecer a pedal (Rouet)	+	+	+	+	+	+								
Costura (corte) (coupe)	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+			
Artesanato de cestas	+	+	+	+	+	+		+	+			+	+	+
Tecelagem de uma fileira (rang)		+	+	+	+	+		+					+	
Tecelagem de duas fileiras (rangs)	+	+	+	+	+	+								
Criação de animais	+	+	+	+	+	+	+	+	+					
Agricultura	+	+	+	+	+	+							+	
"Houe" agrícola	+	+	+	+	+	+								
Charrua	+	+	+	+	+	+								
Mecanismos especiais	+	+	+	+	+	+				+				
Comércio de ferro	+	+	+		+			+	+					
Comércio de recipientes	+	+		+				+			+			
Comércio de tecidos	+	+	+	+			+	+						
Comércio de produtos agrícolas	+	+	+	+				+						
	23	23	22	22	19	16	10	10	9	6	5	3	7	2

Veja-se aqui, de acordo com os trabalhos de Leroi-Gourhan, um resumo de um certo número de atividades simples fundamentais do ser humano,

dando origem eventualmente a um escalograma do desenvolvimento, desde os elementos mais freqüentes, tais como o tear, até os elementos mais raros, como o fuso. A recombinação deste quadro segundo as técnicas clássicas do escalograma gera, para o conjunto dos tipos de população, uma medida de um grau de civilização técnica, preparatória para o desenvolvimento de um universo de objetos. Pesquisas do museu das pequenas cidades de Bucareste mostraram por exemplo que uma redivisão da ordem de 10.000 objetos por um vilarejo de 40 casas e 350 habitantes, é uma propriedade na época pré-industrial num país de civilização agrária, de 250 objetos por "família" de 9 pessoas.

Papéis e Funções do objeto

Examinaremos detalhadamente os papéis sociais do objeto: a monografia dos objetos. Estudando-os um a um no seu lugar, seu papel, seu aspecto, a sua relação com os outros, ofereceremos um método global de estudo. Enunciamos aqui apenas os papéis do objeto.

A função de base já definida pela questão "por que" ou "para que isto serve", é identificável a uma semântica objetiva e universal do objeto, enunciável, — no que muitas vezes se reduz o termo de função à utilidade — como papel mediador entre situação e atos.

Contudo, o psicólogo, estudando as reações do ser em relação ao ambiente, verá no objeto o elemento de um sistema de posse, de dominação provisória de colocação do homem sobre o mundo próximo, levando-o à acumulação como processo de aumento do seu Lebensraum e a identificar-se à soma dos objetos possuídos, sinais ostentatórios da sua capacidade de consumidor (Veblen).

A filosofia, ao responder então à idéia de domínio e notando, com Hegel, que não se pode separar o escravo do patrão, denunciará em sentido inverso a noção de alienação, a tutela da geladeira sobre o burguês, da escravidão do homem aos seus móveis, aos seus objetos.

O objeto traz ao indivíduo uma *Catharsis* de seus desejos, uma compensação a frustação. É o presente que consola a mulher mal-amada, o *gadget* (invento) que distrai e alegra o ser decepcionado, é a compra da enciclopédia que provoca a ilusão de domínio dos conhecimentos.

O objeto, enquanto elemento do ambiente, insere-se em um conjunto (set), num agrupamento estruturado. Ele cumpre aí uma função estética a um tempo profunda e imediata, em total concordância com a vida cotidiana: ele é o principal responsável pela estética na cotidianeidade, do prazer do belo ao nível do vivido. É esta a idéia de *Kitsch*, desenvolvida em outro livro, e cuja incidência sobre

a vida do homem do século XX e da sociedade da Felicidade é considerável.

Enfim, mas principalmente, de acordo com o que vimos mais acima, o objeto tornou-se, com uma força incomparável com relação aos séculos precedentes, mediador entre o homem individual e a sociedade. Mais precisamente, poder-se-ia mostrar que, tendo os Outros perdido toda a presença carismática no sentido de Weber para reduzirem-se aos elementos de um conjunto social distanciado, neutro, impessoal, frio, a presença do Outro na esfera cotidiana só se produz — salvo exceções por isso mesmo extraordinárias — por via destes mediadores. São eles os testemunhos da existência industrial e tecnológica de outros seres humanos, construtores ou fornecedores de supermercados, planejadores visuais e operários longínquos e anônimos, cuja existência e situação exata no processo de fabricação é, ao contrário do artesão das épocas pré-industriais, indeterminada (produções plásticas parcialmente automatizadas) ou mesmo duvidosa (ainda existirão operários, mesmo que existam certamente engenheiros técnicos e modelistas?).

Objeto e mensagem

O objeto tornou-se o mediador essencial do corpo social, estando este presente no Umwelt pela casa construída, o automóvel fabricado, a caixa de conservas produzida, etc. É a prova operacional, a demonstração de existência de um sistema social profundamente alterado com relação à sua presença de todos a todas as sociedades carismáticas.

A comunicação de massas estabelece-se, portanto, por esta via. O objeto é a comunicação: ele é portador de signos: o perfume "Jereviena", de Worth, monóculo ou cama para três, "Diga-o com flores", Rolls Royce das 200 famílias ou o Mercedes preto do Diretor, universalidade e ubiqüidade do secador de plástico, sua forma, suas curvas, o ser seguro nas mãos ou observado com os olhos, são ao mesmo tempo mensagens permanentes do corpo social, a um tempo onipresente e afastado do indivíduo, que lhe recordam no segredo fechado da sua concha privada, a presença do olhar do Deus Social. Este será um dos fatos fundamentais que nós estudaremos: a passagem progressiva do objeto-função ao objeto de comunicação, o qual obriga cada vez mais a seguir, cada vez mais estreitamente as leis desta ciência das comunicações, cujas aplicações às Ciências Humanas tornam-se doravante determinantes.

I — Aqui serão introduzidas categorias sociológicas:

— objeto em si próprio: indivíduo ao qual se liga o sistema de coordenadas; observador acompanhando o objeto nas suas metamorfoses e identificando-se com ele;

— objeto isolado: situado num contexto, num quadro;

— objeto em grupos, que constituem um conjunto, um *set* de inter-relações;

objetos em massa, que são um conjunto sem propriedades de ligações.

Isto nos levará ao esboço de uma sociometria dos objetos em grupo: suas relações e suas hostilidades, suas associações.

Alguns métodos de estudo do objeto

O método heurístico aqui empregado é o de "limitação do pensamento". Uma vez que, etmologicamente, o termo demografia ou estudo das populações em nada implique que essas populações sejam necessariamente "humanas", deduz-se a idéia de que os principais algoritmos da ciência das populações:

- grandeza da população
- pirâmide de idades
- natalidade, mortalidade, graus de reprodução
- taxas de variedade
- leis de associação
- instituições,

poderão ser suscetíveis de aplicação. O estudo do objeto "isolado" não é mais o do objeto *em si,* do qual pretendemos criar uma fenomenologia, mas do objeto num ambiente neutro e vazio, ou seja, numa relação dialética figura-fundo. Ela valoriza uma relação figura-fundo através da idéia de cofre, de caixa, de pedestal (quadros, objetos de arte), de suporte, de embalagem, que implicam em toda uma psicologia.

O estudo do *objeto em grupo* seguirá a definição dos grupos: conjuntos restritos, quase fechados (família, grupo de amigos), onde os elementos do grupo, aqui os objetos, conhecendo-se uns aos outros, coabitam, coexistem num espaço restrito. A densidade de população de objetos num apartamento, numa área de trabalho do operariado, etc., responderá a esta definição. Estabelecer-se-ão, portanto, as distâncias sociométricas, espaços vitais e leis de coexistência (*Lebensraum*) tendendo a uma *ecologia dos objetos* em geral.

Enfim, os *objetos em massa* emergirão como um sistema anônimo, onde cada indivíduo é ignorado em proveito de uma tipificação do seu ser. Não é mais o meu fogão elétrico *Arthur Machin N.º 68245*, é o fogão a gás da casa de família média, ou o fogão de amostra que se encontra exposto na vitrine, numa ecologia de massa de fogões elétricos em relação às geladeiras e aos fogões a gás. É a esferográfica de ponta de bola, sempre anônima e sempre substituída, passando de mão em mão, mas numa função ao mesmo tempo pessoal: a esferográfica de ponta de bola Dupont não é a Durant, é impessoal: pois a esferográfica Durant não tem número e, portanto, não é identificável senão pelo seu grau de uso.

O sistema de coordenadas não está mais ligado à esferográfica; os homens que as utilizam não passam de metamorfoses sucessivas da vida (diagrama de Lexis). Ele está ligado ao bolso de M. Dupont. Os hidrodinâmicos diriam: é um sistema de campo de valores e não uma equação intrínseca da partícula.

Num tal lugar de espaço-tempo, susceptível de translação, fixa-se um fluxo de objetos caracterizado por uma *densidade* num ponto (fluxo de canetas). É um modo de estudo que se caracterizará, por exemplo, na exibição (Display) de uma vitrine ou no estoque de um grande magazine.

Valores e aspectos dos objetos

Assim se delineia a invasão da vida quotidiana por eles representada, a sua promoção ao título de medianeiros, e daí a sua função de comunicação. Segundo a fórmula de Mac Luhan, "the medium is the message", o objeto portador de forma é mensagem fora dele próprio, além de sua materialidade. Por vezes, esta função de *Gestaltträger* ultrapassa a própria função que contribuiu para criá-la. Há vários aspectos na função do objeto como modo de comunicação.

Há de início a noção de *portador de forma*: por exemplo, as curvaturas das torneiras do banheiro, sensíveis muitas vezes ao nosso olhar e as nossas mãos, preparando reações e estimulando reflexos motores. É o ponto de vista do criador: artesão, artista, planejador visual, que surge da estética e da teoria o funcionalista.

Pode-se isolar o papel do objeto no contato que o homem mantém com os outros. É o problema de uma cultura de objetos, de

uma ampliação da noção de cultura que nós frequentemente temos a tendência a reduzir às imagens, sons e textos, enterrados nas bibliotecas, nos museus e nas discotecas, esquecendo-nos de incluir aí supermercados, e os entrepostos, as galerias de modelos e a esfera de nossa vida Cotidiana, museu individual permanente de nossa cultura pessoal. Aqui, os objetos cotidianos de nosso ambiente, comprados, utilizados e rejeitados, exercem as mesmas funções de comunicação que os jornais, as cópias do museu imaginário e os concertos radiofônicos. A sua circulação na sociedade segue, regra geral, as mesmas leis e exerce as mesmas ações que eles, mobiliando o cérebro do indivíduo com formas e reações. A originalidade ou a banalização, a alienação ou o domínio do ambiente, manifestar-se-ão neste campo.

O objeto é, por outro lado, uma oportunidade de contato interindividual. Em vez de passar um telegrama, pode-se enviar uma jóia portadora de mensagens funcionais e simbólicas. Esta constitui uma presença vicária do amante longínquo para a mulher amada.

O objeto é mais ou menos personalizado, mais ou menos assinado, menos pelo criador que pelo seu *expedidor*. Existe uma linguagem dos presentes e uma atividade pessoal ligadas à especificidade de uma vitrine, de um estoque que constitui um objeto de escolha para o etnólogo contemporâneo, passando do *Kula* e do *Potlatch* dos etnólogos, a mecanismos de relação mais ou menos sutis. O Potlatch é a doação carismática que todos se dão a todos, em uma forma comunitária que não perde a sua individualidade. O *Kula* é a doação circular descrita por Malinovski entre diferentes povos do Pacífico Ocidental, cujo exemplo moderno (mas sem intencionalidade) seria a caixa de chocolates de amendoa que os Silva oferecem aos Marcondes, que os oferecem aos Ribeiros, que os oferecem aos Leitão, que por fim os oferecem aos Silva. Nós faremos mais adiante mais alguns comentários sobre os presentes de empresa.

O objeto é uma ocasião de contato humano. Fazer compras, comprar os produtos ou as coisas é, ao menos provisoriamente, entrar em relação com um certo número de indivíduos: vendedoras de lojas, merceeiros, vendedores ambulantes, etc., numa relação muito particular cujo ideal explícito é o de reduzir o ser humano vendedor a uma máquina perfeitamente regulada, ornamentada de um sorriso e mesmo eventualmente deste serviço "personalizado" que é supremo refinamento da impessoalidade, visto que todos os consumidores têm direitos iguais neste serviço.

Enfim, uma sociologia do objeto é levada a tomar os objetos em massa, a invocar a idéia de coleção, de disposição (array) de série, de exibição (display) ou de estoque, isto é, a estudar uma massa de objetos pertencentes a diversos tipos (enumeração, inventário, etc.) a qual se presta a uma análise estatística num grande número de casos. Falaremos também da comunicação de massa, aludindo à massa dos objetos fabricados numa série uniforme e inundando o mercado, ou à mensagem complexa de uma massa de elementos.

3

Definições e fenomenologia

Ficar na superficialidade das coisas

J. Perrin

Que é um objeto?

Etimologicamente *objectum* significa atirar contra, coisa existente fora de nós mesmos, coisa colocada adiante, com um caráter material: tudo o que se oferece à vista e afeta os sentidos (Larousse). Os filósofos utilizam o termo no sentido daquilo que é pensado e se opõe ao ser pensante ou sujeito.

O termo objeto, portanto, constitui-se:

— por um lado, no aspecto de resistência ao indivíduo;

— de outro lado, no caráter material do objeto;

— enfim, na idéia de permanência ligada a inércia.

Em alemão, *Gegenstand* exprime a mesma idéia: o que está colocado contra e cuja materialidade se opõe aos seres pensamento ou razão (objetivo, objetável, etc.)

Esta definição é extremamente ampla e uma fenomenologia da vida cotidiana conduz a restringí-la extremamente. É esta que distinguirá os "objectos" das "coisas" em geral, que constituem, na sociedade industrial, o conjunto de parentesco, atribuindo ao objeto a idéia de produto específico do homem.

O objeto, dentro da nossa civilização, é artificial. Não se falará de uma pedra, de uma rã ou de uma árvore como um objeto, mas como uma coisa. A pedra só se tornará um objeto quando promovido a peso de papéis, e quando munida de uma etiqueta: preço ..., qualidade..., inserindo-a no universo de referência social.

O objeto tem portanto ao mesmo tempo um caráter passivo e fabricado. Ele é produto do *Homo Faber* e, mais ainda, produto de uma civilização industrial: uma caneta, uma lâmpada de escritório, um ferro de passar, são objetos no mais completo sentido da palavra.

O objeto no espaço-tempo

O sociólogo interessa-se precisamente por este aspecto para construir uma teoria dos objetos, distinguindo ainda entre objetos de *consumo* (caixas de fósforos, tomates empacotados em celofane), e objetos não consumíveis. Ele será levado a separar em todo o conjunto os objetos fabricados do ambiente dos objetos de *consumo*, ou seja, fabricados e concebidos para serem consumidos. Exemplo: os jornais e as latas de conservas, os objetos duráveis não consumíveis na sua essência, mas submetidos aos processos de *desgaste* e *acidente* (exemplo: o isqueiro, o prato), estes pretendem, na experiência imediata, durar *sempre*-mesmo se durarem apenas por *algum tempo*. Esta categorização, na prática importante, é precisamente uma das oposições questionadas pela sociedade de consumo. Deixando de lado a prescrição incorporada, que não ousa dizer seu nome e que está destinada a criar *subrepticiamente* um consumismo de carros ou de meias de mulher, a sociedade introduz *explicitamente* uma passagem regular da categoria de bens duradouros aos bens transitórios de consumo (louça, roupa branca de papel são alguns dos exemplos) destinados desde o seu nascimento a mortalidade infantil, e guardando, assim, uma certa juvenilidade.

Nosso interesse em seguida principalmente se concentrará nos objetos que pretendem à durabilidade, basicamente, porque é neles que a verdade da resistência do objeto ao sujeito (Gegenstände) é a mais evidente. O objeto de consumo não oferece ao espírito esta opacidade fenomenológica, este aspecto de estabilidade, de pedra construtiva do ambiente que a mesa, o telefone ou o rádio transistor oferecem. O tempo aparece aí como uma dimensão suplementar da variância das formas, introduzindo pelo grau de desgaste, uma memória que os objetos trazem à percepção do mundo: o prisioneiro *dostoievskiano* captava a duração antes pelo desgaste da sua gamela do que pelo comprimento da sua barba.

O objeto é igualmente caracterizado por suas dimensões: ele está na escala humana, e antes ligeiramente inferior a ela. Um átomo, ou um micróbio, são "objetos" apenas por um esforço de racionalidade, além da percepção: de fato, eles não passam de "objetos de estudo", no sentido filosófico. Uma montanha, se é "objeto de percepção", não é mais um objeto no sentido corrente do termo. Uma casa também não passa de um objeto, pois pode-se entrar nela. O homem em geral fica exterior aos seus objetos, e este comentário é igualmente válido para o carro ao qual a mobilidade dá entretanto muitas das características de um objeto. Uma categoria interessante em numerosos casos é a oposição entre o *englobado* (aquilo que se toma nos braços) e englobante, aquilo em que se penetra e que em alguma medida nos acolhe (o vestuário, o casacão).

Portanto, o objeto situa-se a um certo nível do Modulador tal como é definido por Le Corbusier na pesquisa dos módulos dos elementos do mundo exterior com relação ao homem.

Para julgar o que é um "objeto objetivo", tomar-se-ão mil pessoas e dez mil elementos do mundo industrial, estes repartidos igualmente nos diferentes casos da grade do Modulador quanto às dimensões. Pedir-se-á aos mil indivíduos que digam o que eles chamariam "objeto". Seu julgamento recusará o título de objeto às pirâmides e às casas, atribuindo-o aos telefones, ou aos lápis, também o recusará à poeira, ou às bactérias. Das suas respostas se concluirá uma *fenomenologia estatística* do objeto, quanto às suas dimensões.

Na prática, seremos levados a subdividir este domínio (de alguns milímetros a alguns metros) em quatro níveis de percepção baseados no conhecimento táctil:

1) Os objetos nos quais se entra: o automóvel, a casa, a que se poderia chamar de maxi-objetos;

2) objetos da nossa dimensão e pouco móveis, dos quais os móveis seriam um exemplo (esfera do gesto);

3) os objetos suportados pelos precedentes, ou contidos neles (pratos, máquina de escrever) que se pode segurar nas mãos;

4) os micro-objetos que se seguram entre os dedos.

Uma raspadeira de sílex é um objeto enquanto que o sílex não o é, e os paleontólogos se dedicaram a numerosas discussões sobre este assunto. Em resumo, à pergunta "o que é um objeto?", responderemos: *é um elemento do mundo exterior fabricado pelo homem e que este pode segurar e manipular.*

Um objeto é *independente* e *móvel*. Um móvel não é na realidade um objeto, porque ele é, contrariamente à sua etimologia, imóvel e geralmente volumoso. Ele só adquire a qualidade de objeto quando fica móvel, transportável ou transportado como uma mesinha ou uma cadeira.

Enfim, um objeto tem um caráter, senão passivo, pelo menos submisso à vontade do homem. Um objeto pode ser manipulado à nossa vontade e, se um gato não é um objeto, um gato cibernético pode sê-lo.

O objeto como sistema de elementos: A complexidade dos objetos

Todo o conjunto de elementos ou de objetos ligados por relações funcionais pode ser considerado como um *sistema* no sentido da teoria com este nome, sistema que é caracterizado por uma métrica própria, inerente ao universo dos objetos ou dos organismos, a grandeza da *complexidade*.

A teoria da informação fornece uma medida desta mostrando que a compreensão de um organismo para um observador pode ser assimilada por uma *mensagem* que este último envia ao observador, noção concretizada no conceito de *organograma*. Esta noção se aplicará ao mesmo tempo à dos objetos constituídos por um grande número de elementos reunidos (organismos, objetos industriais, grupos sociais etc.) e por outro lado, de *coleções* destes unidos por um caráter comum e de noções de subordinação. Exemplo: inventário de uma loja, de um mercado, ou de um apartamento (exibição: *display*).

O estudo intrínseco de um objeto ou sistema

A noção de complexidade mede uma propriedade inerente a um universo combinatório e comporta tantos *aspectos*, isto é, dimensões quanto nossos pontos de vista que o indivíduo descubra sobre o mundo exterior. Duas destas dimensões estão ligadas à descrição de um sistema ou organismo unitário: a *complexidade estrutural* e a *complexidade funcional*.

A *complexidade funcional* está ligada às necessidades dos indivíduos, membros do mercado: uma máquina de escrever, "é feita para

escrever". Ela comporta um certo número de funções-ligadas ao estudo dos locais de trabalho — com o fito de realizar um certo número de produtos: a página datilografada e as diversas funções elementares: virar o rolo, marginar, bater a barra de intervalo, manipular as teclas, etc. Estas funções intervêm com freqüências de ocorrência muito diversificadas, dando lugar, por conseqüência, a um *repertório* de funções e por isso, a uma expressão estatística da ação global datilográfica, que é um conjunto mais ou menos *complexo* de ações mais simples, condicionadas, por exemplo, pelos reflexos nervosos do indivíduo. A complexidade funcional é *uma dimensão estatística dos usos*.

A *complexidade estrutural* da mesma máquina de escrever é, por exemplo, ligada ao conjunto das peças elementares que se encontram reunidas pelo construtor. Uma máquina de escrever *"é feita de..."*; segue-se uma lista de peças. Ai também, algumas das peças são idênticas: parafuso, molas etc. Aí também algumas dessas peças são diferentes. Estas, em seu conjunto, constituirão o armazém de acessórios do mecânico, com tipos utilizados mais ou menos freqüentemente. Concebe-se que a complexidade estrutural esteja ligada à variedade do *repertório de elementos* e pode-se mostrar que não existe diferença entre esta complexidade estrutural e "a informação" no sentido da teoria do mesmo nome, fornecida pela mensagem que será o esquema orgânico da máquina ou do objeto fabricado.

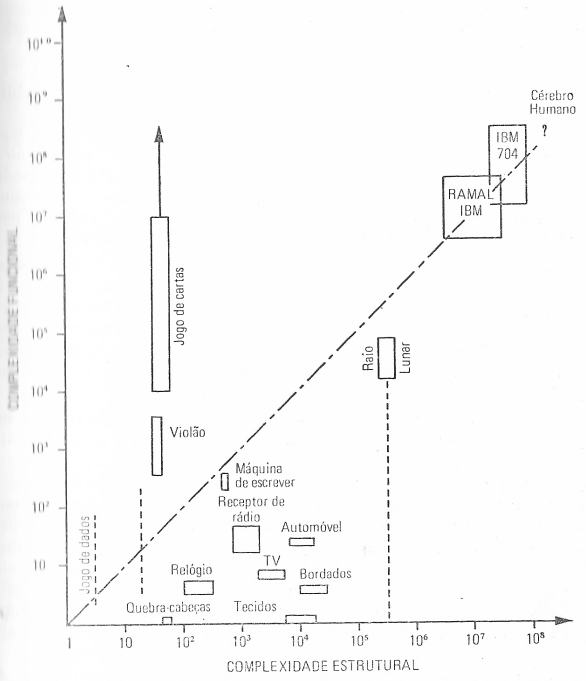
Complexidade estrutural e complexidade funcional são portanto as dimensões essenciais do mundo dos objetos ou dos organismos, e permitem traçar um *mapa do mundo dos objetos* (fig. p. 31).

Uma sociologia dos objetos procuraria, entre outras coisas, explicar as concentrações geográficas destes objetos, a percentagem de objetos industriais simples com uma função única ou reduzida, situados na base do diagrama e, ao contrário, as zonas de concentração ou de rarefação dos diferentes objetos. Assim, por isso mesmo, ela própria levantaria a questão: por que em determinado mercado os objetos com um certo grau de complexidade estrutural e funcional existem em grande número ou, reciprocamente, por que objetos tendo este ou aquele grau de complexidade estrutural não são eles fabricados pela indústria humana? Aqui vê-se bem o processo metodológico a partir de um certo conceito universal: a complexidade. O ser humano define as dimensões e se coloca problemas sobre as anomalias de uma repartição, ou seja, sobre os "fenômenos" que ele assim faz *emergir*.

Notar-se-á, por exemplo, uma tendência dos pontos representativos ligados aos sistemas ou organismos muito *complexos,* tendo um grande número de elementos (exemplo: máquina de calcular, centrais telefônicas) a evoluir aproximando-se pouco a pouco da diagonal do diagrama, isto é, a adotar uma complexidade estrutural proporcional à complexidade funcional, devido à intervenção de peças ou de elementos padrões repetidos e combinados de maneira diversa (noção de redundância estrutural), o que aumenta sua inteligibilidade.

As relações entre "complexidade funcional" e "complexidade estrutural" de um mesmo organismo colocam, por exemplo, em termos numéricos, o problema da reconversão de um empreendimento industrial.

Assim, a reconversão far-se-á respeitando o axioma da *continuidade de evolução* nos domínios de produtos cujas complexidades funcionais e estruturais não são muito diferentes das dos produtos que a empresa fabricava anteriormente. Caso contrário, ela perderia o seu caráter próprio e uma tal transformação brusca a despersonalizaria, por assim dizer: uma fábrica de automóveis não se reconverterá na fabricação de pentes de matéria plástica. Pode-se levar mais adiante estas considerações, notando-se que a complexidade estrutural de um objeto fabricado está ligada, por uma correlação bastante íntima, à complexidade (esta funcional) da oficina de trabalho ou da fábrica que serve para fabricar estes objetos. Para cada peça elementar, com efeito, há um ou mais locais de trabalho; cada um destes se encontra combinado em um conjunto que tem uma função global: a fabricação do organismo. Exemplo: a fabricação de uma máquina de escrever ou de um automóvel. O empreendimento, enquanto organismo humano, ao realizar a simbiose dos homens e das máquinas, tem sua própria complexidade funcional. A reunião diversificada das funções elementares de trabalho e sua própria complexidade estrutural, ligada à similitude ou à diferença dos locais de trabalho, visto do ângulo da organização, comportará, por exemplo: uma oficina de corte e costura, uma de prensar de impressão de plástico, de moldagem de eletricidade, um serviço de secretariado, um serviço de contabilidade, uma administração, etc. Concebe-se que, paralelamente ao *plano dos objetos fabricados* que representam os universos dos objetos, situa-se um outro plano, o das *empresas que fabricam* os objetos, cada uma caracterizada pelas sua própria complexidade funcional e sua complexidade estrutural própria. Há aqui um incentivo de uma teoria das relações entre indústria e mercado.



Neste diagrama, que constitui um mapa esquemático do mundo dos objetos, dão-se, em abcissa, a complexidade estrutural numa escala logarítmica e, em ordenada, a complexidade funcional numa escala logarítmica da mesma base. A título indicativo, colocou-se no diagrama das regiões avaliadas de alguns organismos tecnológicos comuns. Notar-se-á que certos organismos têm uma complexidade estrutural elevada (expresso em dígitos binários) uma complexidade funcional relativamente baixa: um automóvel tem aproximadamente quarenta funções (direção, velocidades, aberturas, faróis, etc.) e uns quinze milhares de órgãos pertencentes a um grande número de tipos. Pelo contrário, os organismos tais como computadores parecem orientados para uma lei de proporcionalidade entre a complexidade fun-

cional e a estrutural. A complexidade funcional é muitas vezes difícil de avaliar de acordo com o nível hierárquico de interesse que chame a atenção do observador.

A revolução da precisão e a teoria do mercado consumidor

A *complexidade funcional* — variedade dos atos elementares que o homem pode combinar na utilização de um objeto — e a *complexidade estrutural* — variedade das reuniões de órgãos que se pode fazer para obter um objeto ou um organismo complexo — aparecem a nós como as *longitudes* e as *latitudes* do mapa do universo dos objetos dos quais já conhecemos um certo número de regiões.

O conceito de complexidade é portanto essencial à civilização tecnológica, uma vez que o *Homo Faber* substituiu pouco a pouco o seu papel desde a fabricação de objetos unitários, trabalhados a mão: a ferramenta, o utensílio, etc. em direção à idéia de *arranjo ou de combinatória* de partes simples, de elementos cujas propriedades transcendem as destes elementos: o todo é maior que a soma das partes.

Este deslocamento tornou-se manifesto desde a descoberta da precisão mecânica, ou seja, de um sistema de *normas* métricas universais, traduzindo indicações precisas de milionésimo de milímetro, por exemplo, autorizando a reunião de peças díspares fabricadas por indivíduos completamente independentes, ignorando-se uns aos outros e considerando apenas as notas de compras ou o plano industrial enviado à oficina de execução em Hambury, Chicago ou Pequim, para em seguida passarem a ser reunidas num processo de cadeia de montagem, situado num lugar geograficamente oportuno. Este processo é condicionado pela precisão com que se respeita as indicações, apreciado pelas unidades de medida universal (calhas e barras de ferro que tornaram célebre o nome da firma Johansson) e pela idéia de colaboração simbolizada pela cadeia de montagem. O papel dominante da indústria mecânica passou do de "ajustador" àquele que se arranjava por retoques sucessivos, para que peças díspares consintam em reunir-se jogando-se sutilmente com uma mentalidade artística sobre jogos ou recuos na forma das peças, ao "metrologista" ou ao "controlador" que sansiona os desvios às normas, aceitando ou recusando as peças cuja origem ele deseja ignorar. Trata-se de uma verdadeira revolução industrial que ocorre no Ocidente, por volta da I Guerra Mundial.

O recente aparecimento das indústrias de moldagem e de matéria plástica nas quais a precisão é ligada à idéia de *molde* e presa

técnica e economicamente à de multiplicidade dos elementos, foi o segundo caráter essencial desta tendência da civilização tecnológica a derivar do objeto simples o organismo, o conjunto de caráter combinatório. Com efeito, parece que a grande novidade da tecnologia moderna é a aparição, cada vez mais insistente, de sistemas *combinatórios* nos quais um mesmo repertório de peças pode ser reunido de diversas formas distintas com graus de complexidade estrutural vizinhas para satisfazer a fins diferentes. Pode-se dizer que o universo dos objetos técnicos tende para uma espécie de "Meccano" universal, um jogo combinatório que é uma nova solução do problema humano da unidade na diversidade.

O moinho para legumes-aspirador-picador de carne elétrico-ventilador seria um símbolo do mundo técnico pela mesma razão de que o computador I.B.M. de 100.000 unidades de memória, que combina os mesmos dados de base segundo programas diversos, e até mesmo se permite ao luxo de efetuar uma meia dúzia, senão ao mesmo tempo, pelo menos nos intervalos entre uns e outros?

Os campos de pesquisa do objeto: o apartamento

Onde encontramos os objetos? Quais são, segundo o sócio-psicólogo, os *campos de pesquisa* ou de experiências de uma ciência dos objetos?

Estas serão as *esferas de acesso* ao objeto, ou seja, os pontos de espaço-tempo onde a linha do universo do indivíduo se encontre cercada da *densidade máxima* de objetos por unidade de volume deste *espaço-tempo*.

Tipos de esferas:

- a concha do gesto imediato (pequenos objetos)
- o império pessoal fechado do apartamento (móveis) (utensílios)
- o império funcional: lugar de trabalho que examinaremos separadamente (ferramentas, máquinas do local de trabalho do operário) (instrumentos de laboratório) (escritório)

É certo que o lugar mais evidente para encontrar grande quantidade de objetos é nas *esferas imediatas* de acesso e de *apropriação* de cada indivíduo: o apartamento e suas peças, seus cantos e seus emolduramentos. Pode-se de fato organizar segundo os tipos de apropriação conforme a uma escala proposta pela percepção do espaço:

Trata-se em cada um destes domínios de um conjunto (*set*) organizado, em todo o caso de um *sistema compreensível,* pois um indivíduo (o criador do conjunto) percebeu-o numa organização relacional: tal escova de cabelos comprada numa tal ocasião para *servir;* tal cuco, *recordação* de um determinado local de viagem; tal vaso colocado para estabelecer a *simetria;* tal quadro que *decora* tão agradavelmente o corredor.

Para cada um destes objetos: O_1, O_2... O_n, existe uma *razão* de ser: R_1, R_2... R_n, em princípio enunciável pelo indivíduo, mesmo se ela parece pouco inteligível ao observador exterior. É certo que, entre estas razões, devem ser classificados o *esquecimento,* a *negligência,* etc. Mas a enunciação possível deste (se for usada a via psicanalítica) será para nós um critério de compreensão, de ligação semântica explicitável. O apartamento será o primeiro domínio do objeto, a um tempo para a criança na sua descoberta do mundo e para o adulto pela relação de propriedade (ou de usufruto) que exerce sobre aquele.

QUADRO I

Objetos possuídos por jovens de 15 a 25 anos: Áustria

Aprendizes		Escola Superior	
Máquina fotográfica	53%	Equipamento de Sky	80%
Equipamento de Sky	50%	Fotografia	75%
Terno preto	44%	Terno preto	53%
Colar de corrente	43%	Discos	47%
Discos	42%	Nadadeiras	47%
Nadadeiras	38%	Rádio portátil	40%
Rádio portátil	35%	Máquina de escrever	33%
Sapatos-esporte	35%	Flash	32%
Terno de couro	25%	Alfinete de gravata	22%
Alfinete de gravata	21%	Gravador	20%
Equipamento de flash	20%	Colar de corrente	19%
Jóia personalizada	20%	Jóia personalizada	17%

QUADRO II

Livros

Principiantes	Número	Escolares
3	mais de 100	12
4	51-100	24
21	26-50	40
49	6-25	21
13	1-5	2
10	0	1

Pequenos objetos possuídos por jovens de 16 a 24 anos na França:

Máquina fotográfica	50%
Rádio	40%
Amplificador, vitrola	27%
Motocicleta	27%
Motorizada, moto	12%
Instrumentos musicais	10%
Carro	9%
Máquina de filmar	3%
Televisão	3%
Barco de recreio	2%
Nada	11%

Bélgica — França — Holanda: jovens de 15 a 25 anos:

Máquina Fotográfica	46%
Discos	36%
Rádio	21%
Vitrola, amplificador	18%
Liquidificador	6%
Máquina de escrever	5%
Aspirador	5%
Máquina de lavar	5%
Geladeira	4%
Gravador	3%
Televisão	3%
Máquina de filmar	1%

Um campo de pesquisa alternativo: o local de trabalho

Englobado nesta esfera imediata de acesso, mas substancialmente diferente, coloca-se o *local de trabalho* quando ele é constante, familiar. O melhor exemplo é o gabinete e o local de trabalho, a oficina.

Eles comportam zonas de apropriação, essencialmente enriquecidas por objetos pessoais. Estes precisamente marcam esta apropriação. Nos lugares supostamente submissos ao império de um poder exterior, mas temporariamente apropriados pelo indivíduo que reside aí (exemplo típico a cela do prisioneiro ou o canto da criança), o Poder Reinante pode vir a destruir ou modificar o arranjo, a disposição dos objetos, provocando frustrações e perturbações. Lembramos aqui as tentativas feitas pelos Ministérios de Defesa Nacional de criar por razões de segurança, gabinetes inteiramente *vazios* de objetos, e o prejuízo total ao nível da pessoa. Os objetos presentes no gabinete, no local de trabalho, tem este mesmo caráter. Visto pela composição de uma *racionalidade irracional interna,* eles são suscetíveis de serem englobados em uma organização que, desta vez, participa de uma certa racionalidade de princípio. A coleção de conchas de caracóis dificilmente encontrará um lugar num gabinete, mesmo que a de carimbos a dissimule num canto de uma gaveta. Pelo contrário, um grande número de mata-borrões, canetas e grampos testemunharão funcionalidade; o calendário será uma ornamentação pessoal ou uma necessidade funcional. É a idéia de decoração artesanal. O grampo será um *gadget* ... Voltaremos a estas palavras: amor ou ódio ao local de trabalho, alegrias distrativas ou "auro" artístico?

Um universo do objeto novo: o magazine

Um dos locais onde se encontram os objetos, um dos terrenos de caça do pesquisador é a loja, da qual o magazine ou o supermercado são casos exemplares. A loja cumpre uma função de distribuição. Fornece ao indivíduo uma exibição de objetos fracamente estruturado para o cliente ("onde é a seção das meias?"), é fortemente estruturado, mas de maneira puramente artística para organizador do mesmo. A loja é assim uma "parede sociológica" cheia de objetos. O ser, reflete sua própria imagem nos objetos que escolheu o vendedor no ato de apresentá-los.

A loja é portanto um dos lugares importantes para o sociólogo dos objetos, pois propõem-nos em massa, supostamente "novos", ou

seja, não utilizados, essencialmente fora da esfera de apropriação: os objetos ainda não pertencem a ninguém, no sentido jurídico e econômico, nem mesmo ao vendedor, que se quer desembaraçar deles.

A loja coloca um problema difícil, o da classificação ou ordenação dos objetos díspares que constitui um forte algorítmo de raciocínio permitindo uma penetração mais ampla na organização do universo objetal.

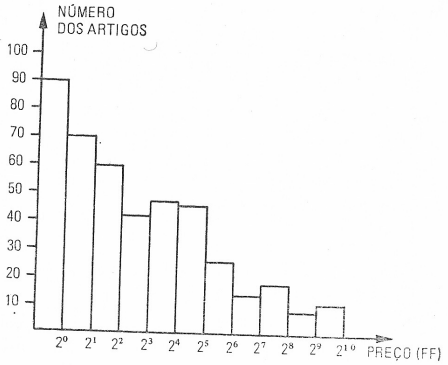
Classificaremos, entre outros, as lojas por comparação:

- *importância*: *grandes ou pequenas;*
- *grau de variedade*: quantidade de objetos diferentes, volume no espaço, ou melhor, *complexidade* da exibição;
- *dinamismo*: quantidade de objetos diferentes/unidade de tempo;

e distinguiremos as quatro categorias:

pequenas lojas: pequeno volume, número pequeno de objetos;
lojas especializadas: volume pequeno, número de objetos médio, complexidade bastante grande (a loja de botões: 12.000 tipos);
supermercados: volume médio, grande número de objetos;
grandes magazines: volume grande, número muito grande de objetos, grande complexidade.

Mais tarde voltaremos a esta classificação, evocando, no momento, o Mito da "Loja Universal", entidade abstrata, irrealizável mas que se propõe como fim normal esforçar-se para ser real, fornecendo ao ser humano objetos ou mercadorias da mesma forma que a biblioteca Internacional Universal teria como fim conservar um exemplar de todos os livros publicados no mundo, e assim, representar a ciência humana: toda a memória do Mundo, dizia Alain Resnais. Seria esta loja imaginária que desejaria guardar pelo menos um exemplar de todos os objetos fabricados no mundo e, assim seria o símbolo de toda a Indústria do mundo, toda a produção industrial materializada. Trata-se aí muito exatamente de um mito dinâmico. Irrealizável, permanente, evocador, cristaliza-se numa fórmula, que ainda não encontrou o seu Borges, um sonho da humanidade consumidora ou fabricante. Ela conta múltiplas aproximações e faz concretamente o subdesenvolvido sonhar, ao desembarcar no *Macy's* ou nas Galerias *du Printemps*. O termo de "Galerias" é por si evocador de uma imensa cadeia de balcões e objetos. Se a loja é um sistema de mostruário, de cristalização do mercado, de criação de desejos, de satisfação de necessidades, é essencialmente *público*: é uma parede social onde se defrontam produtores (ou distribuidores) e consumidores: é uma *inter-face.*



Divisão dos artigos vendidos por classes de preço em um catálogo de uma grande loja.

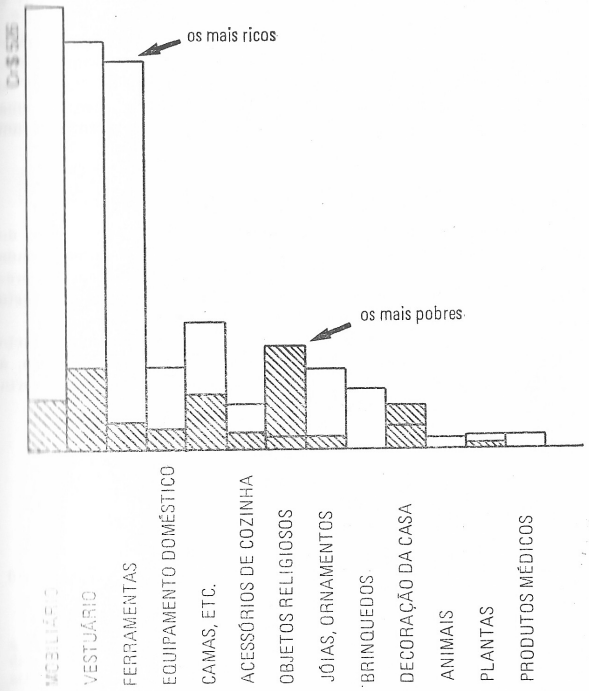
Estudamos aqui, pelo catálogo da Manufatura de Armas e Ciclos de Saint-Etienne, o número de artigos por categorias de preços; classes logarítmicas: 1 F, 2 F, 4 F, 8 F, etc., de acordo com as hipóteses de Bernouilli sobre a percepção do valor. Notar-se-á que os pontos deste diagrama se dispõem em torno de um plano inclinado, constante, como Zipf já havia assinalado em seu célebre trabalho sobre o princípio do menor esforço, retomando aliás as idéias de Pareto.

Um outro campo de pesquisa: o estoque

Completamente diferente é o organismo implicado no sistema da loja que é contudo essencialmente não público: o estoque, ou reserva, no qual a dimensão de *mostra*, de visualização, é inexistente, mas que é regida fundamentalmente pela estatística dita de ZIPF — tipo-símbolo (tipo *token*).

Mais exatamente: no fundo, levando-se a um extremo, em nada se alterarão as propriedades de uma loja se, através de uma automatização conveniente, cada "artigo" (tipo) que o apresenta não esteja na vitrine. Ou seja, se só se vende um *exemplar* dele, como ocorre freqüentemente com os objetos dispendiosos, sob a condição de ele ser indefinidamente renovado por uma via imediata. A relação amorosa ou de posse exercida pelo cliente sobre o objeto (ou reciprocamente) não seria fundamentalmente alterada; não haveria

mais que uma exibição de tipos. O fato de que muitas vezes objetos do mesmo modelo sejam apresentados "em massa" é apenas um *contexto* de apresentação destinado a suscitar no indivíduo a criação de superabundância, riqueza ou liberalidade, que não existe na venda por correspondência. No estoque, ao contrário, os objetos são apresentados *em massa* em cada tipo, modelo ou categoria, pois, teoricamente, tal estoque deve bastar estatisticamente para responder à procura. Então o que rege este conjunto, é a divisão dos elementos de cada tipo. Há aí uma nova forma de abordar o objeto.



Os trabalhos efetuados por Oscar Lewis sobre a divisão dos objetos nas famílias dos bairros pobres do México constituem um verdadeiro inventário de objetos familiares domésticos. Ele comparou particularmente nestes bairros, as famílias mais pobres e as mais ricas e traçou o diagrama acima por categorias. Nota-se a considerável diferença na divisão implicando toda uma estrutura de consumo, refletindo os modos de vida. As categorias mais pobres dispõem de muito poucos elementos fixos: mobiliário, ferramentas, etc., mas de um grande número de objetos religiosos ou de objetos decorativos, relativamente às categorias mais ricas.

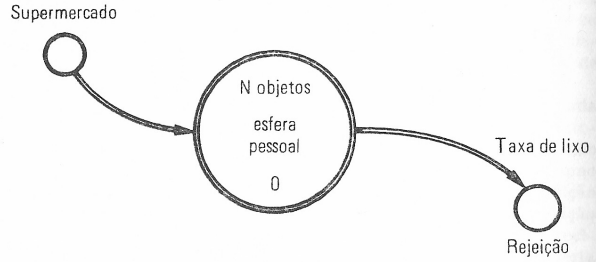
O estoque é o lugar dos objetos em massa no qual o que conta não é o número de tipos, mais a estatística tipo/símbolo (token) e onde o *volume do entreposto* é o fator determinante.

Veremos cada vez mais, ao longo deste processo, emergir as pressões de volume e tempo como fatores de organização de uma sociologia dos objetos. Paralelamente à célebre fórmula de Bossuet "o tempo é o fundamento da ruína de nossa substancia", aparece uma fórmula complementar: o *volume* cristalizado pela presença de um objeto, seria ele o custo último do objeto?

Um ciclo dos objetos: o sótão e o antiquário

Vimos emergir esta noção claramente a propósito do ciclo do objeto num novo terreno de exploração: o sótão. Entre os locais onde encontramos objetos, de um determinado *status*, diferem os precedentes. Mencionemos inicialmente estes locais poéticos do objeto que são os sótãos, ligados ao problema da rejeição.

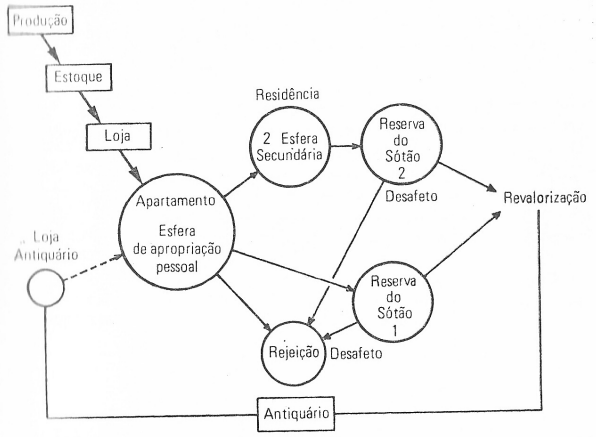
Marcávamos mais acima através de uma imagem, como o objeto criado pela manufatura ⇆ desde o nascimento do preço único, à sua morte, na lata de lixo, tem um destino onde exerce uma certa *duração de vida* na esfera pessoal do ser.



O circuito elementar dos objetos: estes partem do supermercado, entram na concha pessoal através de sua compra, aí permanecem por um preço médio O, e em seguida são rejeitados. É um fluxo contínuo, permanente, que organiza a circulação dos objetos na sociedade afluente.

Com efeito, o problema da despensa coloca-se como um dos problemas dominantes da vida cotidiana: a volta ao desconhecido ao incinerador doméstico, à lata de lixo ou a sensação de repelência ao objeto vendido "pronto para jogar fora" — aparece ao espírito como o mais evidente. Entretanto, nas civilizações que desenvolveram sistematicamente o papel do objeto, como a norte-americana, o problema não é simples. Lá muitos objetos vão para a *reserva do desafeto*, que é o sótão (ou porão), onde eles se valorizam lentamente, ou se desvalorizam para um julgamento definitivo sob a poeira: o "purgatório" do objeto.

De fato, o ciclo do objeto complica-se por esta reaquisição de valor de um certo número de objetos, pelo envelhecimento.



O ciclo dos objetos — Partindo do esquema acima e tendo em conta a existência de diferentes elementos, tais como o sótão da residência secundária, vê-se organizar-se uma circulação de objetos desde a sua produção até à sua rejeição, que se pode considerar um fluxo principal mas complicado

por um segundo circuito, baseado na residência secundária e sobretudo dando lugar a um verdadeiro ciclo por intermediário da revalorização que cria o vendedor de objetos usados e de antiquário.

Recentemente, o mecanismo foi modificado com o sistema que se estende na sociedade urbana, o da *residência secundária.*

Tal seria o ciclo de base sobre o qual nos veremos reduzidos a raciocinar.

O Museu: o objeto embalsamado

Por fim, faremos menção às reservas de objetos supostamente *belos* ou *notáveis* a qualquer título *universal,* depositados nos cemitérios de cultura que são os *museus* de todas as espécies, onde, eventualmente, os investigadores científicos se dedicam à botânica do objeto, a sua anatomia, e à sua autópsia. Por que um determinado objeto entra para um museu, por que vai para o museu do homem, para o museu das tradições populares, ou para o museu do Louvre? Questão colocada por Lévi-Strauss a propósito dos sistemas documentários. Que méritos possui um objeto dito "de Arte"? É o que examinaremos nos capítulos consagrados ao objeto de arte.

4

A classificação dos objetos: o método taxonômico

Metodologia e taxonomia

Depois de haver definido o que entendemos por um "objeto" no plano fenomenológico: produto fabricado pelo homem, isolável e móvel, à medida do homem teremos pesquisado os campos de pesquisa onde os objetos de nosso plano de definição existem em grande número e se prestam a uma análise. Este exame das reservas dos objetos mostrou-nos por um lado a futilidade de uma tentativa de nomenclatura extensiva: os objetos, mesmo manufaturados, isto é, obedecendo a uma norma formal qualquer, existem em número considerável. Eles obedecem ao algoritmo posto em evidência por Zipf de uma *lista aberta.* Quer dizer, de um esforço para ampliar a lista é sempre possível. Não há uma lista limitada: o inventor, o fabricante, o planejador visual, ampliam-se indefinidamente. Mas existe uma *lei estatística* desta ampliação: quando a lista aumenta, os elementos freqüentes aumentam ao mesmo tempo que os elementos raros,

I — Objeto, local de Coleta, situação no Museu

Museu do Estado de Etnografia de Bucarest

1. Denominação do objeto .....
2. Unidade ..... 3.
3. Coletado por ..... 5.
6. Objeto encontrando-se em... 7. Data

8. Comparado com ..... 9. Doação
10. N.º de catálogo ..... 12. Figura n.º
11. N.º de inventário ..... 13. N.º de ficha...
14. Foto

II — HISTÓRICO (UTILIZAÇÃO), ELEMENTOS ARTÍSTICOS

15. Histórico:
a) origem.....
b) modo de obtenção.....
c) circulação.....
16. Região principal de utilização.....
sim.....
17. Em uso
Não, Razão.....
18. Necessidade.....
19. Utilização racional..... Freqüência de utilização.....
20. Utilização mágica.....
21. Utilização religiosa.....
22. Elementos artísticos:
a) origem.....
b) motivo.....
c) ornamento.....
d) cor.....
23. Inscrição.....
24. Interesse etnográfico.....
..... Freqüência de obtenção.....

III — Indicações acerca do Proprietário ou do Informante

25. Nome.....
26. Data de nascimento.....
27. Endereço.....
28. Categoria social.....
principal.....
29. Ocupação
secundária.....
proprietário
30. Situação material
outra forma de renda
31. N.º da carteira de identidade.....
32. Nacionalidade.....
33. N.º de inscrição no C.I.C.....
34. Informante.....
35. Data de nascimento.....
36. Nível hierárquico.....

IV — Estrutura, processo de Prcdução, Estado de Conservação

37. Peças componentes.....
38. Materiais: a) .....
b) .....
39. Dimensões:
altura..... diâmetro.....
comprimento..... largura.....
espessura..... peso.....
40. Local de Utilização:
em casa.....
na oficina rural.....
na oficina urbana.....
na fábrica.....
41. Modelo (fonte de inspiração)
42. Nome do criador.....
43. Técnica Utilizada.....
44.
45. Tempo de utilização.....
46. data.....
47. Descrição das práticas mágicas.....
48. Descrição das práticas religiosas
49. Estado de conservação
50. Divisão, renovação
51. Desenho, esboço ou fotografia

V — FUNÇÃO DO OBJETO NO MUSEU

52. Utilizado em Exposição.....
53. Utilizado com um fim artístico.....
54. Utilizado para a pesquisa, estudo ou em publicação.....
ref. bibliográficas.....
55. Observações.....
56. Ficha cheia de..... 57. data..... 58. Pasta n.º

---

isto é, em uma dada época da cultura prontas as listas, contendo aliás, todas as coisas iguais, apresenta-se uma divisão constante de freqüências de ocorrência, em função do tempo.

Variedade de alguns repertórios de objetos ou produtos

"Micros"	1200 a 2000
"Prisunic"	2500
Grandes magazines populares (Cadeias Coop)	3500
Manufatura de Saint-Etienne	25000
Inno	60000
Grandes magazines	150000 a 300000

Os números dados acima constituem apenas uma indicação muito aproximativa por duas razões principais. Por um lado as estatísticas estabelecidas levam em conta quer o número de *tipos* de objetos distintos, quer o número de *modelos* de objetos, sendo a diferença entre os dois caracterizada pelo número de tamanho, de número de modelos, etc. Por outro lado, as indicações dadas estão ligadas a repertórios ótimos realizados em condições muito mal definidas.

O interessante é, então ver, em função das circunstâncias, como se edifica esta divisão e em particular qual é a "temperatura" segundo a feliz expressão de Mandelbrot, que institui um *critério ecológico* da lista, isto é, uma característica da economia das espécies. O que interessa ao sociólogo não é uma lista, mas as leis que ela segue (demografia e ecologia dos objetos): como os objetos vivem em conjunto e se organizam numa população. O que interessa ao psicólogo é o modo como os seres humanos se exprimem através dos objetos, como estão ligados a eles. E já vimos, a propósito das funções exercidas pelo objeto, os modos de expressão que eles podem ter a seu propósito. É, noutros termos, a linguagem do "sistema dos objetos" ou do objeto único. Examinaremos, seguindo as leis de Jung e de Bachelard a sócio-análise de alguns casos simples de objetos isolados. Mas nós nos aproximaremos de mais perto e de modo mais seguro da linguagem dos objetos se nos familiarizarmos com as categorias do seu vocabulário.

Denotação e conotação dos objetos

Lembremos inicialmente que uma "linguagem", qualquer que ela seja, compreendendo-se nela a apoiada por uma materialidade dos elementos que é o caso aqui — sempre comporta dois modos ou dois aspectos:

— aspecto *semântico* (*denotativo*), explicável à vontade por seu receptor;

— aspecto *estético* ou *conotativo*, constituído ele mesmo sobre as "harmonias do sentido", sobre os campos de liberdade que a norma da significação pura deixa para variações. Uma colher ornamentada por gravuras continua sendo uma colher utilizável para as funções previstas para ela. Noutros termos, a significação de um objeto, a parte semântica é, em grande medida, ligada à sua *função*, a sua utilidade em relação ao repertório das necessidades humanas. Um serviço de chá *é para* tomar chá. Esta significação tem um caráter mais objetivo, mais inteligível em palavras; é exatamente o aspecto semântico da palavra.

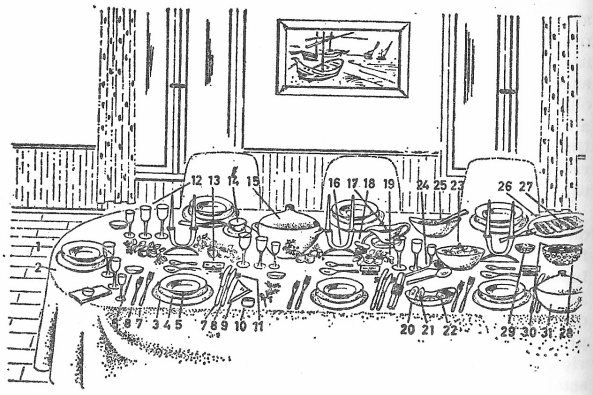
Mas o serviço de chá pode ser rococó ou chinês, de porcelana ou de vidro, luxuoso ou simples, sem se alterar sensivelmente a sua função explícita. Sua presença em um determinado lugar a certa hora, o ambiente que ele cria, a implicação que ele estabelece sobre as pessoas que o utilizam, etc. constituem uma "mensagem" bem diferente, sobreposta à primeira, mais vaga, pois as mensagens muito próximas poderiam ter sido acompanhadas pelas relações com o serviço para vinho do Porto, que, em princípio, cumpre uma função semântica nitidamente diferente.

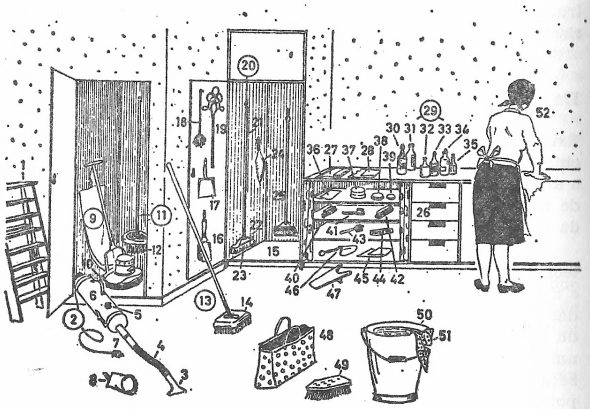
O estudo deste conteúdo repousa sobre as variações que a *mensagem objetal* pode sofrer sem se alterar muito a significação funcional de base. Parece portanto lógico situarem-se ao menos sumariamente as estruturas semânticas antes de se examinarem as estruturas estéticas. É assim que procederemos ao abordar as categorizações dos objetos, em função de diversos critérios.

Da classificação

Existe, de fato, um grande número de formas de classificar os objetos, pois eles preenchem funções, e estas são o objeto de toda a atividade humana. Também devemo-nos referir a alguns princípios de classificação, examinaremos alguns deles, baseando-nos nos fins da coleta dos objetos.

Notemos, inicialmente, que pouco nos interessamos pelo objeto técnico propriamente dito. Este tem um universo profissional: o fio e a tomada do rádio têm decerto algum interesse no agenceamento das suas funções. Contudo, tal função está longe da esfera imediata do homem da rua que, à parte da sua profissão, apenas conhecerá um setor muito limitado dela, que as idéias de utilização, organização, etc., lhe revelam. A "peça solta", que não nos interessa, aqui, pois não é um "objeto" no sentido que nos preocupa, da comuni-





Dois agrupamentos de objetos tais como realizam as enciclopédias ou os dicionários, a partir da idéia do centro de interesse: "a mesa posta, em baixo o quarto de guardados" (segundo Duden). Encontra-se em certas enciclopédias, tais como o Larousse, na França, a enciclopédia Quillet, o dicionário alemão Duden, tais quadros gerais que, através da necessidade de condensar um grande número de representações visuais numa lógica intuitiva, representam uma tentativa de aproximação de uma classificação dos objetos.

---

cação entre o homem e a sociedade, na medida em que se integra, *por definição*, num outro conjunto, o organismo do qual é "destacada".

Mais precisamente, sob o ângulo fenomenológico, com relação ao operário que a monta, e sobretudo sob a observação do que a vê, a peça solta será um *objeto* em cima do balcão, ou sobre a cadeia de montagem, pois ela é isolada, um "em si". Ela vive sozinha nos compartimentos de estoque, e possui um *status* por si mesma. Mas ela é absorvida, desaparece na sua função, quando a tomada, ou o carburador, se insere num papel onde ele é coextensivo à sua função, onde o todo ultrapassa a soma das partes. Na vida corrente, nós veremos um exemplo a propósito dos *acessórios* (múltiplos canos de um aspirador) que são tributários do principal e que representam um sistema de expressão. Pensemos na dona de casa que não descansa enquanto não possuir a panóplia completa de acessórios, ou na prodigalidade provocada pelo vendedor demonstrador de casa em casa, quando desembala os seus acessórios, dando lugar a uma verdadeira *cena teatral*.

Os critérios de classificação serão portanto para nós modos de aproximação, cada um dos quais nos revela alguma coisa dos papéis de um objeto. A pessoa no seu apartamento, o magazine nas suas prateleiras, o estoque nos entrepostos, o museu nas suas salas, procederão, cada qual, às classificações.

• Para o indivíduo que arruma o seu domínio, o processo de classificação é instintivo, até o limite do consciente, um tanto inerte, vago, muito tradicional, fortemente influenciado pela vida cotidiana. De fato, está ligada a dois tipos de fatores:

o vínculo à função;
a herança das tradições.

Os objetos estão ligados a "superfunções", tais como comer, dormir, descansar, e se escalonam a partir de *centros de interesse*. O estudo e o reagrupamento dessas funções excede o quadro psicológico deste estudo.

Lista de ocorrência dos móveis e objetos mais freqüentemente citados na arrumação de um cômodo (IFD):

1.	Cortinas	59%	11.	Rádio de móvel	39%
2.	Quadros	57%	12.	Estante de livros	31%
3.	Armário	55%	13.	Poltrona simples	36%
4.	Mesa	50%	14.	Mesa redonda, mesa	36%
5.	Televisão	50%	15.	Chaminé, frigideira	33%
6.	Tapete	48%	16.	Vitrine, cômoda	20%
7.	Flores, vasos	47%	17.	Carpete, tapete	20%
8.	Sofá, divã	43%	18.	Aparador	18%
9.	Poltrona acolchoada	43%	19.	Escrivaninha	15%
10.	Cadeira	42%	20.	Diversos	6%

● Por aí, vê-se que a divisão funcional é herdada de uma tradição de centros de interesse distribuídos no apartamento. Por exemplo, os da cozinha

— da sala "de jantar"
— da sala "de visitas"
— etc.

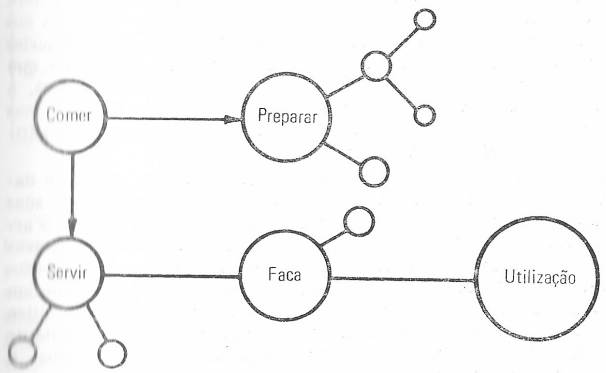
J. Schmidt, nos seus estudos da percepção do apartamento [1], colocou em evidência estes agrupamentos espontâneos de caráter tradicional nos quais influiu recentemente o mito da racionalidade, provocando outros tipos de agrupamentos, supostamente mais confortáveis para o modo de vida (o canto da cozinha na sala-de-estar de Le Corbusier).

Do papel da função como "sentido" do objeto

Acabamos de localizar os elementos de um ciclo econômico, ou antes ecológico, dos objetos, nos diferentes locais privilegiados onde eles se acumulam em grande quantidade e podem dar lugar à reflexão sociológica: o apartamento, o local de trabalho, o magazine, o estoque, o museu, o sótão.

[1] EKAMBI-SCHMIDT, Jezabelle. *A percepção do habitat*. Ed. Universitaires, 1972.

Fomos levados a procurar, nos modos de classificação a partir de critérios exteriores à sua natureza, idéias sobre o que poderia ser uma teoria dos objetos. Mostramos que não é abusivo falar-se de um discurso dos objetos no seu conjunto, e, como toda linguagem, esta possuía de um lado uma *mensagem semântica* mais ou menos ligada às funções realizadas e uma *mensagem estética* ligada ao conjunto das conotações contidas no *campo de dispersão* onde, sem

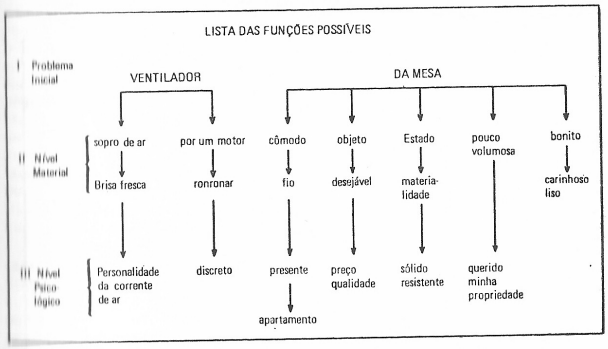


Um organograma da divisão das funções em relação aos cômodos do apartamento "ação de comer", comporta dois aspectos: o da preparação que se agrupará num cômodo separado, do serviço, e o aspecto da utilização. Cada um deles passará necessária ou presumivelmente por um certo número de objetos cujo agrupamento nos cômodos será por isso mesmo marcado pelos atos efetuados em cada um deles. Há aí uma ligação entre atos e objetos por intermédio da sua divisão que é evidente no exemplo proposto e que poderá servir de origem a um agrupamento funcional em família de objetos, os "objetos da cozinha", os objetos da sala de jantar, os objetos da sala de recepção, etc. "Este tipo de agrupamento funcional está diretamente ligado a um modo de vida; ele é independente da análise da sua função que nos propõe, por exemplo, o *design* que veremos mais adiante, ou da análise por variedades que nos propõe a idéia de coleção (ver mais à frente a coleção de objetos a escolher). Assim, diversos sistemas de análise são possíveis, cada um tendo a sua racionalidade; a classificação dos objetos por cômodo onde são realizadas certas funções é praticado instintivamente por todos e constitui a estrutura dos objetos num domínio fechado tal como o apartamento. Isto resulta da interferência entre os múltiplos sistemas de ordenação, cuja força é maior ou menor, segundo os indivíduos.

se alterar a função, propõem-se uma série de variantes possíveis, nos elementos secundários, que vem somar uma significação social, estética, econômica, etc., à mensagem de base. Podemos interessar-nos por uma ou por outra das mensagens, mas não se trata de ignorar uma em proveito exclusivo da outra, pois o campo conotativo ou estético é uma superposição feita sobre o sistema significativo. É este que vai centralizar as suas características.

Digamos que se um relógio de pulso de senhora pode tonar-se uma pura jóia ornada de diamantes que dá ocasionalmente a hora a título de brinquedo, seria muito difícil compreender o sistema dos relógios (mesmo os de senhora) sem pensar desde o início naqueles que são feitos para marcar a hora. É certo que o fabricante que procura antes de tudo um sinal feminino de distinção poderá, a partir desta idéia passar em revista isqueiros, colares e bolsas, mas os objetos serão inicialmente percebidos pela sua função e classificados universalmente a partir desta.

A realização dos objetos implica necessariamente, da parte daqueles que os fabricam uma análise consciente ou intuitiva das suas funções. Antigamente, como já vimos, os objetos resultavam do artesanato, e suas funções principais e secundárias eram progressivamente enxertadas umas nas outras ou eram fundidas uma na outra (peso e centro de gravidade, momento de inércia do machado em relação à mão do lenhador). Do jogo de tensões muito intuitivo percebido pelo artesão a partir do seu talento, antes que resultante de qualquer raciocínio, os objetos teriam uma função principal, à qual os outros estariam subordinados. Desde o aparecimento da civilização industrial e especificamente da fabricação em grande série, a profissão de criador de objetos sob o nome de *design* adquiriu uma importância considerável. Ela organiza a estrutura do objeto, seja novo ou tradicional, de uma forma que se pretende racional, em função de um certo número de fins ditados ora pelo utilizador ora pelo vendedor. Ela efetua análises de função generalizada atribuída a um objeto nos quais ela introduz não só o fim geral mas também o aspecto, a praticidade, a durabilidade, o conserto, a limpeza, etc. Num jogo complexo de funções parciais, ela constrói um organograma, preparando por etapas um *design* (planejamento visual) automático, no qual as funções estéticas ou estilísticas se encontrariam incorporadas no mesmo plano que a função tradicional. Os dois quadros seguintes ilustram alguns aspectos desta análise funcional a dois níveis, de um lado sobre o plano geral a três níveis, por outro lado num pormenor mais aprofundado como um quadro de exigências suscetível de uma avaliação numérica.



Depois de ter, para restringí-lo, eliminado do nosso campo de interesse o objeto consumível e a peça solta técnica, mas retendo, pelo contrário, os acessórios de um aparelho ou *gadget*, nós circunscrevemos o nosso campo de estudo aos diferentes modos de classificação aplicáveis aos diferentes universos de objetos: apartamento, loja, sótão ou museu. Os modos de classificação foram de início traçados no *apartamento*, ou melhor, *na concha de apropriação*, termo que é mais adequado para este caso.

Um exemplo de hiperfuncionalidade de uma coleção

A coleção funcional é uma exibição (display) particular, onde a noção de *família* é regida pelo conceito tema e variação. Partindo do axioma: um objeto para cada função, ela afirma-se no conceito: um objeto para cada *função situacional*, ou seja, para cada elemento, para cada tipo de relação. Damos abaixo um exemplo simples, a lista dos "objetos para segurar" no equipamento doméstico (quadro reunido por Loeb).

Notar-se-á que segundo a expressão de Alexander este sistema não é uma árvore, no sentido de que as clasificações constituem nele uma *semi-grade*.

LISTA DAS EXIGÊNCIAS (SOLL WERT)

	SUPERFUNÇÕES	FUNÇÕES ELEMENTARES	
DESCRIÇÃO GEOMÉTRICA	Dimensões globais	▶ muito pequenas	1
		▶ muito grandes	2
	Peso global	▶ muito leve	3
		▶ muito pesado	4
		choque	
	Segurança (não perigosa)	▶ deterioração ▶ manobra falsa	5
		▶ perigo ▶ segurança de emprego	6
		▶ proteção	7
	Estabilidade	▶ pé – polígono de sustentação (espaço próprio)	8
		▶ forma (altura)	10
		▶ peso	11
PAPEL	Função de base	▶ orientação	12
		▶ débito	13
		▶ temperatura	14
	Próprio	▶ componente móvel	15
		▶ cárter	16
		▶ poeira	17
	Duração	▶ aquecimento	18
		▶ resistência	19
		▶ manutenção	20
ASPECTO	Função pura	▶ volume de ar	21
		▶ ornamentação	22
	Aparência	▶ inoxidável	23
		▶ brilhante/suave	24
VENDA (jogo produtor-consumidor)	Funcionalidade de fabricação	▶ preço/qualidade	25
		▶ procura	26
		▶ soma dos preços dos materiais	27
		▶ soma das operações componentes da realização	28
	Funcionalidade de manutenção	▶ desmontagem fácil	29
		▶ compreensível	30
		▶ substituição fácil das peças	31
	Função de embalagem e de apresentação	▶ forma	32
		▶ partes encaixantes (simplicidade do envelope)	33
		▶ acariciar superfícies lisas	34
		▶ grandeza caixa/objeto	35
RELAÇÕES COM OUTROS OBJETOS	Função de relação	▶ pertencer a uma família	35
		▶ relações com a decoração	36
		▶ cor discreta	37
		▶ preço no mercado	38

Eis um detalhe de uma lista de exigências relativas a um objeto tal como o ventilador de mesa do qual nós demos as funções globais um pouco acima. O planejamento visual racional procura construir a propósito das funções do objeto uma decomposição agrupada das exigências funcionais, marcando-as como funções elementares de forma, seja positiva, pequena, grande, seja negativa, muito pequena, muito grande, muito leve, etc. Estas funções são reagrupadas em superfunções ligadas às dimensões, ao peso, à segurança, à duração, à aparência, etc. Estas mesmas são reagrupadas em famílias descritivas, descrição geométrica, papel, venda, relação com outros objetos, muito gerais. Assim, se encontrará um pouco por todo o lado, seja qual for o objeto analisado. A estrutura assim constituída representa uma primeira arrumação dos desejos relativos ao objeto que pode constituir o caderno de planos do *design*.

O estabelecimento destes quadros resultará de um estudo crítico bastante aprofundado do papel do objeto tal como ele se insere na vida cotidiana do utilizador potencial. Podemos ir mais longe. Alexander observou que as condições aqui enunciadas não correspondem aquilo a que em topologia se chama uma "árvore", mas que, mesmo depois de ponderadas pelos coeficientes de importância relativa, essas condições reagindo umas sobre as outras. Assim, há ligações entre a idéia de peso, por exemplo, a idéia de preço dos materiais, a do volume de ar e a de perigo, etc. Propõe então a construção de um organograma de interações, a atribuição da grandeza quantitativa às ligações que constituem este semi-gradeado, e a pesquisa ulterior pelo computador de soluções compatíveis com o conjunto das ligações.

Distância semântica dos objetos: método das matrizes de similaridade

Temos, com o fator de sedimentação, a noção de *distância organizadora*, de caráter puramente psicológico. Aqui a denominaremos de *distância semântica*. Esta noção de *distância* é objetivável, por exemplo pela experiência que consiste em situar numa escala de distâncias variáveis de classes de 0 a 6 (7 graus) pares de objetos diversos reunidos num quadro, como tínhamos previsto no capítulo 1.

Voltaremos mais tarde a este conceito de distância, mas notaremos que ele implica de uma forma numérica que certos objetos são *heteróclitos* com relação a um conjunto dado de outros. "Eles juram", conceito que, *a priori*, era extremamente vago e que pode ser assim precisado (exemplo: o telefone neste quadro ao lado). Além disso, ao contrário, certos objetos são mais *fáceis de associar* que outros com um dado conjunto; em conseqüência, eles deslizam neste conjunto, são da mesma composição, aceitáveis, e por isso, incidentalmente, são vendáveis pelos exploradores do mercado. No-

temos provisoriamente aqui que, se existe uma distância semântica entre os objetos díspares, o conflito dialético entre esta noção e a de justaposição necessária em um espaço restrito (densidade) deve levar à indução de uma lei qualquer de optimização, por mais vaga que seja e portanto a um critério de *classificação*. Nota-se neste quadro, que o

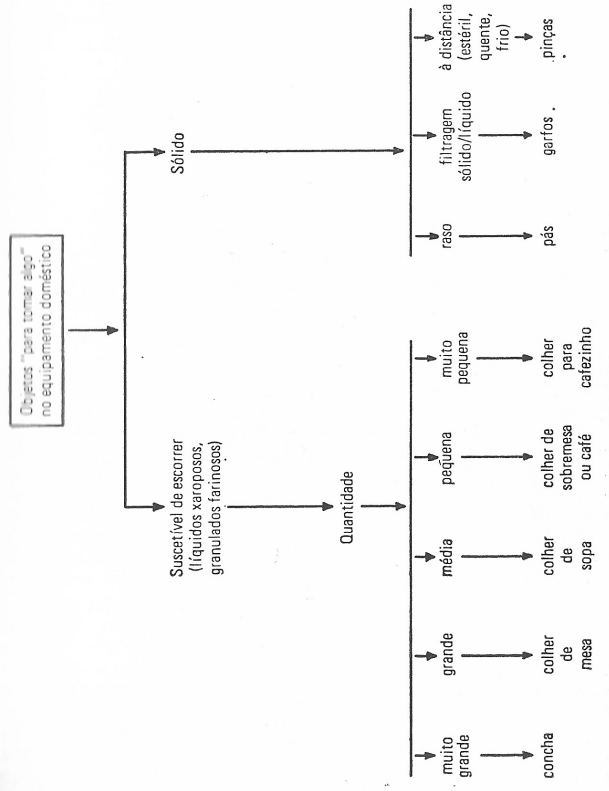
Exemplo de classificação funcional simples.

Nome genérico	Critério funcional	Tamanho	Natureza
COLHERES	Para tomar elementos líquidos, xaroposos ou granulados	Concha Colher grande de serviço Colher de sopa Colher de sobremesa Colher de café	Colher de sopa Colher de sobremesa Colher de café Colher para molho Colher para "ovo quente na casca" Colher para cafezinho
GARFOS	Para tomar elementos sólidos, moles ou poucos resistentes	Grande garfo Garfo de serviço Pequeno garfo	Garfo comum Garfo de peixe Garfo de ostras Garfo de caracóis Garfo de sobremesa Garfo de "fondue" Garfo de carne
PÁS	Transferir elementos rasos, frágeis	Grande Média Pequena	Pá comprida Pá para torta Pá de omelete Espátula
PINÇAS	Apanhar um objeto à distância		Pinça para caracóis Pinça para açúcar Pinça para "gigot" Pinça para frituras de porco Pinça para pelicanos Pinça para macarrão

A coleção funcional é um sistema, uma exibição particular, onde a noção de família é regida pelo conceito tema e variação. Partindo do axioma: um objeto para cada função, ela afirma-se no conceito: um objeto para cada função situacional, quer dizer, para cada elemento, para cada tipo de relação. Damos aqui acima um exemplo simples: a lista dos "objetos feitos para tomar algo", no equipamento doméstico (quadro reunido por Mme. Loeb):

objeto por mais "estranho" que seja, é sempre aquele cujas distâncias semânticas são máximas em relação a todos os objetos à sua meta.

O estudo das *matrizes de similaridade*, tais como a que acabamos de ver na figura precedente, é extremamente rica.



	PÃO	GARRAFA	XÍCARA	PIRES	MESA	CADEIRA	LIVRO	PAPEL	TELEFONE
PÃO		3,8	3	3,2	2,8	5,2	5,2	4,8	5,9
GARRAFA	3,8		2,8	3,1	2,9	5,2	4,7	5	5,1
XÍCARA	3	2,8		1,1	3,6	4,9	4,9	5,1	5,5
PIRES	3,2	3,1	1,1		3,7	5,1	5,2	5,4	5,5
MESA	2,8	2,9	3,6	3,7		1,5	3,9	4	3
CADEIRA	5,2	5,2	4,9	5,1	1,5		4,2	4,5	5
LIVRO	5,2	4,7	4,9	5,2	3,9	4,2		1,1	4,4
PAPEL	4,8	5	5,1	5,4	4	4,5	1,1		4,6
TELEFONE	5,9	5,1	5,5	5,5	3	5	4,4	4,6	

Matriz de similaridade

O princípio desta matriz já é conhecido por nós. Eis um exemplo médio resultante de um estudo em 200 assuntos. Os números de distância que são dados são portanto decimais. Em seguida reagrupou-se o conjunto dos objetos, tentando grupá-los nos sub-quadros acima, modificando a ordem de apresentação dos itens dos objetos cujas distâncias relativas pareciam fracas ou fortes. O fato que se possa atingir um resultado significa que existem dimensões latentes de análise dos objetos.

Podemos repartir, entre outras, as classes de distâncias semânticas, modificando a disposição, inicialmente arbitrária, das linhas e colunas. Nestas condições, os valores encontrados, fortes ou fracos, reagrupam-se em "subdomínios", o que indica ao analista que há *dimensões latentes* do universo dos objetos proposto à atenção das pessoas testadas. Nosso laboratório (H. Guez) efetuou uma análise fatorial dos resultados de um experimento sistemático sobre as matrizes de similaridade, que o levou à repartição dos objetos num espaço de duas dimensões, levando em conta aproximadamente o enquadramento de dois terços da variação. Com uns vinte assuntos, o desvio padrão não ultrapassa de 7 a 8%.

Quando se introduzem novos objetos de comparação no conjunto já estudado, — por exemplo, substituindo-se alguns elementos já propostos para não sobrecarregar a tarefa de comparação proposta ao espírito da pessoa —, as distâncias encontradas entre os elementos já conhecidos mudam, como se poderia prever, mas os seus valores relativos mantêm proporções constantes, o que significa que novos termos de comparação propostos ao universo cognitivo do sujeito estudado "comprimem" por assim dizer, os termos precedentes. As incoerências que se introduzem na classificação tra-

duzem-se por uma dispersão aumentada e se encontram ligadas à emergência de novos "fatores" ou dimensões do subuniverso de objetos estudado: estas novas dimensões vão reduzir a dispersão, aumentando a riqueza do espaço classificatório. Ora o número *p* de dimensões introduzidas é sempre nitidamente menor que o número de objetos *o;* nestas condições, o processo seguido é metodologicamente justificado. Existem as dimensões do universo dos objetos, há um mundo ordenado de objetos (*clusterings*) que haveria portanto interesse em conhecer.

As forças que regem a colocação dos objetos em um espaço fechado

No apartamento, a arrumação dos objetos vai-se fazer, portanto, segundo uma série de pressões que, de fato, realizam um campo de forças no sentido em que o entende Kurt Lewin.

O fim buscado é a comodidade que passa, em princípio, por uma funcionalidade de arranjo. O processo está ligado a uma distância semântica, ela mesma em conflito com um problema de densidade. Nós a chamaremos de *pressão de volume:* os objetos têm a tendência a ocupar o espaço que lhes é oferecido.

O indivíduo adquire os objetos em função de um certo número de forças, tais como:

— força da função social: ter seis xícaras para receber os amigos;
— força da distinção: ter pinça para quadrados de açúcar;
— forças específicas do indivíduo: ter uma máquina de coser;
— força negativa do poder de compra ou de tempo. Façamos aqui uma observação que encontraremos em seguida. Nas *pequenas coleções,* tais como o inventário do apartamento, memória do sistema permanece o único fator de classificação (tal objeto pertence à cozinha ou ao banheiro). A classificação é *coextensiva* ao conjunto (set) de objetos: noutros termos, não há fichário dos objetos, e a presença de um fichário seria um sinal quase patológico. O ser possuidor do seu domínio, domina-o apenas pela força da sua memória, da sua lembrança histórica ou funcional ("este objeto encontra-se na 3.ª gaveta da escrivaninha"), pois não há prateleiras de acumulação, só a rigor para os livros e discos. Isto não será verdade no caso do colecionador, o Cidadão Kane, que, à cabeça de uma grande acumulação, ultrapassa as capacidades do seu espírito de proprietário, sendo levado a possuir entrepostos, ou salas de palácio, e, portanto, uma *lista,* um fichário, e por isso a se desligar desta acumulação por um botão de rosa colado num vidro.

5

Da classificação utilitária dos objetos

O termo de *classificação* significa, a respeito dos objetos reais, a possibilidade de encontrá-lo num local delimitado do espaço e do tempo.

A classificação nas lojas: o magazine universal

O termo classificação adotado pela loja, e especialmente pelo grande magazine, tem grande interesse, pois coloca-nos um dos problemas fundamentais da classificação operatória.

Admitamos provisoriamente, que a pequena loja não tenha classificação, ou tenha pouca; que a taxa aleatória ou a quantidade de desordem seja aí bastante elevada e compensada pelo proprietário por um taxa de *memorização* substancial, função aliás concernente à ordem das compras, e eventualmente por sugestões de fornecedor por atacado. Este ponto interessar-nos-á pouco, pois não existirá aí comunicação interindividual, mas somente problemas de organização interna.

Nós nos interessaremos, portanto, pelo grande magazine e, melhor ainda, pelo mito do Magazine Universal; é neste quadro de raciocínio que procuraremos os fatores de categorização do *universo de objetos* que ele representa. As formas de agrupamento resultam então de muitos fatores:

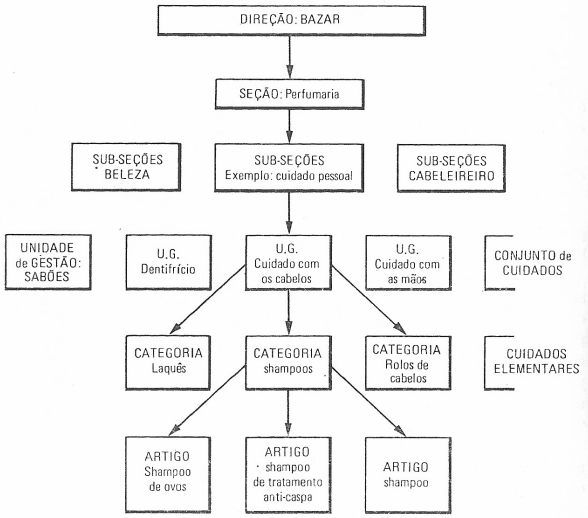
O fato de que o magazine procure *vender*, quer dizer, que só dê a cada objeto um valor comerciável numericamente definível;

O fato de que todo objeto seja sobrecarregado de um caráter negativo, o *custo de entreposto*, proporcionalmente ao seu volume V_i,

a um coeficiente específico e à demora no entreposto t_i (despesa de armazenagem): α_i V_i t_i; a demora (t_i) está em função da ocasião de venda. Isto diferencia o magazine da concha de objetos privados, onde o volume só aparece no limite extremo.

O magazine procura *otimizar* valores, ele é a colocação num espaço geométrico de uma coleção; temos aqui o mesmo problema da biblioteca e do museu; noutros termos, o magazine pretende alguma racionalidade, exprimível de forma objetiva, em oposição ao apartamento, para o qual a "razão" é de ordem puramente subjetiva para o seu proprietário, e quase incomunicável.

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DOS PRODUTOS



EXEMPLO DE PROPORÇÕES: 3500 Artigos no magazine
400 unidades de gestão
28 seções

LISTA DAS SEÇÕES DE UM GRANDE ARMAZÉM

ACASTELAGEM
AGÊNCIA DE VIAGENS
ALIMENTAÇÃO GERAL
MOBILIÁRIO
APARELHOS ELÉTRICOS
ARTIGOS PARA FUMANTES
ARTIGOS DE VIAGEM
ARTIGOS DOMÉSTICOS
AUTOMÓVEIS (acessórios)
LOJA DE ARTIGO PARA BANHO
BAR APERITIVO
CAFÉ – BAR
MEIAS
BELEZA (salão)
CONFORTO DO BEBÊ
JOALHERIA
ROUPA DE BAIXO
BLUSAS DE SENHORA
CHAPELARIA – ROUPAS FINAS DE SENHORA
CHAPELARIA PARA HOMENS
AÇOUGUE (Serviço independente)
BOUTIQUE BISTRÔ – 20 ANOS
(para jovens – Meninas e Meninos)
BOUTIQUE DE PRESENTES
ARTIGOS DE MIUDEZAS (para bricolages)
ESCOVAS – ARTIGOS DE MADEIRA
ACAMPAMENTO
CINTOS
CERÂMICA
CONFEITARIA
ALGODÕES
CUTELARIA
COBERTURAS – PROTEÇÃO PARA OS PÉS
SEÇÃO DE MÁGICA
GRAVATAS
QUEIJOS
ACESSÓRIOS PARA BICICLETAS E MOTOCICLETAS
DISCOS (serviço independente)
"FAÇA VOCÊ MESMO"
DROGARIA
ARTIGOS ELÉTRICOS
VITROLAS – AMPLIFICADORES
CRIANÇA (tudo para ela)
LAZER (produtos de serviço independente)
MERCEARIA (serviço independente)
CANTINA
OBJETOS DE FAIANÇA
FLORES ARTIFICIAIS
FLORES NATURAIS
PELES DE ANIMAIS
FRUTOS E ALIMENTOS DE ESTAÇÃO
(serviço independente)
FUMANTES (artigos para)
GADGETS – BAR (pequenos objetos domésticos novos)
CINTAS E SUTIÃS
PRESENTES FINOS
LUVARIA
GOURMET (Tratamento)
RELOJOARIA – JÓIAS
CHAPELARIA MASCULINA
AÇOUGUE DE CARNE DE PORCO
(serviço independente)
AQUECIMENTO
SAPATOS PARA SENHORAS E CRIANÇAS
SAPATOS PARA HOMENS
CAMISARIA PARA HOMENS
CHAVES NUM MINUTO
BUGIGANGAS
CABELEREIRO – SALÃO DE BELEZA
CONFECÇÃO PARA BEBÊS
CONFECÇÃO PARA SENHORAS
CONFECÇÃO PARA MOÇAS
CONFECÇÃO PARA MENINAS
CONFECÇÃO PARA MENINOS
CONFECÇÃO PARA HOMENS
CONFECÇÃO PARA HOMENS
"Grande estilo"
(medida industrial)
LUSTRES
MÁQUINAS DE COSTURA
CASACÕES DE SENHORA E MENINA
ARTIGOS DE COURO
MATERNIDADE – ROUPAS
DOMÉSTICOS (TODOS ARTIGOS)
LINHAS DE COSTURA
MÓVEIS
MÓVEIS PARA CRIANÇA
MÓVEIS DE COZINHA

ESPELHARIA
MODA
RELÓGIOS DE PULSO
HIGIENE
IMPERMEÁVEIS PARA HOMENS
IMPERMEÁVEIS PARA SENHORAS
IMPERMEÁVEIS PARA MENINAS E MENINOS
JARDINAGEM
JOGOS
LÃS
LÃS PARA TRICOTAR
RECÉM-NASCIDO
LIVRARIA (serviço independente)
ROUPA DE BAIXO PARA SENHORAS
ROUPA DE BAIXO PARA MENINA
ROUPA DE CASA
ROUPA DE CAMA
ÓCULOS DE PRAIA
CORTINAS
ROBES E CONJUNTOS
SALÃO DE CABELEIREIRO E DE BELEZA
SALÃO DE CHÁ
"SNACKBAR"
SEDAS
ROUPA INTERNA DE SENHORAS
ROUPA INTERNA DE MENINAS E MENINOS
ROUPA INTERNA DE HOMENS
SUTIÃS – CINTA – LIGAS
LEMBRANÇAS
VINHOS (ALCÓOLICOS) (serviço independente)
ARTIGOS PARA ESPORTE DE SKI
CONGELADOS (artigos)
AVENTAIS (artigos para o lar)
AVENTAIS INFANTIS
CARPETES E TAPETES
LENÇOS
ÓTICA
OURIVESARIA
LOJA ORIENTAL
UTILIDADES
ARTESANATOS PARA SENHORAS
PÃES "FANTASIA" E DE REGIME (serviço independente)
CHINELOS
GUARDA-CHUVAS
PERFUMARIA
PASTELARIA
PESCA (artigos de)
ROUPÕES DE BANHO E PROTETORES
PARA OUVIDO
PINTURA
FILATELIA
FOTOCÓPIA
FOTOGRAFIA
PLANTAS E SEMENTES
PLÁSTICOS DOMÉSTICOS
PLÁSTICOS E FAZENDAS IMPERMEÁVEIS
PEIXARIA
PORCELANA
ALIMENTOS DA ESTAÇÃO (serviço independente)
PRODUTOS PARA REGIME (serviço independente)
PUERICULTURA
FOTOS DE MINUTO
QUINQUELHARIA
RÁDIO
RESTAURANTE 7º ANDAR
SALÃO DE CHÁ
SALTO NUM MINUTO
CHAVES NUM MINUTO
TAPETES – CARPETES
TELEVISÃO
TECIDOS DE DECORAÇÃO
TECIDOS ENCERADOS E DE PLÁSTICO
TOILETE (ACESSÓRIOS)
PERFUMARIA
VITROLAS (AMPLIFICADORES)
TRATAMENTO
TRICÓS PARA SENHORAS
TRICÓS PARA CRIANÇAS
TRICÓS PARA HOMENS
CESTARIA
VIDROS – PRESENTES
ROUPAS PARA CASA (COBERTURAS)
ROUPAS ESPORTE
ROUPAS PARA SENHORAS
ROUPAS PARA HOMENS
ROUPAS DE TRABALHO PARA HOMENS
VINHOS E BEBIDAS ALCÓOLICAS (serviço independente)
CARROS PARA CRIANÇAS
AVES
VIAGEM (AGÊNCIA DE)

Damos neste quadro um exemplo de decomposição em seções de um grande magazine em uma cidade de 800.000 habitantes. Seu fim explícito é a competição pela riqueza dos produtos, de forma a servir de guia para o cliente. A maioria destas seções, cada uma correspondendo a 4 ou 5 fileiras, é definida pelos produtos que vendem. Algumas destas (boutique) são na realidade apenas subconjuntos fornecendo uma imagem concentrada em um ponto de objetos diferenciados, distribuídos em diferentes locais do magazine.

Para ir mais adiante, é conveniente depurar um pouco o problema num plano geométrico. Com efeito, um grande magazine é geralmente uma espécie de *labirinto* com várias entradas e muitas saídas, no qual um grande número de trajetórias são possíveis, cada um expondo o "cliente" a uma exibição diferente. Suporemos, provisoriamente, o cliente um ser aproximadamente racional no seu comportamento e movido por um desejo de compra ilimitado, com recursos limitados; enfim, nós o suporemos suscetível de fadiga.

Na base desta imagem normal do operador humano, suporemos que o Magazine Universal é uma grande "Galeria Universal", ou seja, um *corredor linear* estendendo-se muito longe a partir de uma entrada única, com um sentido único, e onde os objetos estejam dispostos em exibição nas paredes do corredor. Seria necessário então um visitante que percorresse este corredor, escolhesse e pegasse os objetos que lhe agradassem, pagassem. Estes objetos apresentar-se-iam necessariamente numa ordem sucessiva constante, sendo a galeria longa, e ele teria que fazer um esforço temporal, dar um *budget-tempo* proporcional a profundidade que percorresse na galeria-esforço que exprime um custo psicológico na operação de compras, independente do custo do objeto adquirido.

Notemos por fim que os magazines reais podem ser comparados ao caso precedente supondo-se que eles são sempre uma superposição de séries de trajetos parciais nos labirintos, sobrecarregados de um budget-fadiga para a compra proporcional a distância percorrida (grau de acessibilidade), cada um destes trajetos parciais podendo ser assimilados a uma galeria universal.

A partir destas hipóteses, o magazine universal pode ser proposto na sua classificação de objetos, como uma série distinta de postulados que vão determinar as classes métricas destes objetos.

Ausência de classificação: significados e valores da desordem

Uma primeira concepção de exibição de objetos será a que chamaremos de *hipótese nula*: ausência de classificação. Não existe

ordem nenhuma que presida a classificação; os objetos são dispostos de qualquer forma, e o magazine é um imenso quebra-cabeças generalizado do "novo", oferecendo ao visitante a fascinação da novidade, do contato imprevisto, de um imprevisto sempre renovado. Por outro lado, se o cliente se desespera de encontrar um objeto pelo qual ele exprimiu um desejo consciente, ele é reduzido a impotência. Certamente, quando Octave Mouret perturbava e desarrumava as cestas de flores do "Bonheur des Dames"; ele raciocinava sobre a lisonja existente num grau elevado de desordem. Sabemos que neste momento, o objeto se apresenta essencialmente como um supérfluo, um acréscimo a objetos funcionais já possuídos. A função tem pouco peso aí, e corre o risco de não ser satisfeita. É preciso então que ela já se encontre satisfeita de outro modo: é a abundância na sociedade burguesa que permite este processo.

Uma variante desta atitude classificatória emerge no "marché aux puces" (feira de objetos usados), onde os objetos se amontoam em camadas *sedimentárias*, função das caminhadas do revendedor, coisa que os antiquários conhecem perfeitamente.

Distância funcional

Somos conduzidos a procurar outras hipóteses; a mais evidente é a reconstituição de um macrocosmo a partir de um microcosmo individual. Noutros termos, trata-se aqui de transpor as ligações entre objetos, criadas por famílias de interesses, parcialmente funcionais, parcialmente tradicionais. Assim encontraremos produtos para lavar não muito longe dos artigos de cozinha, e estes não longe do mobiliário, numa classificação semi-linear, constituindo desta vez a idéia de uma distância funcional das famílias de objetos (um exemplo é fornecido pelo quadro ao lado). Neste momento, por este artifício puramente psicológico, que é exatamente a condensação mental dos fatores, podem-se constituir centros de interesse ou imaginar bastante bem uma estruturação hierárquica extremamente frágil no plano pragmático, mas válido por falta de qualquer outro critério.

Suponhamos, com efeito, que a partir do quadro precedente, constitua-se uma divisão ao nível das seções de um grande magazine: o chefe de cada seção reassume de seu lado, no espaço que lhe é próprio, o mesmo algoritmo classificatório.

Assim se constituirá uma psicologia do conhecimento de séries hierárquicas, inteiramente percebidas a partir de imagens de produtos ou de noções utilizáveis, por exemplo em publicidade.

O método das matrizes de similares aplicado a uma classificação hierárquica de produtos.

	lavagem	convívio	cozinha	aquecimento	móveis	vidraria	tapete
1 = lavagem	0	1	3	4	5	2	4
2 = convívio		0	1	4	2	4	3
3 = cozinha			0	2	3	3	4
4 = aquecimento				0	4	5	5
5 = móveis					0	3	3
6 = vidraria						0	5
7 = tapete							0

↓ LAVAGEM

	sabões	escovas	dissolventes	abrasivos
sabões	0	3	1	4
escovas		0	3	2
dissolventes			0	3
abrasivos				0

↓ DISSOLVENTES

	ácido clorídrico	acetona	petróleo
ácido clorídrico	0	6	6
acetona		0	3
petróleo			0

Sublinhemos aqui como as classificações são frágeis: elas só valem fora de todo o critério imaginável, e por isso levam a contradições entre produtos com várias definições funcionais: as lâmpadas

elétricas pertencem ao mundo dos lustres de iluminação, de quinquilharia, ou de artigos elétricos?

Classificações utilitárias baseadas no aspecto físico

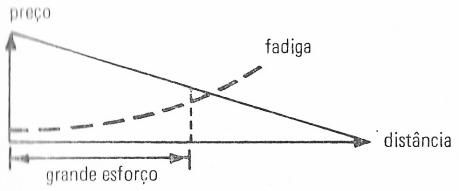
De fato, esta teoria das famílias de objetos, baseada nos "centros de interesse" sejam estes por volume, sejam por função, está sempre em competição com outras doutrinas ligadas aos objetivos do magazine.

Estas estabelecem-se de acordo com um certo número de atitudes do magazine, seja com relação a si próprio, seja com relação a imagem que os seus clientes têm dele. Uma atitude intrínseca de classificação dos objetos e produtos repousará, por exemplo, em critérios de volumes ou critérios de manipulação. Assim, um magazine classificará os móveis que vende em bibelôs, pequenos objetos, móveis leves, móveis pesados; para cada uma destas categorias de volumes, os critérios de manipulação, embalagem, entrega, pagamento, serão diferentes, recobrindo aqui o segundo eixo conotativo fundamental de Osgood (potência). Um magazine de venda certa de qualquer produto, devido ao seu preço baixo, portanto que motive suficientemente o cliente, poderá recorrer a classificação heterodoxas, tais como as que se apóiam na manipulação interna, e pôr o ácido clorídrico ao lado do óleo e o leite e o cimento ao lado da farinha (líquidos, produtos pulverizadores), produtos 'pesados" que ficarão ao nível do solo, produtos suspensíveis, que subirão ao teto, produtos superficiais maleáveis (tecidos, etc.) justapostos por suas virtudes físico-geométricas totalmente exteriores a sua natureza (magazines de "desconto" ou supermercados (Migros). O consumidor que erra por eles deverá recorrer a critérios de raciocínio muito diferentes daqueles a que está habituado, e assim encontrar nesses magazines o charme da extravagância, contrabalançado pela dificuldade de compreender sua organização.

A galeria universal e a optimização do contato com os objetos

Uma hipótese mais próxima do real consistirá em procurar vender o máximo de objetos diversos possíveis, quer dizer, optimizar a rotação dos estoques por tipos; portanto, dar ao cliente a impressão de universalidade. Para isto, os objetos são divididos por categorias de raridade de uso (colchão e lata de ervilha, por exemplo), os objetos de uso cuja compra é mais rara, serão mais longe da entrada (é um método convencional), exigindo o esforço máximo de conquista, na medida em que as motivações funcionais de compra são objetiváveis. Há aqui um superfuncionalismo da ordenação da exibição geralmente seguida. Reciprocamente, se estas motivações funcionais são raras ou fracas (compras de balões para jardins elegantes de subúrbios), a Galeria Universal será levada a deslocar os objetos na galeria aproximando-as da entrada, para submeter a tentação os clientes, estes consumidores cotidianos de latas de conservas. Temos aqui portanto um jogo dialético de valores.

Uma outra hipótese, já mais aperfeiçoada, consiste em admitir que o objetivo buscado está ligado à optimização total do número das vendas. Nestas condições, os produtos são classificados na galeria por categorias de preços, e os objetos mais caros se encontrarão próximos à entrada.

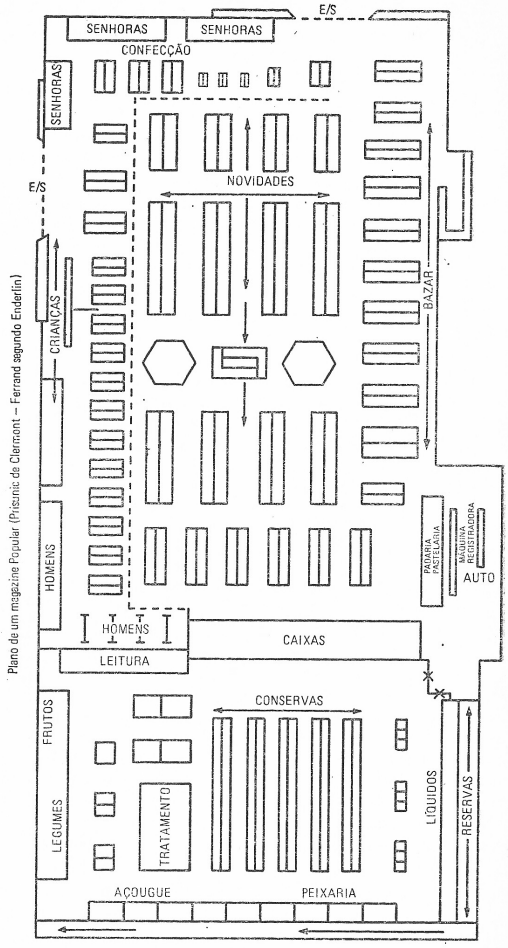


A galeria universal é uma abstração unidimensional do magazine universal. Ela supõe que o custo generalizado, a fadiga, etc., variam em função da distância percorrida desde a entrada do magazine, segundo uma lei definida por uma curva.

O esforço a fazer para obter os objetos menos caros é muito grande. Dispondo o indivíduo de um budget limitado, ver-se-á levado a uma zona ótima mediana. É a política seguida por um grande número de magazines, onde os clientes são seguidos pelos vendedores, que se vinculam ao seu serviço (joalherias, etc.). O esforço psicológico realizado para se aproximar de uma zona particular de preços é cada vez maior.

Em vez de optimizar as vendas, podemos ainda optimizar os benefícios:

$\beta_i = \alpha_i - p_i$ (α_i: preço de venda; p_i = preço de lucro)



Plano de um magazine Popular (Prisunic de Clermont – Ferrand segundo Enderlin)

Pode-se ainda ir mais longe e procurar a optimização para o cliente dos seus *benefícios aparentes* regulando estatisticamente o arranjo dos objetos por taxas de variação de baixas de preço decrescentes, propondo-lhe a impressão de maximizar as "boas compras". Este tipo de raciocínio convém particularmente no caso das clientes femininas.

Uma hipótese mais elaborada consistirá em optimizar a rotação dos estoques que privilegiará então os objetos para os quais o esforço de armazenagem é mínima: $\alpha_i \; V_i \; t_i$.

Melhor ainda, pode-se procurar optimizar os benefícios tendo em vista a armazenagem: $B_i = \alpha_i - p_i - d_i \; v_i \; t_i$. Neste caso, dividir-se-ão os objetos da galeria em função do valor decrescente deste coeficiente até o fim.

Nestas últimas condições, os objetos renovam-se, pelo contrário, na exibição, muito rapidamente. O magazine apresenta no seu conjunto objetos "de primeira ocasião"; é recuando na sua profundidade que se encontrarão os objetos ao mesmo tempo de custo elevado e fáceis de conservar indefinidamente no estoque, como, por exemplo os de pouco volume: a joalheria. O clìente deixar-se-á seduzir na prática, segundo uma hipótese de saturação psicológica.

Conclusão

Façamos um resumo de nossa análise. Até agora limitamo-nos a alguns dos aspectos sociológicos do objeto pela via dos sistemas de categorizações mentais que se ligam a ele. Notamos que, entre outras, as propriedades enunciadas para colocar em categorias finalmente se ligam a sistemas semióticos: os sistemas dos objetos. Procuramos então inicialmente caracteres semânticos. Assim como desenvolver os modos de apreensão do objeto na esfera ou na concha do *apartamento* onde eles se sedimentam e no magazine universal, onde os sistemas de classificação repousam na racionalidade a partir de valores comerciáveis atribuídos ao objeto, a partir de uma exibição de uma representação psicológica, que procura optimizar uma grandeza qualquer.

Lembremos que na Galeria Universal, imenso corredor onde são dispostos os objetos, é preciso um esforço psicológico tanto maior para o percorrer quanto mais longe estiver a sua entrada; os objetos de desejo para um indivíduo de desejo ilimitado mas de capacidades

financeiras e resistência à fadiga limitadas, podem ser dispostas:

- segundo a hipótese nula de uma *perfeita desordem;*
- segundo as *famílias de classificação,* repousando numa transposição do microcosmo do apartamento para o macrocosmo do magazine universal, e estabelecidos a partir de *distâncias semânticas,* objetiváveis por testes, tais classificações podendo ser hierarquizadas em árvores;
- segundo *classificações internas* de acordo com os interesses de manipulação do magazine: critérios de volume, de natureza, etc.;
- segundo a *maximização dos tipos* de objetos comprados, dando a impressão ao cliente de uma exibição mais extensa possível (dispersão máxima dos tipos);
- para assegurar a soma máxima das *vendas*: os objetos estando então dispersos não por sua raridade, mas por seu preço. A hipótese mais elaborada consistirá em optimizar os benefícios, pondo os objetos dos quais se tiram maiores lucros na ordem de aparição mais imediata;
- enfim, pode-se querer optimizar a *rotação* dos estoques, ou seja, eliminar o que a gíria comercial chama de "rouxinóis", fazendo intervir o custo de estocagem: $\alpha_i \; V_i \; t_i$ (volume, tempo, processos de estocagem).

Deixaremos de lado estes aspectos particulares comerciais da estratégia de classificações de objetos, lembrando aqui apenas os três princípios:

- os raciocínios precedentes nunca são isolados uns dos outros; os comportamentos de classificação reais resultam da soma de um ou mais destes raciocínios absolutos para constituir uma estratégia mista;
- eles são de natureza essencialmente estatística: só se aplicarão idealmente a uma "Galeria Universal" comportando um grande número de artigos, mas com numerosos desvios sobrepondo-se (dissimilação das táticas, de von Neuman);
- a estas doutrinas classificatórias visando optimizar um valor para o magazine; somam-se as manobras de engano ("bluff") (Morgenstern) diferenciadas, como por exemplo:
- o dumping (ilusão) de um artigo isolado, situado em um ponto crítico do processo, e lançando eventualmente o cliente naquele trajeto;
- o jogo, por exemplo, lançando o cliente na direção de um elemento atrativo ("presente insólito") que, por mudanças sucessivas, como uma teia de aranha, faz com que ele atravesse as regiões da galeria (seções) onde os objetos arrumados segundo um dos critérios precedentes (maximização dos benefícios, minimização do tempo de estocagem, etc) podem ser reencontrados.

Estas manobras de engano (bluff) não alteram sensivelmente os processos de classificação estatística enunciados. De fato, seu interesse psicológico situa-se no universo comercial além de uma teoria dos objetos, e nós não nos ocuparemos dele. Thebaut nota a este respeito que as políticas de arrumação seguidas pelos magazines reais são ainda relativamente pouco conscientes com relação às linhas de conduta aqui sugeridas, e poderiam ser, por outro lado, guiadas por outros critérios. Enfim, a topologia do magazine que sobrepõe trajetos simples do gênero aqui considerado vem complicar notavelmente a divisão, ainda que certos aspectos simples subsistam (Enderlin).

6

Museu e sótão como locais de descoberta de objetos

O museu, reserva de objetos

A propósito de outros campos de pesquisa, seguindo outros fins, tentemos abordar outros processos de classificação. Depois desta imersão na psicologia econômica que nos fornece um bom exemplo daquilo que atualmente se chama *Procura Operacional,* penetramos no universo estético considerando um outro território do objeto: o museu.

Aqui ainda, nós nos reportaremos a um museu um tanto idealizado, mas que poderá servir de protótipo de raciocínio noutros casos. Não admitiremos contudo que o museu seja universal. Por definição, todo o museu efetua uma seleção no mundo dos objetos, senão ele seria levado a admitir que *o mundo é o museu* dele próprio (teoria das reservas naturais destinadas a contemplação), isto é, seria negar a sua própria existência. O museu será para nós uma construção e se o assimilarmos de início a uma imensa galeria, mais ou menos fatigante a percorrer, como as dos Uffizi de Florença ou o Museu Guggenreim de Nova York dão uma idéia, não nos esqueceremos de que é possível conciliar pontos de vista diversos considerando o museu como um labirinto de duas ou três dimensões. Daremos ao museu uma função estética e admitiremos que ele guarda os objetos mais "belos" sem definir o termo.

Será um primeiro critério querer apresentar ao máximo de pessoas o maior número de elementos criadores de prazer estético. Pois

aqui, os objetos são um *exemplar único*: não existe, a nível imediato, estatísticas tipo *token;* o corredor é linear, e admitiremos ainda que a sua seção deixa passar, para simplificar, uma pessoa de cada vez.

Os critérios seguidos pela estética são então muito próximos dos de um grande magazine. A propósito de um "coeficiente de beleza", definido por uma outra disciplina (a "raridade de uma medalha ou de um pergaminho podendo ser quase equivalentes a de beleza), o mesmo algoritmo se aplica. O museu vende beleza B1 a um preço temporal $\triangle t_i$.

Procura maximizar: $\geq \beta_i \times \triangle t_i$ sobre todo o percurso que oferece ao "operador público".

Mas ele pode, evidentemente, colocar-se outros critérios além deste; por exemplo, classificar os objetos segundo critérios históricos. Ele agrupará os vasos gregos com as estátuas da mesma época; os cadáveres egípcios com os vidros e os obeliscos; os móveis do século XVIII com os quadros e a louça. Nestas condições, ele propõe ou impõe ao espectador "unidades morfêmicas"; ele o faz procurar a similaridade dos contornos das cornijas nas igrejas e nas cômodas. Ele define assim um estilo que, em princípio, deveria trazer um conceito organizador. Este critério é seguido, de fato, na maioria dos museus, e interfere com ele, muitas vezes com a natureza física das famílias de objetos, muitas vezes com o do caráter volúmico e do quadro: é difícil alojar as colunas de uma igreja na mesma sala que os bibelôs por razões de ordem prática.

Também emerge no museu a necessidade e o papel do fichário. É, de fato, o fichário que autoriza a ligação entre os vários modos de classificação de objetos ou de elementos.

Um critério praticamente importante no museu aberto ao público será o critério de *contexto estético;* é este que leva a colocar a Vitória de Samotrácia no patamar de uma escada, e a ajustar, pelo prazer do pormenor, uma *ligação,* onde o contexto arquitetural propõe um *espetáculo,* independentemente dos elementos que o compõem.

Este conceito entrará em jogo de forma notável no colecionador, que procura seduzir o seu visitante e organizar o seu espaço pessoal, geralmente vasto, em função da representação antes que do conforto funcional, isto é, entre outros, de uma pequena parte de tempo totalmente útil: o da recepção. O resto do tempo, o colecionador vive no seu apartamento, ele tem portanto que procurar um equilíbrio difícil. Duveen ou Gulbenkian dormitando em frente de Rafael ou de Ticiano estão fora de toda a intimidade, qualquer que

seja o nível da sua familiaridade com a sua grandeza. Deve-se deduzir uma frieza necessária do colecionador a partir de um certo nível onde ele seja conduzido a viver no seu museu privado que a ornamentar de "beleza" a sua esfera pessoal? Sabemos que a maior parte destes colecionadores magnatas foram levados a separar o lugar onde eles *vivem* do lugar onde eles prezam os seus tesouros. Estas notas poderão trazer alguma clareza ao problema da decoração do apartamento burguês contemporâneo, do formato das gravuras ou reproduções e da sua disposição na concha personalizada.

Outros critérios, enfim, poderiam ser evocados acerca do amontoamento de objetos no museu; inicialmente o da pedagogia, tão válido para o museu de História Natural ou de máquinas, que recobrirá por exemplo o *museu do falso,* ou os museus de coleções pré-históricas. Passaremos rapidamente por estes, pois eles pouco nos ensinam sobre o sistema dos objetos, além de um desenvolvimento funcional constituído muitas vezes de: emergência da função, satisfação pela descoberta ou criação, artesanato prévio, industrialização (museu da pesca), elucidação dos circuitos de produção e montagem (museu do automóvel ou da máquina de escrever). Notemos simplesmente aqui a marca de uma racionalidade: o museu na sua essência, qualquer que seja o seu fim, quer ser a expressão da razão ordenadora. É nisto que ele se opõe ao quebra-cabeça, ao antiquário, ao sótão. Expressão fundamental do século XIX, ele é ordenado, bem mantido, bem sustentado, e totalmente anti-espontâneo. É certo que o *critério de sedimentação* já analisado anteriormente, é suscetível de manifestar-se nele (sala das últimas aquisições), este fator se destina essencialmente a ser reabsorvido nos outros.

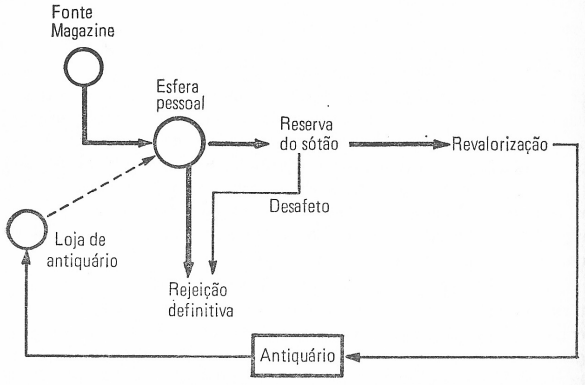
Enfim, lembremo-nos de um critério original do museu, o critério técnico, de vigilância e controle, que desempenha um papel considerável na disposição volúmica ou geométrica, dando lugar a grandes seqüências de corredores, aos guardas especializados nos Rubens, nos Utrillos, ou nas taças, que constituem *o campo de visão difusa de um homem de pé,* atento, a unidade volúmica fundamental de classificação.

Em resumo, o museu é distanciado, frio, racional, longínquo, ele nos afasta do universo cotidiano do objeto, que é o que nos interessa, mas amplifica uma série de fatores ordenadores do universo que são válidos para todo o conjunto ou exibição de objetos.

Do sótão

Diremos algumas palavras sobre um dos campos de pesquisas dos objetos particularmente importante no plano psicológico: o sótão ou porão — no qual os critérios fundamentais tornam-se mais próximos da vida cotidiana.

O sótão, cuja necessidade psicológica para construir completamente um arquétipo da casa foi sublinhado por Bachelard — pelo menos na medida em que esta é adaptada às condições de vida em grandes edifícios — é um terreno por vezes privado e pessoal, *raramente freqüentado,* que dá à pessoa a noção de supérfluo e de refúgio. É um lugar para sonhos, de divagações, de reminiscências: ele constitui a historicidade da vida. O sótão é romântico, enquanto a garagem é funcional; ele é o reservatório secreto de objetos e sentimentos.



O papel do antiquário ou da ocasião como sistema de realimentação (feedback) entre objetos antigos e novos. A revalorização realizada pelo antiquário geralmente depois do trapeiro ou do revendedor faz-se a partir da reserva do sótão, numa série de etapas sucessivas. Não é impossível — e Maurice Rheims exemplifica-o, na sua notável obra sobre a vida estranha dos objetos — que um objeto seja readquirido em um antiquário por seu antigo dono ou um filho deste.

O sótão realiza uma função de rejeição e de seleção dos objetos; a classificação dos objetos neste resulta de suas funções. A entrada de um objeto no sótão obedece sempre a um exame crítico, pois ela salva-o da lata de lixo. Ele realiza a mesma função topológica-teológica que a instituição de um purgatório para certas religiões, um acordo suspensivo entre o "inferno" do lixo e o "paraíso" do antiquário. De fato, ele assemelhar-se-ia mais, no processo Kafkeano, à ilimitada transgiversação do objeto num processo que não é a absolvição definitiva da reabilitação social, nem a absolvição aparente da residência secundária ou do empréstimo aos amigos.

O objeto é aí essencialmente classificado no ritmo da sedimentação temporária. Ele vem na ordem de perempção do universo imediato; o sótão dá uma aparência de desordem. É talvez aí que melhor se tenha uma idéia de sedimentação que é um fator preponderante, antes cemitério que fossa comum, o qual se acumula cronologicamente. Mas certamente outros critérios intervêm no seu julgamento, particularmente o de volume: a acumulação de objetos determina sua posição no sótão. O critério de sua acessibilidade não tem mais papel a desempenhar.

Enfim, um critério interessante e importante de classificação é o de "arrependimento". O fato mesmo de que o objeto tenha de ser, a qualquer momento, julgado digno de ser salvo do sótão, significa um *arrependimento* com relação à sua função atual: "isto ainda poderia vir a servir". É a possibilidade de retornar sobre uma decisão. Este critério de arrependimento exerce uma ação na classificação dos objetos do sótão de forma concreta. O acesso a partir da porta de entrada freqüentemente liga-se a este critério de arrependimento que, ao organizar o campo, deveria possibilitar uma pesquisa psicanalítica sobre a rejeição dos objetos na vida cotidiana, fundada em alguns dados objetiváveis.

Para apreciar aqui tais funções de esquecimento, um elemento psicológico é-nos fornecido pela relação entre aquilo que as pessoas possuem e aquilo que elas desejariam possuir. Encontrar-se-á no capítulo 12, um quadro, a partir de uma investigação feita pelo "Institut fur Demoskopie" (Instituto de Pesquisa Popular) de tipos de objetos que as pessoas desejam receber e os que efetivamente recebem.

Do catálogo

Para um estudo dos objetos tais como a civilização ocidental tecnológica propõe apresentá-los no mercado, convém mencionar por

fim estes documentos permanentes, estes campos de pesquisa virtuais, que representam os catálogos comerciais das firmas vendedoras de objetos. Os catálogos são verdadeiros fichários desta biblioteca de objetos que é o magazine refletindo nos seus caracteres o próprio mercado dos tipos de objetos e comentando-os através de uma curta descrição analítica acompanhada de uma indicação de preço, quer dizer, de um consenso social resultando do equilíbrio provisório entre a oferta e a demanda. Os catálogos abrem o espírito do consumidor a um universo de sonhos concretizáveis "Dranes flet money can buy": (Sonhos que o dinheiro pode comprar). Citaremos, por exemplo, os catálogos da Redoute, da Manufacture Française de armes e cycles, da Macy's, da Sears e Roebuck, da Neckermann. Tais sonhos são suficientemente poéticos para que semelhantes catálogos antigos, esgotados, sejam reeditados (Sears e Roebuck 1968) como obras de livraria.

Mais recentemente, apareceu um nova função generalizável do catálogo de objetos, não mais como elemento publicitário de propaganda para manufatura ou um magazine em patricular, que vende o que ele produz e que pode ser pedido por correspondência (Neckermann) mas como informação cultural, ao mesmo título que uma Enciclopédia dos objetos, permitindo acesso aos elementos materiais do mercado tecnológico, e suprimindo o obstáculo de ignorância sobre a variedade dos objetos, que é o principal obstáculo humano para a utilização de uma civilização do mercado que se pretende acessível a todos, ou pelo menos a quem quer pagá-lo.

É este o caso particular do notável "Whole Earth Catalog" (Catálogo de Toda a Terra), publicado nos Estados Unidos por um grupo de intelectuais independentes "O mundo tecnológico é vasto e belo, se soubermos colocar entre parênteses a sua significação. Por que não nos serviremos dele?" diziamo-nos aliás. Para servirmo-nos dele é preciso conhecê-lo, e por conseguinte possuir elementos de acesso até ele.

O prefácio do "Catálogo da Terra Inteira" exprime-se assim: "Nós somos Deuses e deveríamos tirar benefícios disto, já que, até agora, a glória e o poder distantes dos governos, dos homens de negócios, da igreja e dos beneficiários da educação superior foram unicamente os que puderam contornar os aspectos ou defeitos importantes na estrutura, vindo anular os grãos efetivos. Para responder a este dilema e aos ganhos substanciais que daí resultam para os que sabem utilizar-se do mundo, vê-se desenvolver agora um domínio de poder pessoal e íntimo, o poder que o indivíduo tem de conduzir a sua própria educação, de encontrar a sua própria

inspiração, de formar a seu modo o seu próprio ambiente, e de partilhar a sua aventura com aquela que nos interessa. Os instrumentos que permitem favorecer este processo são os que são pesquisados e indicados pelo catálogo do globo". Este tem portanto por função permitir avaliar os elementos materiais, as ferramentas, os instrumentos, os livros, os processos, os serviços que são acessíveis ao ser. Traçar a ele o utilizado potencial deveria saber melhor o que vale a pena ter, onde e como pode obtê-lo.

Um item é incorporado no catálogo se ele for julgado:

1) *útil enquanto ferramenta ou instrumento*
2) *pertinente à idéia de uma educação independente*
3) *de alta qualidade ou de fraco custo relativo*
4) *fácil de obter pelo correio*

Existe aqui, do ponto de vista da noção de variedade, um novo campo de desenvolvimento da teoria dos objetos, e um meio para o indivíduo aumentar o seu campo de liberdade recorrendo a tudo o que a terra inteira pode fazer, se ele for capaz de manifestar um tal desejo.

7

Uma teoria da tabela de valores

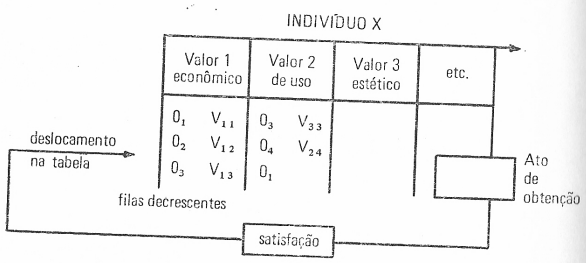
De todos os objetos, para mim os mais queridos são os que serviram. Tornando-se úteis para muitos, freqüentemente modificados, eles melhoram a sua forma e tornam-se preciosos porque são freqüentemente apreciados.

Bertold Brecht

A tabela de valores como racionalização das motivações

Os modos de arranjo e classificação dos objetos nos diferentes locais de procura: os magazines, os sótãos, os museus, através de redes múltiplas de racionalidade, fazem a mente perceber a *resistência do objeto*, estabelecendo as divisões estatísticas destes, segundo os diferentes modos de classificação. Dessa forma, propõem um tipo de apreensão mental destes: se o mesmo objeto, o pote de barro por exemplo, vai parar simultaneamente no museu de artes e tradições populares e no museu de artes decorativas, mas se o encontrarmos nas seções de um grande magazine ou num antiquário, em uma cozinha do século XII ou num sótão, cada vez situado diferentemente na coleção, é porque ele foi *valorizado* diferentemente pelo "gerente" responsável, ou responsável pelos locais, é a diferença entre estes "valores" que é recortada de forma única pelo objeto; existe portanto aqui uma forma de percebê-lo ou compreendê-lo.

Chama-se *valor*, ao coeficiente numérico ou qualificável ligado a um objeto nas suas relações com um indivíduo e que caracteriza o *vetor de atração* que este objeto exerce, no sentido de K. Lewin em um dado campo de representação. A *tabela de valores* de um indivíduo é o repertório classificado por arranjos decrescentes de objetos e dos vetores ligados a eles.



A noção de tabela de valores generalizada.

Para um indivíduo particular, há um certo número de valores que devem ser estudados independentemente. A obtenção de tal ou qual objeto que traz a satisfação do indivíduo provocará um descalabro provisório ou definitivo do valor deste na tabela. Este modelo simples, que deriva das teorias do século XIX, foi muito melhorado nos trabalhos mais recentes de psicologia econômica (Schmölders).

Haverá tantas colunas neste inventário dos vetores do ser (pulsões (drives), Triebe), quantos *tipos* de valores: econômico, de uso, de distinção, etc. A sua colocação e as condições de seu deslocamento serão o objeto de uma psicologia econômica. Quando, de fato, os valores são ligados a um objeto material, ou um produto, eles não são permanentes, mas sofrem uma variação no momento da satisfação da necessidade que muda a ordem na tábua V_i (t): um prato tem um valor psicológico maior antes que depois da refeição, no quadro da vida cotidiana.

Enfim, é preciso notar que estes valores são determinados apenas como grandezas psicológicas profundas, ou seja, imprecisas. De bom grado podem ser colocados em classes grosseiramente quantificados. Eles pertencem a todas as categorias das ciências humanas chamados de fenômenos imprecisos; o propósito destas ciências é exatamente percebê-los.

Assim emerge uma série de *valores* ligados ao objeto que ultrapassam infinitamente os valores econômicos restritos sobre os quais se apóia essencialmente a análise marxista.

1. Há inicialmente o *valor do trabalho incluído no objeto fabricado*, valor que do ponto de vista que nos interessa aqui, inclui ele próprio o valor da matéria-prima. E, grosso modo, o *preço de revenda*, o custo do produto.

2. O *valor do preço de "venda"* que, para nós, implicará em taxas de armazenagem e distribuição, de divisão e publicidade, de embalagem, etc., todas as considerações de caráter quantificável, que constituem as delícias dos economistas.

3. O *valor, por princípio diferente*, que o indivíduo está disposto a "pagar" para ter o objeto que será grosso modo o *valor de uso* para este indivíduo, é essencialmente subjetivo. Este está ligado a uma qualidade funcional, a um vínculo direto entre o ato efetuado com o objeto: frig'deira ou martelo, e com a facilidade com a qual o valor se adapta ao caderno de notas tático; o valor está fortemente ligado à idéia de *adequação* numa situação dada.

É pela interferência entre "valor para a sociedade de fabricação" e o "valor para o indivíduo" receptor do uso que faz dele, que se determina o *justo preço*, cuidadosamente estudado nos mecanismos da curva de oferta. É em princípio pelos valores do mercado de venda e de lucro para o fabricante que, como vimos, classificam-se os objetos numa Galeria Universal.

Mas há outros valores quantificáveis, tais como o valor de *acumulação*, mais ou menos ligados ao volume, ao peso, à fragilidade, o qual não tem relação com o valor de armazenagem examinado anteriormente, o *valor* de arranjo do objeto, que veremos mais adiante.

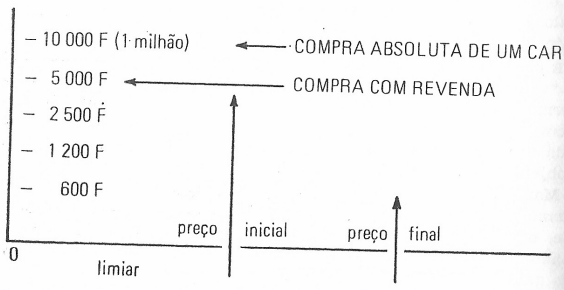
Dentre os valores econômicos que vão entrar em jogo no domínio que interessa o máximo possível do psico-sociológico, o do apartamento ou da esfera de apropriação, deve entrar em conta, ao lado do valor de uso, um valor muito objetivo: o *valor de revenda*, ou seja, a colocação de um fator de compensação que, para o adquirente, leva-o a basear a sua decisão, e o investimento psicológico que ela provoca, não sobre o preço absoluto, mas sobre a diferença:

$$\frac{\textit{preço de compra} - \textit{preço provável de venda}}{\text{tempo de uso}}$$

Esta grandeza é, por exemplo, muito característica para objetos como os automóveis, os frigoríficos, etc. Ele tem por papel *diminuir*

a altura do *limiar de decisão* de uma forma bastante substancial e de desempenhar um papel importante em psicologia comercial.

Assim, o indivíduo muda as sua categorias numa escala logarítmica de decisões financeiras. Resultando daí — e os comerciantes não o esquecem — que se pode atuar sobre os limiares de desejo do indivíduo, seja agindo-se sobre o "preço", seja sobre a grandeza do valor de "revenda", e isto de uma forma muito sútil, pois o comerciante, pode, garantindo o valor de retomada ou de revenda, repousar a sua publicidade sobre esta. Ora, com efeito, estando este valor de revenda aqui ligado a uma época em que o objeto desvalorizou-se notavelmente, este situa-se numa gama de preços muito diferente; por exemplo, a duplicação do preço de revenda "joga" psicologicamente de uma forma muito forte sobre o cliente, enquanto que só jogará sobre o ato da compra de um valor bem menor.



O jogo de lucro em relação a uma compra com revenda de um produto em função do tempo.

Em muitos casos, permanecendo o preço de revenda em ordem de grandeza, há uma certa contradição entre a precisão do preço de compra e o vazio do preço de revenda (automóveis, frigoríficos, mobiliário). De fato, este caso bem mostra que a medida dos valores em *numerário*, como pretendeu fazê-lo a economia política, fica mal adequada a apreciar as motivações da aquisição; ela deverá ser retomada numa perspectiva mais ampla introduzindo-se outros valores. São eles que vamos examinar, ao menos de forma qualitativa, além dos *valores de uso*.

Um valor privilegiado: o valor estético

O valor estético será ligado, de acordo com a atitude que nós tomamos, ao prazer sensual que o indivíduo obtém da posse de um objeto fora das suas utilizações específicas: prazer do olhar, reflexo do ouro ou da pátina da prata velha, o prazer de tocar, superfícies polidas, matizadas ou rugosas, caneladas ou lavradas, prazer dos odores do couro ou das tintas velhas, prazer pessoal e íntimo (o que não significa que ele não seja o mesmo em milhares de outros e não possa ser portanto objeto de estudo). O estudo dos materiais, entre outros, ofereceria ao psico-sociólogo experimentalista grande número de assuntos de reflexão, principalmente no método de variações sistemáticas: que seria uma geladeira recoberta de couro, como uma poltrona?

	couro	madeira	laca	prata	metal inoxidável	cobre vermelho	esmalte
geladeira	2	2	6	3	4-5	4	6
poltrona	6	6	3	0	4	3	3
cadeira	6	6	4	2	4	3	4
banheira	1	3	3	4	5	4	6

Taxa de aceitabilidade de 6 à 0
6 : perfeito
5 : muito aceitável
4 : aceitável
3 : difícil
2 : impossível sem modificação
1 : estúpido
0 : irrealizável

Quadro de aceitação dos materiais de fabricação de diferentes produtos.

O quadro acima é particularmente interessante se não o levarmos em consideração na escala dos preços de revenda, abrindo possibilidade a toda uma série de extravagâncias: a banheira de prata ainda é concebível, assim como a poltrona de cobre vermelho.

De fato, este quadro apresenta um interesse heurístico cada vez mais forte, com relação aos valores estéticos, juntando-se a estes ainda outros valores, tais como o valor social da distinção ligado à imagem que o homem faz de si mesmo numa pirâmide social. Sob a motivação de "possuir mais", a geladeira violeta suspensa na parede, a mesa de encaixe em pau rosa, dotada de tradições, exprimem um certo nível social. Bem sabemos que na perspectiva de uma sociedade de abundância, estes valores passarão a primeiro plano, e os outros ficar-lhe-ão subordinados.

A noção de escala das necessidades

Lembremos que a teoria das necessidades leva-nos a discernir diversas *plataformas de necessidades:*

- necessidades biológicas de vida e subsistência (estar abrigado do frio, alimentar-se), dados sempre satisfeitos na França;
- necessidades *sociais mínimas* objetiváveis num modelo social do operador humano considerado pelo SMIC;
- necessidade de uma *imagem de si próprio,* ou seja, de ultrapassar este mínimo para situar-se de alguma forma mais além; necessidade ligada a uma criação, distância social com relação a um ponto de partida onde alguém se fixa;
- necessidades de *luxo e de gratuidade,* margem sobre a qual se exerce amplamente o sistema publicitário;
- o sonho do "se eu fosse rico".

É nas três últimas zonas que se exerce à motivação de distinção, com uma força bastante irregular, segundo os indivíduos. Lembremo-nos de que as necessidades serão igualmente classificadas por grau de especificidade ou continuidade em:

Necessidades vitais	Necessidades flutuantes	Necessidades destiladas	Desejos puros (von-
precisas permanentes →	precisas (sexualidade) →	de desejos (erotismo)	→ tade de poder)

Mas outros valores ou forças se exercem ainda nas relações objeto-indivíduo. São inicialmente os valores estritamente pessoais da lembrança, da ligação puramente sentimental: "isto pertencia à minha vó"; valores freqüentemente mais ligados aos objetos tradicionais que aos da sociedade de consumo e que são igualmente variáveis de indivíduo para indivíduo. É o valor da lembrança que rege igualmente o presente e "a lembrança turística". Examinaremos mais à frente a noção de valor de antigüidade enquanto *inscrição do tempo* no objeto. Lembremos por fim um tipo de valor mais sutil, sublinhado por Braudillard no seu ensaio sobre a classificação dos objetos, a propósito do observador e não do consumidor, mas que igualmente se impõe a este último: é o valor de adequação, ligado ao desnível maior ou menor entre a *função* semânticamente equivalente ao "sentido" e os *elementos conotativos* acrescidos. O

consumidor, mesmo se deixar-se limitar à alienação consumidora, possui quase sempre uma percepção residual desta (adequação) ↔ (inadequação) que emerge no seu julgamento da ornamentação. Ao nível das aquisições, talvez seja na crença na suposta adequação que repouse o êxito de um pseudo-funcionalismo das superfícies lisas, dos ângulos agudos, dos aspectos negros e matizados, propostos pelo *neo-Kitsch* do desenho visual (Bonsiepe). No limite, seremos levados a uma série de modelos Lewinienos de apego ao objeto em diferentes níveis na relação indivíduo (X)/objeto (O):

Tipos de valor:

$$A_{xo} = \sum_{I_0}^{V_5} (V_{1o} + V_{2o} + V_{3o} + V_{4o} + V_{5o})$$

procurando abarcar de forma racional as atrações sofridas.

Não nos iludamos entretanto com esta racionalidade. Na realidade, as suas forças lewinianas não são de início independentes do campo dos possíveis imagináveis, quer dizer, das fronteiras do campo: a imaginação do ser é limitada. *A priori* ele não imagina poder ser sensível à atração da poltrona na qual Napoleão se sentou. Conseqüentemente este vetor de atração não intervirá no seu comportamento antes de o reencontrar, mesmo se colocado diante deste estímulo bem real, ele valorizá-lo naquele momento.

Aqui a *publicidade* dando a conhecer o campo das possibilidades, informando sobre a topografia do território do desejável, desempenhará um papel que alargará os limites do desejo.

Daí, estes vetores reagem uns sobre os outros e o valor de uso se esporá, por exemplo, muitas vezes ao valor da antiqüidade. Uma teoria mais global que se abstrai do quadro dos modelos econômicos, procuraria levar em conta diversas hipóteses de interação para observar o comportamento do consumidor.

Nosso problema aqui está centrado nesta relação entre objetos e indivíduos que é realizada pelo mercado. Tornaremos a abordar esta ligação pelo ângulo fenomenológico, enunciando os processos de contato do ser com o objeto.

Nome publicitário e conotação dos produtos

Os nomes dos objetos e produtos tais como se difundiram pela publicidade têm uma forte carga conotativa, ligada às assonâncias fonéticas ou lingüísticas. Podemo-nos servir deste fato para

facilitar a criação destas conotações no espírito do público, dando um nome ao produto. Eis os elementos de um estudo trazidos pela revista *Vendre*, efetuado pelo Instituto P. Bessis sobre a evocação dos sufixos de certos nomes de marcas em *ix*, em *ion*, em *ance*, em *a*, em *ex*, em *ing*, em *o*.

Estes sufixos foram juntados às raízes de *Dal* e *Ter*. Assim, formaram-se catorze marcas. Foram interrogadas duzentas mulheres a fim de saber como elas associavam estas marcas, por um lado, com diferentes produtos, por outro, com as diferentes propriedades dos produtos.

• AS ASSOCIAÇÕES COM OS PROPRIETÁRIOS

As perguntas basearam-se nas seguintes características:
— luxo
— maciez e rugosidade,
— masculinidade e feminilidade
Eis os resultados.

Pergunta: — Qual a marca que mais convém para:

	Dalix	Dalion	Dalance	Dala	Dalex	Daling	Dalo	Diversos	Total
Um objeto luxuoso	10	22	30	2	6	21	1	8	100
Um objeto macio ao tato	3	22	21	15	1	22	7	9	100
Um objeto rugoso	16	7	2	9	37	4	14	11	100
Um objeto para homens	11	26	3	5	19	7	19	10	100
Um objeto para mulheres	7	3	18	28	1	32	4	7	100

	Terix	Terion	Terance	Tera	Terex	Tering	Tero	Diversos	Total
Um objeto luxuoso	10	14	33	4	4	21	2	12	100
Um objeto macio ao tato	2	19	26	19	2	17	4	11	100
Um objeto rugoso	18	3	1	6	37	7	18	10	100
Um objeto para homens	13	26	2	6	14	7	24	8	100
Um objeto para mulheres	6	4	21	35	3	19	4	8	100

QUADRO RECAPITULATIVO DAS TERMINAÇÕES E DAS SUAS EVOLUÇÕES

ix = manteiga, esfregão, rugosidade;
ion = meias, luxuoso, macias, masculinidade;
ance = manteiga, meias, luxuoso, maciez, feminilidade;
a = manteiga, esfregão, não luxuoso, feminilidade;
ex = máquina de escrever, não luxuoso, rugosidade, masculinidade;
ing = meias, máquina de escrever, luxo, maciez, feminilidade;
o = não luxuoso, rugosidade, masculinidade.

Comentário.

Certas terminações provocam associações coerentes entre elas. Elas são: *ance*, *a*, *ex*, *o*.

Por outro lado, outras terminações provocam associações não coerentes. Exemplos: *ix* evoca, ao mesmo tempo, manteiga, esfregão e rugosidade; *ion* evoca ao mesmo tempo a masculinidade e maciez (meias); para *ing* a evocação "máquina de escrever" surpreende com relação com as outras evocações...

8

O tempo no objeto

Nada se perde, tudo se transforma.

(Discurso publicitário de um demonstrador de facas para legumes,

Brown Boveri e Cia.)

Fenomenologia da relação temporal ser → objeto

Depois deste estudo dos campos de pesquisas do objeto, dispomos de uma série de características deste último, de uma colocação de um vocabulário analítico por *famílias de interesse*, que o reúnem num grupo de relações e autorizam de início a arrumação de *grupos de densidade* (clusters), primeiro passo de uma fenomenologia estatística. Com efeito, após uma captação do terreno, vimos emergir n dimensões métricas de grupamentos. Se neste espaço de *n* dimensões criam-se *clusters* (aglomerados), como estes emergem à *posteriori* no universo dos objetos, então temos aqui matéria para reflexão, a constituição de tipos definidos pelo centro de gravidade dos grupos, tipos que podemos retomar como leis de raciocínio. Este método aplicado por Shapley e Sheppard à classificação das nebulosas é um raciocínio extremamente geral destas "ciências do vago", às quais é necessário, essencialmente assimilar as ciências sociais.

Então mudamos de ponto de vista e observamos, no quadro da sociedade afluente, os objetos do ponto de vista da sua recordação

pelo indivíduo para o estudo sumário dos mecanismos de presença e impregnação do objeto no indivíduo. Retomemos esta disposição da presença do objeto no ser, desta vez no decorer da *vida* do par objeto ↔ indivíduo, distinguindo, com relação à esfera de acumulação pessoal:

- o desejo : época pré-natal do imaginário
- a aquisição : nascimento fenomenológico do objeto para o sujeito
- a descoberta : como personalização
- a afeição : a descoberta das virtudes e dos vícios funcionais
- o hábito : o recuo para o segundo plano psicológico
- a relação : o serviço devido ritualmente
- a substituição : o julgamento final

Descrevamos brevemente estes períodos:

1. *Desejo do objeto*

Ele toma uma forma variável, dependendo do seu aspecto temporal. Distinguir-se-ão, por exemplo, como elementos tipológicos (cf. figura):

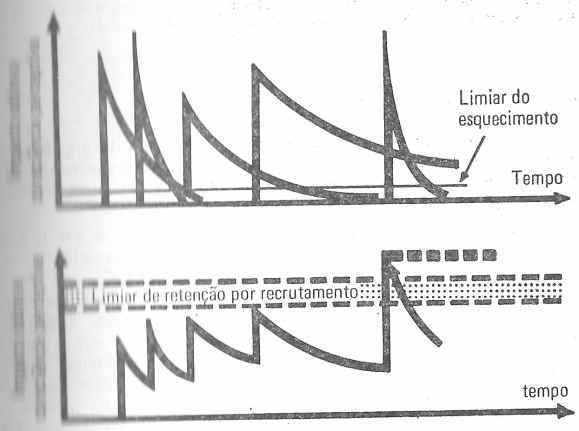
— *o desejo longo* ou projeto, levado à catarse pela posse ou aquisição, aumentando progressivamente em função do tempo, por exemplo: adquirir uma geladeira;

— a necessidade, que é uma função permanente, apresentando flutuações acidentais ao longo da vida, mas sempre presente;

— o desejo impulsivo, produto de um impulso passageiro que se atenua com o esquecimento, mas que pode reaparecer em função de ocasiões exteriores.

Pode-se admitir que a função do esquecimento ou da extinção é vagamente exponencial ou em todo caso, é caracterizável por uma certa constância de tempo, e assim pensar que, para que o desejo provoque uma ação, deve encontrar ocasiões de se satisfazer no prazo desta constante de tempo. Uma grande parte do mercado de consumo, especialmente a vitrine dos magazines, joga com essas funções impulsivas e procura satisfazê-las inserindo-as na memorização pela superação de um *limiar de lembrança* importante de determinar. É o mecanismo da retenção segundo o qual, acima de um certo limiar, as impulsões passageiras que somam seus resíduos passam para um outro registro da memória submetido a outras leis do esquecimento.

1º CASO: IMPULSOS DISPERSADOS



2.º CASO: IMPULSOS CONCENTRADOS

O papel do esquecimento nas motivações acidentais. Esquecemos nossas próprias motivações mesmo que pertençam a determinados níveis de disponibilidade do ser e não às suas necessidades profundas. Estes esquecimentos passageiros não em larga escala condicionados pelas circunstâncias que diferenciam o desejo da necessidade. Os melhores estudos sobre o esquecimento realizados por psicólogos mostram que a memória de um desejo e a vivacidade da impressão que ele traz decresce segundo uma curva geralmente exponencial, em função do tempo mais ou menos rápido segundo as circunstâncias da apresentação do estímulo. Assim foi representado, no diagrama acima, um certo número de reiterações variadas de uma mesma motivação em diferentes circunstâncias, e seu decréscimo mais ou menos rápido, em função do tempo. Existe um limiar de esquecimento definitivo que a maioria destas curvas alcançam ao final de um certo prazo. Isto quer dizer que, se a motivação não fosse renovada, ela desaparecia definitivamente. No segundo caso supusemos que estas impulsões, mesmo que elas se estinguissem relativamente rápido, encontram-se concentradas umas com relação às outras, conservando um resíduo antes que chegasse a próxima. Nestas condições, chegará um determinado momento em que elas ultrapassarão um certo limiar de retenção e se inscreverão de forma quase definitiva na memória.

Praticamente, pode-se dizer que a renovação de uma série de estímulos relativos ao mesmo objeto, o desejo, pode contribuir para a memorização

deste objeto de forma definitiva e inscrevê-lo na tabela de valores como necessidade, se concentração no tempo e no espaço das repetições for bem escolhida. Uma aplicação seria em psicologia urbana, a disposição dos objetos "desejáveis" nas vitrines sucessivas de uma rua de comércio.

2. *A aquisição*

É a catarse do desejo, é a passagem do objeto de um universo coletivo à esfera pessoal. Ela é muito carregada emocionalmente. Ela é um ponto de não retorno, uma escolha, portanto uma renúncia a todas as alternativas possíveis.

O que é notável no processo de vida do objeto, é que o auge da alegria consumidora encontra-se situada no momento em que o contato ainda é indireto e longínquo: a compra. O prazer que se deriva de um objeto divide-se sobretudo nas três primeiras fases, mas ocorre no seu máximo na segunda. Aqui, ama-se aquilo que ainda não se conhece, e há um fenômeno importante que é um dos mecanismos de alienação pelo objeto, uma vez que estamos ligados a um fantasma, a uma imagem construída por nós mesmos a partir de um estímulo longínquo; certamente conhecemos um modelo vizinho, uma imagem antiga que esperamos ver renovada, mas esta distância no ato emotivo de compra deve sempre ser notada pelo psicólogo das motivações, a serviço por exemplo de uma empresa de publicidade.

3. *Descobrir o objeto*

O objeto está agora nas minhas mãos, empacotado, condicionado, completamente novo, todo preparado para o sacrifício, em minha casa. Eu corto o barbante do pacote, rasgo o papel, desmonto as embalagens e caixas, desfaço suas colagens. É nesta operação, angustiante e pudica (muitas mulheres preferem desembrulhá-lo a sós) que se vai situar a descoberta, a apreensão cognitiva, a tentativa como jogo e como representação.

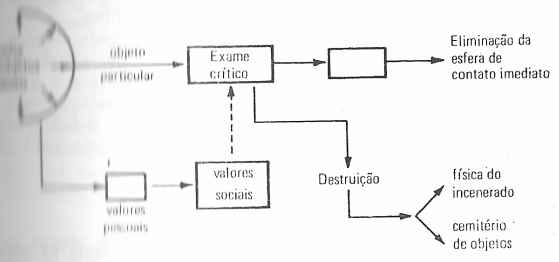
4. *Gostar do objeto*

A posse do objeto provoca um prazer que é diminuído ou atenuado pela descoberta progressiva dos defeitos deste, ou seja, da inadequação entre as suas propriedades e a soma das qualidades dadas à sua imagem mais ou menos idealizada.

Notamos de passagem que este mecanismo fornece uma definição psicológica daquilo que se pode chamar de objeto perfeito. Os especialistas de *marketing* fazem listas de freqüência decrescente das propriedades ou qualidades que uma população consumidora emprega ou exige de um objeto. Parando esta lista a um nível razoável de freqüências, define-se assim, utilizando as escalas de medida, um conjunto de propriedades que é a "descrição ideal" tal como os cidadãos da sociedade de consumo a concebem. Se se constata que o conjunto das propriedades de um certo objeto real pode no mínimo igualar e praticamente ultrapassar o conjunto das propriedades assim definidas, pode-se dizer que o objeto proposto atingiu a 'perfeição', uma vez que ultrapassa a imagem ideal que se faz dele. Uma tal noção servirá para definir uma política de fabricação.

5. *Habituar-se ao objeto*

Uma vez possuído e explorado o objeto, o processo a seguir é o habituar-se a ele. O objeto recua progressivamente para fora da cena da consciência. Produz-se uma espécie de depreciação cognitiva: o objeto faz parte integrante do mundo que o envolve, ele é neutro; ele não ousaria existir não fosse pela sua própria ausência ressentida como uma falta (acidente, destruição, desaparecimento, etc.), em função da sua freqüência de utilização, da natureza da sua função com reação aos mecanismos da vida Cotidiana. Lembremos que o prazer decresce como o logaritmo do consumo (Gaussent), o que está de acordo com a Teoria de Informação.



A eliminação dos objetos da concha pessoal.

A concha pessoal, o ambiente, que contribuem, entre outros, para criar os valores individuais cujo conjunto se confunde mais ou menos com

os valores sociais, com os critérios de aceitação ou de rejeição. Determinado objeto, quando se torna velho, usado, murcho, triste, vai ser submetido a um exame crítico a partir destes valores, que são um julgamento provisório. Ou então ele será definitivamente recusado, desvalorizado, e será fadado à destruição, será real, seja no lixo ou no cemitério de objetos que encontramos nos arredores das concentrações urbanas, ou então será retido como tendo um valor secundário, mas eliminado da esfera pessoal.

6. *Conservar o objeto*

Contudo, o objeto pode tornar a existir e impor, recuperado, sua presença ligando o indivíduo a ele no momento em que é consertado, isto é, quando ele exige a atenção e um ato positivo. A recuperação será geralmente sentida como uma ofensa direta ao objeto, mas não necessariamente. A todos os objetos, quer se trate de uma esferográfica, de um telefone, ou de um moedor de café, o indivíduo liga uma esperança de vida, função da sua cultura, do preço relativo do objeto, etc. Se o intervalo médio entre as reparações é notoriamente superior à duração da vida normal esperada, a reparação não é concebida como uma ofensa, mas pelo contrário como uma virtude: "ele entretanto era sólido".

7. *Ver morrer o objeto*

Enfim, o objeto impõe-se no momento em que o indivíduo o substitui e que um julgamento é pronunciado a seu respeito. Ele pode morrer de esquecimento, caso em que não será substituído: talvez seja este para ele o falecimento mais definitivo.

O indivíduo portanto está ligado finalmente a cada etapa e ao objeto pelos seus múltiplos modos, tal ligação é conservada e reforçada pela sociedade consumidora, pelo prestígio social e pelos meios de comunicação de massa, que definem um retrato ideal do ser em sociedade. Assim, o filme norte americano definirá como "marginal" todo indivíduo que não possua nem televisão, nem congelador, nem automóvel.

Deverá o objeto desafiar o tempo?

Quando a população de objetos do mundo ambiente se multiplica, estabelece-se uma espécie de saturação, em função dos impostos brutos: encargos sociais, do suprimento do mercado exterior e de características individuais que podemos deixar de lado numa pri-

meira análise. A sociedade de consumo persegue como fim aumentar o limiar de *saturação* do ambiente.

O fato de este enquadramento, limitado no espaço, por exemplo, pelas fronteiras do privado, ou no tempo, torna-se uma percepção cultural e pela mesma razão possui um valor estético, provoca uma ligação entre atitudes estéticas e inúmeros objetos do meio. Por exemplo, as atitudes estéticas do rococó, do interior Kitsch, ou do cômodo sem mobília, implica em níveis de saturação mais ou menos elevados em bibelôs (pequenos objetos inúteis que servem para expor seus próprios restos), como decoração ou acessórios da vida.

Vêm-se aqui os esboços de uma relação entre filosofia estética de uma época em particular e a atividade consumidora, portanto estrutura de uma sociedade de *consumo* também preconiza a funcionalidade, ela será levada a uma contradição interna: portanto ela deverá escapar esforçando-se para enriquecer o *universo das coisas* o que lhe permitirá justificar racionalmente o enriquecimento do universo dos objetos. Assim terá que elaborar e promover teorias da gratuidade, teorias da funcionalidade provisória, etc.

Esta evolução em etapas sucessivas da relação que o ser estabelece com o objeto traduz um primeiro aspecto da dimensão temporal dos objetos ou das coisas, apoiada na nossa relação com eles.

De fato, existe aí uma apreensão importante pois, por definição, o objeto define o tempo, apresenta-se como o que se opõe a pega do tempo, o que estabelece a solidez do espaço e assim abole o tempo. Esta cesta de flores sobre a minha secretária estará lá dentro de dez ou vinte anos, possivelmente é verossimelmente, em todo o caso ela estará lá amanhã e depois de amanhã, em contraste com o ritmo dos seres e dos pensamentos; as duas poltronas grandes do meu gabinete, uma defronte da mesa, a outra atrás, aí ficarão independentemente de quem nelas se sente; elementos transitórios do gabinete funcional. Digamos mesmo, ao máximo, que é possível definir o "gabinete do professor" pela apreensão fenomenológica de duas poltronas separadas por uma mesa e situadas assimetricamente, poltronas em que se sentam ectoplasmas. Não estamos muito longe aqui dos comentários de Weber e Nannoni sobre a essência da burocracia.

Uma teoria da permanência do cenário

Geralmente, esta permanência pode ser captada por um outro instrumento matemático: a função de autocorrelação através do tempo que, estudando um fator de presença/ausência, ou se quiser,

mos de posição de orientação dos elementos-espetáculos de um cômodo da casa caracterizará os objetos por uma ordem mais ou menos estável no tempo.

Avalisemos assim, uma série de planos do cômodo da casa como quadro de referência. Imaginemos um diretor, demiurgo do real, que semelhantemente àquele filósofo de que fala G. Berger, recria a cada instante o mundo, ou pelo menos o recria de uma cena para outra no teatro da vida. Digamos, para concretizar ainda que este diretor trabalhando para a televisão em faixas de horário bastante dispersas no quadro geral que serve outras emissões, deve reconstruir periodicamente o seu cenário, possuindo um armazenamento de acessórios, os cenários que vão viver e desenvolver múltiplas personagens que agem, falam, se movem, se deslocam com relação às outras coisas ao seu redor. Uma das suas inquietações, partilhada pela sua *script girl* que o tem como tarefa essencial, é de *assegurar* a continuidade do cenário, de torná-lo intemporal. Avancemos um pouco, imaginando, com von Stuckelberg, que tenhamos que bater uma série de fotografias deste cenário com as personagens, que, para nos assegurarmos da continuidade temporal, tenhamos — pedantismo extremo, excesso das matemáticas — acesso a um estudo estatístico destas fotografias sucessivas P_1, P_2 ... $P_{1.000}$ ... P_n. Procuraremos então o grau de ordem através do tempo retirando progressivamente os intervalos de tempo cada vez maiores e perguntando-nos qual é a posição respectiva f(t) dos elementos presentes em cada fotografia.

O nosso produtor de Televisão, que constitui um universo local num determinado tempo, captará *ad absurdum* a permanência dos objetos com relação aos seres, reconstituindo-a e separando um "fundo" de objetos de uma "forma" de seres móveis que vêm ocupar posições fixas numa poltrona mais variável.

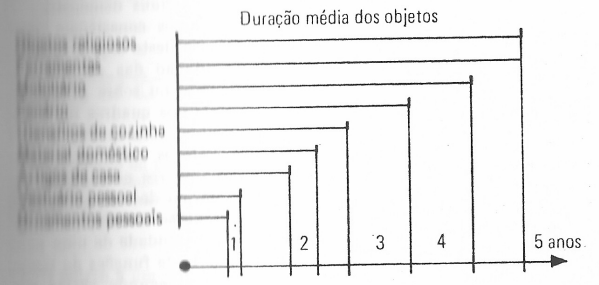
Esta forma extraordinariamente abstrata de dizer simplesmente que os objetos permanecem no seu lugar enquanto os seres se deslocam, poderia, há apenas vinte anos, ter parecido de uma intolerável pretensão a qualquer outro que não fosse filósofo. Justifica-se dar-lhe um lugar no estudo sobre o tempo no objeto, precisamente porque nos leva a um certo triunfo de atitude sincrônica e estrutural no pensamento contemporâneo a partir precisamente do momento em que os exemplos tecnológicos nos são dados de uma possível reconstrução do mundo a cada instante. Lembremos a este respeito uma das primeiras imagens do computador: a fotografia de um objeto que nunca existiu, reconstruída inteiramente a partir de raciocínios ou de dados, que têm aqui o lugar da memória ou das notas de compras da secretária (vaso sobre a chaminé a 5 cm da borda da direita, poltrona virada a 45°, claridade vinda pelos fundos).

$$\hat{A}(t) = \sum_{i} A \int_{n}^{'} F(x_i, y_i) \cdot f_j(t)\, f_i(t + c)\, dt$$

objetos presentes → grau de ordem dos objetos

função de posição iconal

grau de permanência



Duração média de eliminação de diferentes objetos analisados em uma [illegible] Oscar Lewis sobre as "propriedades dos pobres" das famílias [illegible] ou dos arredores do México. Note-se a perenidade dos objetos [illegible] e das ferramentas.

Existe aí o incentivo de uma fenomenologia baseada na idéia de recriação do universo a cada instante, totalmente oposta a idéia de permanência como evidência que dá ao objeto uma posição privilegiada no Umwelt. O objeto existe na sua permanência através de uma das funções semânticas estáveis que lhe estão ligadas.

Assim, ao fim desta análise, nós veremos o objeto como oposto ao tempo, como memória permanente do *Umwelt*.

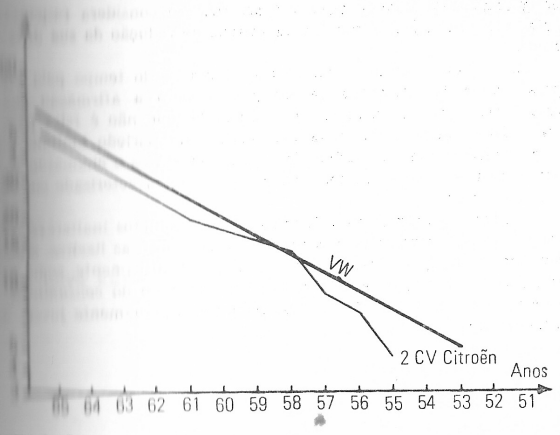
A obsolescência psicológica

Notemos, entretanto, que esta é apenas uma visão ideal e simplista. Por um lado, através daquilo que chamamos de "objetos do nosso ambiente", classificam-se todos os *produtos*, e que, entre outros, os produtos *consumíveis* que constituem uma exceção tão importante que é preferível excluí-los do quadro do presente raciocínio e tranferi-lo para outro domínio de estudo específico.

Mas, por outro lado, a "durabilidade" do objeto é uma inexatidão objetiva; o objeto usa-se, caduca, cansa-se. Ser usado significa datar uma inscrição na memória do ser-testemunha. Sabemos que existem dois tipos de "memória", uma memória *permanente*, não datada, que é a memória bergsoniana de aquisição de um automatismo, e a memória "fos-forescente" que se apaga, ficando assintoticamente na nossa consciência como *Ebbinghaus* demonstrou. O objeto que se usa, na medida em que tomamos consciência deste uso, é análogo a um calendário. A taxa de uso deste objeto inscreve o tempo no ambiente, data-o; a sedimentação das camadas de sujeira na panela da dona de casa negligente ou sobre o cabo da ferramenta do artesão, são marcas temporais dos quadros materiais da memória. O homem encontra-se no tempo fora dos relógios e dos calendários pelo uso da sua caixa de fósforos, das suas lâminas de barbear, do seu baton, que são funções lineares ou logarítmicas em certos casos de uso (adaptação a uma forma da mão). Também há o uso "gaussiano" dos objetos laquedos que se lascam, o do vestuário ou ainda as funções gaussianas de probabilidade de uma pane de um sistema complexo. Assim, toda uma série de funções do tempo são percebidas através do objeto que se usa segundo várias leis (figura)

O uso dos objetos cotidianos, ou dos de trabalho, é uma memória datada. A inscrição da utilização no uso (o uso da faca de carne freqüentemente afiada pelo açougueiro). É este uso, precisamente que cria o valor de eternidade que damos a um certo número de objetos como um mérito notável: a pedra pré-histórica, o peso para papéis, testemunho dos séculos pelos quais a eternidade nos contempla desde o nosso berço, o relógio ou o "pêndulo", notáveis na província, etc.

O objeto perece, é outra função temporal que não é intrínseca ao objeto, mas que se inscreve numa duração cultural na qual vivemos e que produz uma tensão psicológica crescente entre a presença do objeto e uma certa imagem do "Eu" no mundo atual.



Depreciação do preço de automóveis.

Depreciação do preço dos automóveis. Note-se que, para um dado objeto efetivamente usual de grande difusão, bem estandardizado, a curva de depreciação do valor corrigido pelo descrédito do dinheiro é quase rigorosamente exponencial num amplo limite.

O objeto é um entrave na estrada da evolução cultural. O "novo" sedimenta-se na cultura, e o objeto impõe-se ao exame crítico pelo seu descalabro cultural, fenômeno linear, mas apresentando acelerações que são a marca da emergência de novos estímulos.

A prescrição é portanto uma confrontação do objeto e do seu uso com o ciclo sócio-cultural. Ela estabelece uma data não pelo uso que normalmente age sobre a *função semântica* do objeto ou do utensílio, mas sobre o sistema de valores anexos de estilo sobrepostos à funcionalidade. Ela inscreve a data de compra na evolução do ambiente social, digamos para simplificar, da sociedade. É essencialmente um tempo social, enquanto o uso é um tempo individual. Ela pertence ao quadro social da memória de que fala Halbwachs. Para Robinson não existiria prescrição.

Estes fatores integram-se numa temporalidade média do objeto institucionalizado, na sociedade consumidora pelo conceito de tempo

de garantia durante a qual o fabricante se considera responsável pela sua fabricação, e que é uma espécie de redução da sua duração média.

Assim, este objeto "eterno" traz a marca do tempo pelo *uso* e pela prescrição. A época tecnológica proporá a afirmação que o objeto tem uma duração de vida definida, que não é feito para a eternidade, que desafia o tempo sendo num período limitado, que está necessariamente condenado a destruição. Nós o chamaremos de objeto misto: aquele que será intrinsecamente caracterizado por uma curva de vida.

O ideal do mundo da afluência serão os objetos inalteráveis por um período determinado, desfazendo-se sozinhos nas lixeiras, objetos prontos para jogar fora, corrompendo-se definitivamente, como produtos alimentares, objetos promovidos ao estado do *consumíveis*. O objeto do Prisunic e o Fênix que renasce perpetuamente jovem das latas de lixo.

Uma nova Filosofia da materialidade?

Two vast and trunkleses legs of stone
Stand in the desert...
And on the pedestal thise words appear
"My name is Ozymandias, King of Kings
Look on my works, ye Mighty and dispair".
Nothing besides remains...

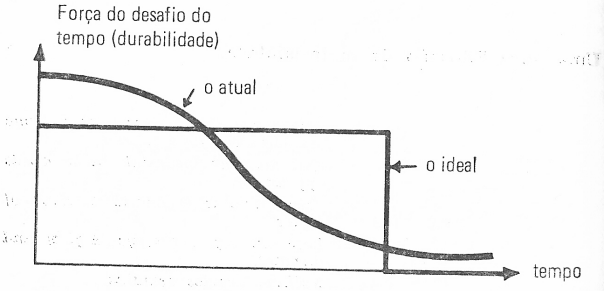
Shelley

Convém opor a suposta eternidade das coisas, comparada aos seres, esta ilusão de permanência fornecida a cada instante pela materialidade dura, e, pelo contrário, esta idéia de vida média traduzida por uma lenta degradação. Notemos incidentalmente que certos filósofos da evolução acentuaram a arbitrariedade e individualismo da idéia de perecimento das coisas materiais, notando, por exemplo, que a constância das propriedades da matéria viva considerada no seu conjunto e no seu processo dinâmico de assimilação-reprodução era maior que a do granito dos Alpes e que ela inscrevia espécies globais num lapso de milhões de anos.

O que faz a originalidade da época tecnológica, é portanto esta afirmação recente, que data da civilização industrial e mais precisamente da fabricação contínua por montagem (1920), (o que chamamos de a época do neo-Kitsch), segundo a qual o objeto é

necessariamente votado a destruição e que esta deve ser aceita como uma virtude pelo consumidor. O objeto industrial é caracterizado por uma curva de vida que leva a ser substituído, renovando-se periodicamente os prazeres da aquisição e sobretudo implicando numa juventude perpétua do mundo circundante, posto que a velhice caracterizada está excluída.

Assim se define uma nova nota de compras da materialidade na civilização; a matéria não se opõe mais a evolução dinâmica do homem; ela quantifica esta evolução.



Duas curvas de decréscimo da solidariedade ou valor dos materiais com o tempo. A curva ideal em descontinuidade só existe na prática. Mesmo para os produtos consumíveis, ela representaria um dos fatores de subversão dos mais fundamentais de uma nova sociedade do transitório em relação a sociedade tradicional do quase-permanente.

Esta afirmação é tão fundamental que merece alguns comentários pois propõe uma forma de aprender um novo modelo de sociedade, uma projeção do futuro. Sonhemos aqui com uma sociedade na qual as casas desmoronariam necessariamente em poucas horas em cima dos seus moradores numa data inscrita no frotão da mesma; na qual os objetos domésticos se desagregariam cada um por sua vez, de forma inexorável, normal e rápida, exigindo sua substituição, e tendo, cada um, a sua data de desaparecimento normal indicado pelo fabricante. Esta inexorabilidade dos objetos se inscreveria então necessariamente na consciência humana, recriando uma outra forma de civilização. Ora, aqui não se trata de ficção científica; é isto exatamente o que a civilização industrial nos propõe dissimulando as suas afirmações por detrás de um vago conservadorismo ou distinção entre "bens" e "produtos": outros planos de urbanismo, uma modificação do dinamismo social, uma outra forma do mercado comercial.

Uma tal concepção representa uma espécie de promoção do lixo e do incinerador e levanta o problema da *evacuação*. A sociedade humana do século XIX queria povoar o mundo de objetos e seres, a do século XX procura arrumá-la e lutar contra a população de objetos por um sistema mais sutil que a perempção incorporada; o da limitação necessária de vida dos objetos. Enquanto a perempção incorporada aprecie como um defeito introduzido sem o conhecimento do consumidor, aqui seria desde o início inscrita na consciência do comprador a idéia de um horizonte temporal. Este tipo de realização não está ainda na ordem do dia nas preocupações do planejamento visual; este visava a dar a ilusão de eternidade pela aparência: superfícies duras, polidas e brilhantes, inalteráveis; até hoje seguia a via do menor esforço realizando as parte dos objetos da forma *mais simples*, ou seja, "conforme o eterno". É assim que o *carter* a caixa, resistem por vezes melhor que o mecanismo interno de um aparelho qualquer (exceto talvez os automóveis). De fato, o problema liga-se a uma inovação do mercado de materiais, a procura de produtos que seriam mais baratos precisamente pelo preço de uma durabilidade limitada e prevista.

O problema é bastante profundo, pois ele implica, numa civilização de abundância, que se esta não quer desaparecer sob a massa dos resíduos dos seus próprios produtos, a que podemos chamar de problema de poluição generalizada, seu retorno espontâneo à natureza sem uma alteração notável desta já se encontra posto. A sociedade toma a forma não de um cemitério de automóveis ou de objetos, mas de uma excrescência humana de um sistema natural, à qual J. Huxley chamou de "cancer do planeta".

A morte dos conjuntos de objetos

Até aqui insistimos na inscrição do tempo, da duração, no *objeto unitário*, isolado do contexto, numa ligação necessária e permanente entre o ser e as coisas. De fato, já o notamos anteriormente, o homem está ligado na sua vida cotidiana a um *display*, o apartamento, o local de trabalho, o escritório, são-lhe mais presentes que um determinado objeto particular.

Há inicialmente a vida média de um *conjunto* de peças idênticas: 24 pratos de um serviço, que se quebram segundo uma lei exponencial:

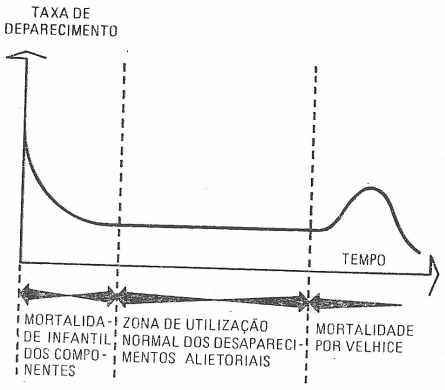
$$N = N_0 e^{-at}$$

com uma unidade: o último prato cuja existência segue uma lei de Poisson.

Estudos realizados sobretudo com objetos técnicos complexos, mas estendidos aos aparelhos domésticos, mostraram a necessidade de assegurar uma *coordenação* optimal das durações de vida das peças, realizando assim o ideal afirmado dos construtores de automóveis. Notemos de passagem que é neste domínio, bem mais que na criação de novos materiais, que se pode realizar esta curva de *absolescência ótima* que descrevemos. Existe aí um aspecto importante de engenharia social que até agora não reteve a atenção dos sociólogos.

Nas arrumações interiores, os objetos são usados e caem em desuso, substituindo-se mutuamente para construir o *quadro sócio-temporal*. É a sua multiplicidade que dá a este quadro uma relativa precisão, uma vez que um grande número de durações de vida média, desde a lata de conservas até ao móvel, indicam a duração em redes de linhas de obsolescência ou de uso. Certos objetos renovam-se periódica e indefinidamente (caixa de fósforos, baton, pratos), outros em intervalos extremamente variáveis, com indicações de duração variadas.

De fato, uma teoria da rejeição dos objetos da concha personalizada, do seu enquadramento ainda está por fazer. Ela implica, por um lado, a idéia de *filtragem* ou seleção, por outro, a idéia de



CURVA TÍPICA DANDO A TAXA DE DESAPARECIMENTO DE UM CONJUNTO DE COMPONENTES ELETRÔNICOS ELEMENTARES

Os organismos complexos são suscetíveis de desaparecerem ou de não mais satisfazerem em seus serviços quando uma das peças deles se suprime. Pensaremos a este respeito, no caso da máquina de escrever, de um avião, de um computador ou de uma base de lançamento de satélites. De fato, dividem-se as falhas dos organismos em categorias de funções por ordem de importância, desde as que interceptam o funcionamento do organismo (ex.: o carburador do automóvel) até as que simplesmente diminuem a qualidade do serviço que o organismo pode fornecer. Numerosas estatísticas foram feitas sobre a probabilidade de desaparecimento de numerosos órgãos de organismos examinados. A curva acima dá um exemplo bastante geral. Quando a segurança é exigida em alto grau, é-se conduzido por um lado a reduzir a probabilidade de falhas (ex.: uma ligação telefônica não ter defeito mais que uma vez em 10 milhões) e por outro lado de dobrar sistematicamente os elementos importantes reduzindo assim a probabilidade de pane com o quadrado do seu valor inicial. Toda uma teoria da segurança dos organismos complexos foi colocada faz alguns anos, teoria válida sobretudo pelos sistemas industriais, militares, etc., mas que têm recaído nos cortadores de legumes, na máquina de lavar e no conjunto dos objetos cotidianos. Em particular pode-se ser levado a utilizar esta teoria para assegurar a coordenação das freqüências de pane das diferentes partes de um organismo (automóvel cujos órgãos essenciais estão defeituosos aproximadamente na mesma época) inclinando o utilizador a fazer um julgamento sobre o organismo global e eventualmente a substituí-lo por um novo. Pode-se naturalmente utilizar estas teorias de segurança para realizar a perempção incorporada, que é uma das novas características da sociedade dos objetos.

destruição sistemática, dando lugar a imagem da Fênix que renasce eternamente das suas cinzas. É o que Enderlin, por exemplo, nota no seu estudo sobre o objeto no Prisunic.

Uma ética da destruição criadora

Será o conceito de destruição dos elementos do ambiente para dar lugar a outros uma nova filosofia das relações do homem e do mundo e da evolução? Convém, para terminar estas notas sobre a inscrição do tempo no objeto, sublinhar sua importância, distinguindo três tipos de *ética* através da sociedade.

Houve primeiro a *ética do eterno,* na qual o homem, investido da sua fragilidade no mundo material, procura construir para a eternidade seus palácios egípcios, as estelas e as jóias; as pedras preciosas e os metais inalteráveis, as tábuas e as inscrições, manifestam um desejo de ser. O mundo é vasto: construir para durar, é um ideal explícito: a durabilidade, a permanência, é uma virtude

intrínseca. O homem superior, o chefe, o rei constrói para a eternidade, pois quer desafiar o tempo.

A *ética agrária* foi em seguida uma ética de acumulação. O ser existe no mundo em função das suas reservas, o sótão está cheio de grãos; é o arquétipo da caça de Bachelard, a idéia de um burguês coextensivo às riquezas materiais antes que a signos abstratos. A realização de um agricultor ou do comerciante que especula sobre os estoques certamente existentes, serão valores fundamentais. Os objetos são caracterizados pela sua capacidade para serem volumosos. A capacidade criadora repousa sobre o capital, ou seja, sobre a acumulação de riquezas.

A época em que penetramos numa evolução de menos de um século — que, por conseqüência, ainda não teve o tempo de afetar a nossa mentalidade profunda, mesmo se a captamos pela força da razão será uma *ética da destruição criadora?* Se nós somos prisioneiros das nossas cidades e do nosso ambiente material, não poderemos nos libertar destruindo-os? O princípio dominante exigirá que num mundo limitado em volume, para criar será necessário dar lugar ao objeto criado, ou seja, rejeitar, eliminar, destruir? Se é o ser humano que restringe o meio ambiente, se, como afirmamos no princípio, a Natureza é um erro, e só é *wesentlich* o mundo artificial criado pelo homem, este último, para viver, não deve axiomaticamente destruir? A facilidade para um objeto desaparecer torna-se uma virtude tão grande como a sua capacidade para aparecer. O objeto pronto para ditar fora, ou melhor, o objeto pronto para ser jogado fora, ou melhor, pronto para ser destruído, não é um ideal vivo?

A *duração de autocorrelação* "optimum" será limitada? O papel do sociólogo é exclusivamente o de estabelecr uma problemática destas questões que ele colocou ao filósofo, deixando-lhe a responsabilidade de respondê-las.

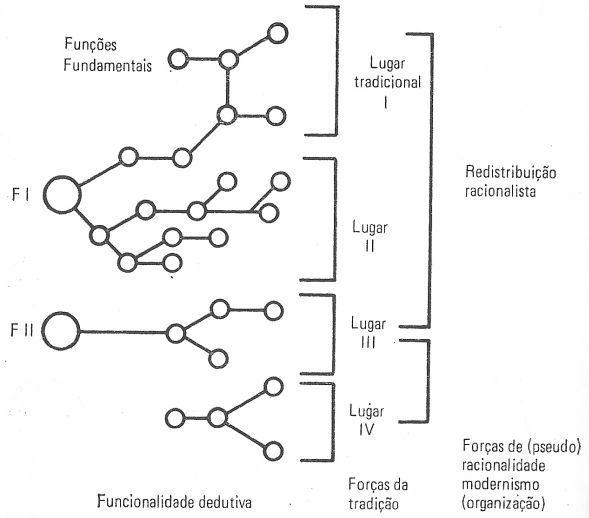
9

Da Sintaxe dos objetos

Das leis sintáticas de agrupamento

Lembremos abreviadamente o ponto ao qual chegamos. Depois de termos situado fenomenologicamente os objetos, estabelecemos um método de raciocínio baseado no conceito de "linguagem dos objetos", servindo-nos de uma lingüística estruturalista "na moda", uma metáfora importante. Separamos a parte *semântica* e *estética* desta linguagem, constituída pela presença de uma exibição de objetos de origem social no ambiente do indivíduo: uma mensagem, uma intrusão, um testemunho permanente do social na esfera privada. Nós insistimos sobre o aspecto semântico, estudamos os repertórios, e fizemos um estudo sumário da evolução deste repertório, das causas de alteração ou renovação. O nosso problema será agora estabelecer as leis do código, ou seja, os modos de agrupamento, a *sintaxe dos objetos-conjunto* no interior do discurso constituído pela exibição (display) cotidiano.

Tomaremos, agora, alguns exemplos mais fáceis, reportando-nos a um dos ambientes de base: o do *mobiliário*, nos cômodos de um apartamento. O problema posto é o do *conceito de ordem*. Que diferencia o ambiente de objetos centralizados funcionalmente sobre o indivíduo de um caos, que lhe dá *forma*, lembrando que se dá define uma forma como aquilo que, para aquele que recebe a mensagem, como não *sendo o produto do acaso?* Um certo número de leis vão intervir aqui, leis "gramaticais" de acordo com as palavras, de subordinação, da hierarquia, de sentido.



Retomamos aqui a divisão das funções dos objetos por local a partir da cadeia das funções que estas poderão ter de cumprir. Encontramos funções isoladas. Exemplo: F 2, F 3, que pertencem apenas a uma categoria do interior da divisão no espaço-tempo dos atos do indivíduo ou da família, e nestas condições, os objetos correspondentes (exemplo: O serviço de chá, a bateria de cozinha) situar-se-ão muito naturalmente num único lugar. Mas pode ocorrer que certas funções globais mais complexas, exemplo F 1, se decomponham em funções elementares, dando lugar, elas próprias, a objetos elementares (exemplo: serviço de café, leitura de livros e jornais) que provocam uma divisão por lugares tradicionalmente distintos. O recorte do espaço em cômodos no apartamento, por exemplo, não coincide com a divisão por funções, e os objetos usuais podem ser classificados de diversas formas. A racionalidade conduzirá portanto a construir o espaço a partir das árvores de função e dos objetos que os servem; é por exemplo, a noção de sala de estar na grande sala, desenvolvido por Le Corbusier.

1. A primeira lei sintática, e a mais evidente, será da *pressão volúmica*: o espaço global sendo *dado*, o que é o caso geral, a reunião dos objetos deve ser tal que a soma dos volumes totais seja inferior

ao volume disponível V. Se supusermos, de acordo com a prática urbana, que uma percentagem α de 30% a 40% deve ser reservada à circulação e à penetração:

$$\Sigma V_i < (1 - \alpha) V$$

é uma pressão numérica totalmente evidente para quem o utiliza, que qualquer raciocínio científico não pode omitir.

2. Uma segunda lei será a de acessibilidade: para que um objeto, um móvel, ou uma possessão qualquer do homem seja utilizável, é necessário que sejam acessíveis *sem esforço;* isto determina de forma consciente o arranjo topológico de um cômodo do apartamento, na apropriação do espaço como construção de um discurso. Incidentalmente, esta relação implica em que os objetos estejam contidos uns nos outros, e ela é precisada por uma lei psicológica de esforço razoável. Os gestos de acesso (portas fechadas, etc.) não devem passar de dois a três no máximo. Exemplo: 1) entrar no cômodo; 2) abrir a porta de um móvel fechado; 3) segurar o objeto. É o problema da classificação das bibliotecas ou das louças sobre uma, só extenso, que conduz a um volume crítico de arranjo cômodo.

3. Uma terceira lei será a da *densidade* "optimum" e de divisão das densidades. Ela já é muito mais específica: a percepção global da densidade, "muito" ou "pouco" no campo da percepção, ou a repartição topográfica das suas densidades é uma expressão de significação importante, fortemente ligada a fatores conotativos. É ela que diferencia o estilo burguês kitsch do estilo despojado, ou do estilo na moda, caracterizado por uma proliferação do inútil, procurando dar uma impressão de "sobriedade não isenta de fantasia".

Ela distingue igualmente a estrutura dos cômodo do apartamento. Assim se diferencia:

a sala de jantar com o centro ocupado

o salão com o centro vivo (o tapete)

a sala de estar com ocupação lateral.

Do mesmo modo, diferenciará o canto (Eckbank) da sala-de-estar austríaca ou bávara, da cozinha-kitchinete americana.

4. Um fator importante de classificação é o da *ordem próxima* ou de associação markoviana por distâncias semânticas. Certos objetos associam-se seja funcionalmente, seja esteticamente uns aos outros. As cadeiras atraem as cadeiras, as poltronas atraem os tapetes, as mesinhas as paredes, atraem os quadros, etc. Pode-se de-

finir, grosso modo, quer uma *distância semântica* δ, como o fizemos anteriormente, quer uma probabilidade markoviana de associação, correlacionada ao inverso da precedente em um sistema cultural dado:

$$p_{ij} = f\ (1/\delta_{ij})$$

Poder-se-ia, naturalmente, levar mais longe este raciocínio, estudando, mas de forma mais incerta, as probabilidades de associação de trigramas P_{ijk}. Exemplo: xícara — pires — colher, numa matriz de três dimensões. É interessante notar que aqui nos encontramos, se quisermos adaptar as denominações de objetos suficientemente gerais como o faria o decorador, numa situação em que o repertório de base é bastante restrito, 30 a 50 elementos, por exemplo, e onde, por conseguinte, os raciocínios markovianos guardam um valor heurístico notável. Pode-se, por exemplo, perguntar se o espírito do decorador não segue, pelo menos em parte, as leis de criação do seguinte tipo:

significacão funcional do cômodo (exemplo: uma dezena de categorias).

Referência a um repertório de listas definidas (exemplo: 6 cadeiras — uma mesa, duas poltronas, um móvel de divisão);

referência a um estilo individual e (por exemplo, o estilo Império) pertencente a um conjunto desmembrável e limitado de estilos possíveis:

pesquisa e enunciação das probabilidades de poligramas a partir de objetos simbólicos fundamentais (a mesa para a sala de jantar).

Diagramas — mesa → cadeira
mesa → arrumação
cadeira → poltrona

Trigrama — mesa — cadeira — arrumação.

Trata-se portanto de leis de ordem próxima. Assim, listas-tipos, freqüências de ocorrência e probabilidades de associação bastarão para dar conta de uma parte *notável* da criação de conjuntos.

5. Uma quarta lei, que também pertence à ordem próxima, corresponde ao fenômeno psicológico da *irradiação do objeto*: digamos que todo o objeto, fora dos problemas de acessibilidade propriamente ditos, *irradia* em seu torno. Há uma esfera de ambiente que ele *domina* psicologicamente, e que denominaremos de *volume próprio* ou *esfera de influência;* ele *exige,* para ser valorizado, um

domínio autônomo, vazio de outros objetos com as mesmas dimensões. Estes volumes ou superfícies de influência V_{ai}, maiores que os volumes fixos ocupados (que só interessam aos arrumadores de depósitos) vão reger a arrumação. Assim, não colocaremos oito candelabros em cima de uma chaminé de mármore, pois eles *perturbam* uns aos outros; da mesma forma, três mesas idênticas, etc. Notemos que a soma destes volumes representa o volume útil do cômodo; chegamos assim a uma "equação" psicológica do "espaço" que implica em espécie de *pressão* global da presença dos objetos num cômodo. Admitiremos que esta pressão varia no sentido inverso ao seu volume:

$$p \sum V_i = Cte$$

Se introduzirmos uma maior densidade de objetos no espaço V, a pressão psicológica destes objetos aumenta, ou seja, a impressão que exercem sobre o indivíduo. Referindo-nos a um estudo anterior, chamaremos de *pressão kitsch*: esta se encontra ligada a um volume de "incompatibilidade" V_n ou *covolume* dos objetos:

$$p \sum (V_i - V_{ni}) = Cte$$

Esta relação manifesta-se eventualmente de forma nítida na realização das vitrinas: a arrumação de um apartamento (neo-kitsh ou kitsh), ou a arrumação global feita pelo decorador. Ela constituirá um dos fatores quantitativos de uma arrumação domestica. Esta lei joga sobretudo na ordem a média distância a partir da percepção global de um apartamento, de um cômodo, ou de um *canto* do cômodo.

6. O domínio de ordem a grande distância é aquele em que se exercem especialmente as *leis sintáticas* de agrupamento. O inventário destas conduzirá a *gramáticas gerativas* de um conjunto de objetos; enunciaremos apenas algumas. A primeira estará ligada à idéia de apoio: tal objeto *está pousado sobre* (ou preso a) e isto estabelece uma ligação de caráter *lógico e não probabilístico* muito próximo do tipo de necessidade segundo qual um *verbo* deve ter um *sujeito* e/ou um complemento. A recente emergência dos "móveis suspensos" será um elemento de originalidade por transgressão.

7. Lei do paralelismo/ortogonalidade. A ação do homem sobre a natureza consiste em introduzir *morfemas abstratos,* sendo os mais usuais os de ângulo reto e de paralela. Em larga medida, é o ser humano que fabrica as retas, os ângulos retos e por vezes os círculos

perfeitos. Sabemos que dá-se uma predominância cultural ao cubo e ao retângulo, que são sistemas de evolução preferenciais, e *funções estáveis,* isto é, que, uma vez incorporadas numa linguagem cultural, dali não saem mais.

Poderíamos então traduzir o mundo como uma combinatória de elementos retangulares seguindo amplamente as leis do paralelismo ortogonalidade: os objetos, todos na sua maioria retangulares, devem situar-se paralelamente no quadro de um cômodo ou perpendicularmente a este, e isto é sentido psicologicamente de modo muito forte. Notemos aqui que as teses de Rudolf Steiner sobre o naturalismo e, a partir daí, a eliminação reta anti-natural, levando a colocar-se experimentalmente em questão este princípio, não fizeram, na sua própria obsolescência, mais que confirmar o contrário.

Ordem próxima, ordem longínqua, como critério fundamental de classificação

Retomemos essas características, as suas leis sintáticas, e tentemos classificá-las de forma metódica, restringindo-nos provisoriamente à concha personalizada do império do indivíduo e classificando as regras de gramática do discurso de objetos em função da *distância da ordem (ou de auto-correlação)* a qual essas regras exercem a sua pressão. Esta pressão será medida pela taxa de impregnação das formas obtidas: já enumeramos um certo número de *regras de organização do discurso do objeto.*

Leis de ordem próxima.

● Lei de *contração volúmica*: o conteúdo: a divisão do apartamento, deve ser maior que o conteúdo mais as superfícies de acesso:

$$\Sigma V_i < (1 - \alpha) V$$

Esta lei nada informa sobre os volumes individuais dos objetos: ela confunde móveis e bibelôs.

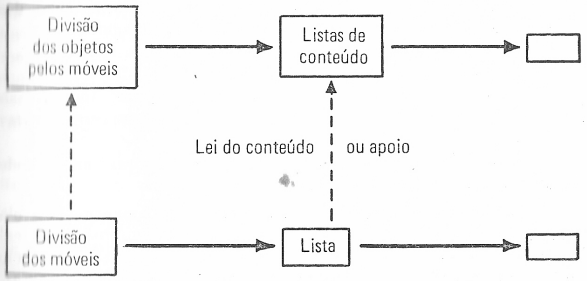
● Lei de *acessibilidade*: certas topologias são excluídas. Todo o elemento deve ser atingido por um *programa de acesso*:

entrar no cômodo
abrir uma porta ou uma parede móvel
segurar sem riscos.

Esta lei pertence à ordem próxima, pois dá-se por *seqüências* (derivação à esquerda) de elementos próximos.

● Lei de *densidade "optimum"*: as densidades não devem ser muito grandes (confusão, acumulação), e sobretudo a densidade é não *uniforme.* Diferenciam-se os sistemas de elementos *densidade central* e de *densidade lateral.*

● Lei de *associação markoviana*: a quase totalidade dos objetos têm relações freqüênciais de agrupamento, estabelecidas pela cultura, que se podem reunir em matrizes de associação (ou de transição) P_{ij}. Estas matrizes são correlacionadas ao inverso das *distâncias de similaridade* enunciadas num estudo precendente.



Um projeto de análise da divisão dos objetos nos sistemas de arrumação. A divisão dos móveis dá lugar a uma divisão dos objetos pelos móveis; o inventário será feito a partir de uma lista de móveis, e depois uma lista do seu conteúdo. As análises propostas sobre a disposição dos móveis ou maxi-objetos num cômodo deverão ser retomadas ao nível dos próprios objetos nos seus novos conteúdos onde seguem leis próximas.

Daí, há duas correntes de raciocínio paralelas: todo algoritmo desenvolvido por uma poderá ser transportado para a outra.

● Lei de irradiação dos elementos: Todo objeto possui: um covolume incompreensível, ao qual fizemos alusão na regra (1): V_o um volume próprio, função do número de objetos no cômodo sobre os quais ele exerce um domínio psicológico. Resulta daí para o espectador uma intuição de *pressão* dos objetos que assimilaremos à pressão do gás: $(V-V_o)$ Cte.

A estas cinco leis de ordem próxima juntam-se uma série de leis de ordem *longínqua.* Detalhemos um pouco mais:

• Lei de sustentação: todo o objeto está *pousado sobre*, ou *preso a*, o que determina uma continuidade lógica necessária a uma distância de ordem média; assim, a flor está no vaso, o vaso está no pote, o pote está sobre a mesa, a mesa sobre o tapete. Notar-se-á que cada elemento intermediário é facultativo, isto é, mal determinado, embora represente uma afirmação global muito forte: o objeto deve repousar no soalho, ou estar dependurado na parede ou do teto por intermediário; aí está portanto uma lei de ordem a média distância.

Sujeito (verbo) complemento (pousa) complemento
Objeto X pousado sobre base (sobre) base...

• *Paralelismo/Ortogonalidade*: existem leis de orientação dos objetos implicando uma significação simples dos *ângulos*.

Percentagem de ocorrência:	70%	10%	1%	20%
Ângulos	90°	45°	30°	outros
	(ou 180°)	(ou 135°)		(desordem)

Cada um sabe por exemplo, como é difícil "decorar" um cômodo em ângulo cujas paredes não são paralelas.

• Lei de *não obstrução*: mencionemo-la de passagem, pois ela resulta do bom senso: não se colocam móveis ou obstáculos em frente das portas e as janelas em uso, ou seja, deve existir pelo menos um espaço livre de 80 cm ao redor da sua periferia (geralmente duas portas e uma janela).

• Lei de *prenchimento das alturas*: assinalemos de passagem esta lei sob a forma de oposição pertinente: "vai até o teto" / "não vai até ao teto". Trata-se ainda aí de uma regra mais estilística: deve haver espaços superiores à altura de um homem em pé (Modulador de Le Corbusier, 2,25 m.) constituindo geralmente espaços livres (para a poeira).

• Lei *dialética vertical/horizontal*: esta tornou-se evidente para o ser humano pelos elementos estáveis ou instáveis: a forma alta da geladeira, o móvel ou a mesa horizontal apoiam-se nesta oposição dialética que constitui a regra fundamental da arrumação. 90% das linhas do nosso ambiente cotidiano pertencem a estas duas categorias de arrumação e ligam-se no sentido psicológico do equilíbrio. Como toda a lei sintática esta dá lugar a duas exceções: os pés inclinados de móveis, a inclinação de um quadro preso à parede, a cadeira inclinada de balanço, etc. Ela pertence a um *morfema* fundamental da cultura, este também expresso entre elementos próximos.

• Lei de *simetria/dessimetria* esta desempenha um papel muito importante na disposição dos objetos. Ao nível de conjunto, dá uma impressão de *repouso* ou de estático, de conforto intelectual ou de amor a regra. Ela foi uma das marcas da burguesia à época de Luiz Felipe, sendo abandonada apenas por volta de 1910, com a destruição do salão burguês pelo Estilo Moderno, ou estilo de Arte-Decoração: reações contra a reta e a simetria. Há além disso um Kitsch da *assimetria*, ou seja, uma aceitação semi-progressista da dissemetria sem excessos.

• Lei do *aberto e do fechado*: é a dialética da porta do móvel. De fato, ela representa mais propriamente uma lei estilística que, fortemente conotativa é ordem longínqua. Há o estilo de compartimentos abertos (bibliotecas, móveis para louça, etc.) e o estilo vitrine com janela. Poderíamos refiná-lo falando dos sistemas metálicos de desligamentos e de sistemas de abertura angulares, etc., mas não é este nosso propósito.

Sutileza de descrição dos estilos

Facilmente podem-se conduzir estas regras sintáticas baseadas na escolha de oposição pertinentes sucessivas, tais como longo-curto, fino-espesso, para as paredes internas dos móveis (oposição de uma mesa espanhola a uma mesa estilo Luís XVI), etc.

Notemos aqui que estas classificações, inteiramente perceptíveis, perfeitamente enunciáveis ao nível do criador da exibição (o decorador) apesar do seu aspecto bastante rudimentar, já propõe uma classificação bastante sutil de um conjunto de objetos constituindo um discurso, opondo-se ao caos. Admitamos que as únicas oposições mencionadas aqui dividem-se na evidência perceptiva, em apenas três classes:

Exemplo:	1	—	2	—	3
	muito	—	neutro	—	pouco
	denso	—	médio	—	vazio
	verticalidade	—	nenhum dos dois	—	horizontalidade

As oposições propostas:
— simetria/dessimetria
— denso/vazio

— vertical/horizontal
— lateral/central
— dividido/concentrado
— aberto/fechado
— paralelo/perpendicular
— longo/curto
— fino/espesso

definindo 9^3 — 729 categorias. Notar-se-á que incidentemente que estas são inigualavelmente preenchidas na prática; a adjunção de regras numéricas sobre a densidade, etc., estabelecendo uma grande sutileza classificatória perceptiva.

Um estudo realizado por Silbermam em Colônia selecionou em oito mobiliários os elementos dados nos dois quadros a seguir.

Os oito tipos de mobiliário propostos por Silbermam às pessoas de Colônia e seus arredores variavam mais ou menos do estilo mais tradicional até o mais "moderno" da época (1962-1964). Eram apresentados sob a forma de documentos. Aqui faremos uma descrição sumária destes.

Cômodo 1:

Lustre de lâmpadas elétricas, cortinas, cortinas duplas, cornija, três quadros de "mestres" (falsos) na parede, canapé estofado, mesa redonda com pés torneados, três cadeirões Luiz XV, falso estilo, pequeno tamborete, relógio de mármore sobre uma cômoda com três gavetas de estilo, três ramos de flores, quatro cinzeiros totalmente diferentes, tapete tipo oriental. Estilo "kitsh" último século.

Cômodo 2: mesa baixa estilo 1930 modernizada, madeira clara, duas poltronas de braços estofados, sofá-cama, carpete, paredes brancas, um quadro de pintura moderna, um vaso, um jogo de cinzeiros, um armário com pés de 30 cm, uma cômoda comprida.

Cômodo 3: duas poltronas baixas e um sofá estofado de veludo cotelê, uma mesa baixa assente com dois pés centrais torneados, um grande armário para livros e um vaso de flores, um quadro de 1920-30, uma escrivaninha.

Cômodo 4: grande sofá baixo e duas poltronas baixas muito estofadas sobre tapete espesso, grande aparador com painel de vidro central para livros, gavetas e prateleiras laterais, dois cinzeiros.

Cômodo 5: poltronas forradas de couro branco cravejado de cobre, sofá-cama forrado de tecido de lã preta, pequena mesa de centro com três pés, abajour de canto, cortinas, conjunto de alta fidelidade,

estantes para livros, pintadas e recobertas de fórmica, diante de um pano de parede com uma planta de folhagem.

Cômodo 6: duas poltronas *berjère* forradas de tecido: uma branca, outra preta, um sofá estofado sem braços, uma pequena mesa de pés oblíquos, móveis de divisão de meia altura e fechados, um abajur, dois vasos, um quadro moderno, uma estante de livros por detrás do sofá.

Cômodo 7: duas poltronas alinhadas em frente de uma mesa baixa de linhas modernas, diante de um sofá baixo, um abajur moderno,

	solteiros	casados	viúvos	separados
1	–	3	1	–
2	–	9	3	–
3	–	10	9	–
4	29	33	40	27
5	10	2	6	16
6	5	12	3	5
7	13	7	–	11
8	5	2	3	–
sem resposta	38	422	35	41
número de pessoas	62	750	220	56

O estudo foi retomado em função do número de pessoas da família

dois móveis de divisão fechados de alturas assimétricas, separados por uma fileira de prateleiras fechadas em madeira envernizada, uma mesa, um vaso, livros nas prateleiras.

Cômodo 8: grande carpete moderno, impressão de nudez... numa mesa baixa de pés metálicos, uma mesa de arrumação lateral, um sofá-cama desmontável, duas plantas de folhagem.

Pode-se criar um plano de mobiliário no computador?

Experimentemos retomar o problema da construção de um "discurso de objetos" considerado sob o ângulo de uma *geração automática* de frases, tais como as que, por exemplo, um computador poderia tentar realizar.

Partindo dos dados: A_1) volume (
A_2) superfície, altura (do cômodo de 32 m³
A_3) forma (

juntamos a estes A_4, uma *significação funcional global* (sala de jantar, salão, quarto, cozinha, entrada, etc.)

	1 pessoa	2	3	4	5
1	–	3	2	4	–
2	3	5	12	8	8
3	9	7	7	12	9
4	32	39	38	31	42
5	6	2	7	4	3
6	3	14	8	12	8
7	6	4	10	6	5
8	–	5	1	2	2
sem resposta	41	21	25	21	23
	204	333	256	172	123

Em seguida fixemos o *número de objetos móveis* (12 por exemplo) e reportemo-nos às listas-tipos dos centros de interesses que nos indicam por freqüência decrescente:

— 1 mesa
— 6 cadeiras
— 1 móvel de arrumação
— 1 quadro
— 1 televisão
— 1 mesa de centro
— 1 poltrona

$\Sigma V_i = 111{,}4 \quad \propto_i m^3$

a soma dos volumes — 1 mesa: 1,2 × 1,2 = 1,50 × 1,3 = 2,5m³ 1,5
(tendo em conta — 6 cadeiras = 0,8m² 4,0m³ 0,8
um aumento de — 1 armário divisório 1m × 1,5 = 0,7m³ 0,5
manipulações — 1 mesa 2,0m³ 2
— 1 televisão 0,4m³ 0,2
— 1 mesa de centro 0,8m³ 0,8
— 1 poltrona 1,0m³ 1

$\Sigma V_i = 11{,}4m^3 < V_0$ Çondição de preenchimento satisfatório
Condições de área do solo: $\Sigma \delta i < S_0 (1 - a)$
$6{,}8\ m^2 < (1 - 33\ \%)\ 12$
Decidamos então escolher uma densidade *central* e *dessimétrica* (uma parede livre).

É possível, após ter colocado no solo as superfícies sob a forma de quadrados rígidos, fazê-las deslocar-se através do computador em todas as posições imagináveis, restritas ao conjunto das condições anunciadas.

Efetivamente, este é um dos métodos estudados por Campion e outros investigadores. Depois de dividir uma rede de linhas e formas de um item (mesa central) sobre a superfície disponível, eles efetuam um estudo permutacional das possibilidades de colocá-los no lugar.

$S_i \rightarrow S_0 \rightarrow$ Leis de interdição topológica $\rightarrow$ Leis de densidade $\rightarrow$ Leis de combinação $\rightarrow$ Conjunto de soluções aceitáveis

Os fatores estilísticos intervêm em seguida, segundo, por exemplo, a escolha num subconjunto de "estilos decorativos" (exemplo: estilo moderno), seguido de uma hipótese sobre a densidade global. Poder-se-ia ir mais longe preparando "*super-signos*" dos subconjuntos normalizados, que definem as classes de acesso, por exemplo sobre

os quatro lados de um retângulo, pelo menos um deles ficando livre, ou seja, sem contato com qualquer outro.

Da complexidade de um cômodo mobiliado de um apartamento

Levemos mais longe o exame do problema da escolha de objetos suficientemente numerosos a partir da noção de *complexidade* de arrumação já proposta. Vários aspectos intervêm aqui na percepção; os primeiros ligam-se a idéia mesma de número de elementos conotativos. Um agrupamento de grande número de elementos (muitas palavras num discurso), parecerá *mais complexo* que um pequeno agrupamento, todos os elementos sendo iguais, destarte. Mas isto não basta. Imagina-se espontaneamente uma *complexidade* da arrumação resultando essencialmente do número de formas de superfícies isoláveis e da sua disposição, além de uma outra complexidade, resultando desta vez da disposição dos elementos.

Veremos, portanto, juntar-se aos fatores da percepção do conjunto visto acima, uma série de apreciações de complexidade, mais ou menos imediatas:

C_c complexidade na *escolha* dos elementos a partir do conjunto;

C_s complexidade na *disposição* geométrica das superfícies envolvidas;

C_d complexidade nas *disposições* das orientações com relação aos sistemas de coordenadas constituídos pelas paredes internas dos cômodos;

C_c complexidade nas *cores;*

etc., cada uma destas complexidades sendo em princípio mensurável (ou estimável) pelo algoritmo de Shannon sobre a entropia como medida de desordem ou do imprevisível.

De fato, cada uma delas reage sob as outras: o que parece contar, é portanto uma função ponderada das complexidades parciais $C_j \cdot \Sigma \alpha_{ij}{}^f (Cj)$ e será necessário elucidar as formas adotadas sobre a base da originalidade global da arrumação a partir de diferentes aspectos das combinatórias parciais. Não chegamos ainda a este ponto; mencionemos simplesmente a oposição quantitativa entre sistemas complexos baseados em:

um grande número de elementos muito uniformes;

um elevado número de elementos díspares (curva de Zipf);

um número restrito de elementos dispostos muito originalmente, ou seja, sob o impacto das numerosas leis de pressão que as *ordenam* para o criador (decorador) e os heterogenizam para o espectador superficial.

Aqui mostram-se úteis as concepções de Birkhoff sobre os coeficientes estéticos $m = O/C$, como Bense as explicou considerando que O era o número de leis de ordenação a que se submete o sistema de complexidade C.

As considerações acima aplicam-se essencialmente ao *mobiliário*, ou seja, aos *objetos* grandes, cujo volume e superfície são apreciáveis, e cuja exibição guarda uma grande *estabilidade* através do tempo: a arrumação de um apartamento é como o cenário de um teatro no qual vivem atores, mas é estável a escala, por exemplo, do período de um ano. Corresponde exatamente à idéia de enquadramento, de um quadro secreto ou construído pelo indivíduo.

Se concentrarmos nossa atenção nos objetos de dimensões pequenas e médias, as leis de agrupamento valorizam-se de forma muito diferente. Por um lado, as probabilidades markovianas desempenham aí, proporcionalmente, uma função mais importante. Por outro lado, leis especiais desempenham um papel fundamental. São estas por exemplo, as leis de *embalagem* (louça, bonecas russas, etc.), que o mobiliário só conhece ao nível das pequenas mesas de centro de sala. Séries de objetos serão suscetíveis de acumulação ou de exibição (serviços de café). Vemos emergir um nível diferente, bastante independente.

Enfim, conceitos sociológicos vêm impor-se: assinalemos de passagem a noção de *coleção*, que reencontraremos adiante. O conceito de complexidade aplica-se particularmente ao "serviço" e o mede largamente.

As classes volúmicas de objetos

Acabamos de depreender as regras sintáticas do *discurso dos objetos*, centradas no objeto cotidiano, técnico-funcional, na esfera de apropriação corrente e as aplicações destas regras, mais especialmente a um certo nível de dimensões dos elementos do ambiente do mobiliário, distinguindo quatro níveis concretos de dimensões dos objetos:

objetos nos quais se pode entrar, por exemplo: automóvel, painéis, etc., e no extremo, o próprio apartamento; todos são visto pelo homem como destacáveis do ambiente fixo. Poder-se-ia chamá-los de *maxi-objetos;*

objetos *semi-móveis* ou raramente móveis à nossa escala. Exemplo: móveis; objetos na escala do que se pode segurar na mão (portátil): um copo, uma máquina de escrever;

os *mini-objetos,* na escala do exame pelo olho, ou seguro nos dedos.

Finalmente analisamos as reações humanas com disposições ou estilos conotativos, mostrando, entre outras coisas, a dominância daquilo que se pode chamar de *sistema* kitsch baseado no consenso do maior número, sempre adiante da divisão modal real da população em função da evolução das novas formas.

10

Valores artísticos dos objetos

A thing of beauty is a joy for ever.

Keats

Da estética dos objetos

Examinemos agora uma outra forma de ligação do indivíduo ao objeto, oposta a noção de estilo como *conveniência* de valor de moda, mesmo se descobrirmos ulteriormente que a moda também aqui desempenha o seu papel. É a *relação estética.*

A relação estética é totalmente independente da *relação funcional* que serve de base ao discurso semântico de objetos. Ela implica, também, numa ligação universal, permanente do ser a todos os objetos, pelo menos a todos aqueles que esta ligação isola num modo de particular atenção: há uma maneira estética de apreciar um ralador de queijo; fotografias já nos mostraram suficientemente a beleza de descobrir um anticatodo de ampola radioscópica. O artista fotografa objetos não necessariamente para a publicidade, mas se deixa em larga medida guiar por este tipo de relações com o objeto, uma vez que pelo seu ato ele se transforma em *ícone* e faz recuar a apreensão funcional. A estética do objeto é apenas uma parte notável, do universo conotativo. Ela está ligada ao prazer de tocar, de ver e de ter; há uma estética para os cegos, reduzida em variedade, mas substancial, pois a estética está ligada a sensualidade.

A oposição estética ↔ semântica não descobre totalmente a oposição conotativa ↔ denotativa, mesmo que esteja fortemente correlacionada. O aspecto estético inscreve-se no discurso de objetos como mensagem conotativa deste. Não nos esqueçamos de que ele é em larga medida independente de cada objeto particular, mas constitui uma função de conjunto, da mesma forma que o valor poético de um texto é em larga escala independente do das palavras que o compõem. No Sistema dos objetos, entretanto, a relação estética permanece fortemente ligada a idéia de posse; o que nos pertence é, quer mais belo, quer mais feio que o do vizinho ou da coletividade; isto é, em todo o caso, ressentido esteticamente; o prazer último da beleza é possuí-la.

Conforme a distinção que mantivemos até aqui, examinaremos inicialmente o objeto isolado e aquilo que se convencionou chamar de "objeto de arte", título extremo de um objeto onde a funcionalidade do serviço prestado é mais ou menos inexistente. Esta nos levará à *coleção* como um conjunto "gratuito" no sentido filosófico do termo.

A idéia de valor comercial de um objeto de arte

Examinemos inicialmente a idéia de valor e como se pode determiná-la. Escolhemos, então o que se chama o "objeto de arte" tradicional. Por exemplo, inspirando-nos nas excelentes análises de Rheims, escolhemos uma salva de prata que sai da ouriversaria.

Uma salva média pesa 1.000 g. de liga de prata, que vale com as taxas em moeda atual 60 cts. grama, sejam 600 NF de matéria, à qual se juntam 100 NF de mão-de-obra na época em que o objeto sai da vitrine da ouriversaria e cerca de 150 NF de lucro (20%) para um objeto de luxo implicando em taxas gerais de apresentação e serviços notáveis. Sejam:

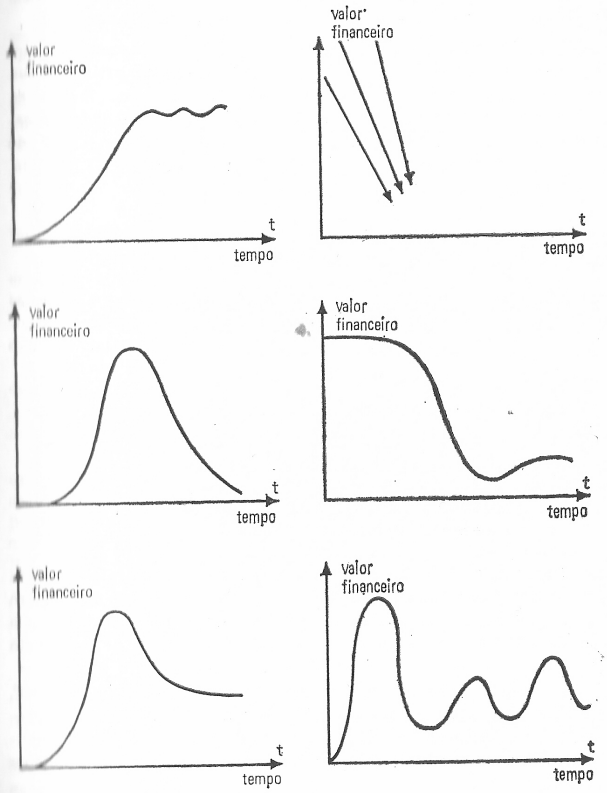
600 NF + 100 NF + 150 NF = 850 NF

Vejamos com Rheims a evolução deste preço ao longo do tempo.

Durante os primeiros vinte anos, a salva de prata conservou o seu valor num uso qualquer, cesta de frutas, prato decorativo, etc. Insere-se num interior, rico, provocando eventualmente a eclosão de outros modelos de pratarias em torno dela. Ao final de 20 a 30 anos, a geração seguinte considera-a fora de moda e o seu preço tenderá a baixar ao nível do preço da matéria-prima, a liga de prata, decididamente irrecuperável fora da ouriversaria. Cinqüenta a setenta anos mais tarde (duas a três gerações), o seu destino

será: peso em prata-preço de venda. Convém precisar, nota Rheims, que o preço da prata na fonte é já muito inferior. Situa-se por volta

VALOR DOS OBJETOS ESTÉTICOS



de um terço a um quarto do seu valor inicial, ou sejam, 150 a 200 NF, pois raciocinamos em moeda atual indexada.

Ao final de 80 a 100 anos, começa-se a achar a salva "divertida"; ela está tão fora de moda que adquire atração, revaloriza e vai reencontrar segundo sua apresentação, um preço de venda paralelo ao do prato moderno — supondo-se que ainda seja fabricado.

Há 150 anos, ei-la "antiga". O ourives que a cinzelou há um século é também considerado agora, suponhamo-lo, um artista da sua geração. Este encanto e esta originalidade de há apenas 70 anos se apagam no reconhecimento de um grande estilo. *Antigüidade* e *prestígio* do metal, a *cota* estabelece-se assim: prestígio × peso do metal + antigüidade × qualidade de execução = 6.000 NF, ou seja, sete a oito vezes superior ao preço inicial.

Prestígio dos materiais e verdadeiro e falso

A este respeito, o coeficiente de *prestígio* do metal é enorme; existe toda uma escala de *valores* de prestígio, sobrepostos aos comerciais do peso, que decompõem o coeficiente de prestígio em três coeficientes:

Prestígio absoluto (durabilidade) × (raridade)
(resistência) (relativo)

Exemplo:	1	2	3	4
	(estanho)	(bronze)	(prata)	(ouro)
	(faiança)	(porcelana)	(jade)	

O prestígio absoluto é uma função psicológica: de fato, comenta Rheims, uma estátua grega de pouca qualidade pesando 100 g. será vendida num antiquário da rua Jacob por cerca de 1.000 NF se ela for de bronze, mas de 20.000 NF a 30.000 NF se for de ouro. Esta diferença não diz respeito à mão-de-obra, pois o ouro é mais maleável que o bronze, nem aos 100 g. de ouro que representam 1.000 NF, mas no puro prestígio do ouro. Daí o enorme interesse que apresentará a fabricação de estátuas falsas de ouro verdadeiro, por moldagem de uma estátua antiga autêntica para levar a boas condições de comparação.

Valores sociais, valores pessoais

De uma forma geral, seremos conduzidos a distinguir num objeto de "arte" uma série de fatores de valores sociais que repercutem no indivíduo.

Citemos, inicialmente, de passagem, o valor funcional: "este pode servir": valor geralmente positivo (a salva de prata), mas algumas vezes negativo (os relógios velhos).

O valor *estético* propriamente dito; é ele que o condiciona: o objeto é *belo*, mais ou menos em si, ou seja, na opinião cultural universal, controlada por um crítico de arte e um gosto pessoal para certas formas: rococó, renascença ou estilo romano.

O valor de mercado da ou das *matérias*, nas quais ele é executado, que se calcula pelo peso.

O valor do *trabalho*, tanto maior, por exemplo, quanto a matéria for mais duro, mais resistente (jade, pedras preciosas, etc.).

O próprio *prestígio* psicológico desta matéria, bem evidenciado em certos objetos do passado, é ligado a uma durabilidade: inoxidabilidade, etc.

O valor de *antigüidade*, ligado a uma data autentificável, que é um dos fatores dominantes do preço, liga-se:

— a um classicismo de execução, ou seja, a integração a um estilo reconhecido pelos críticos ou historiadores de arte;

— a um coeficiente de idade absoluto, variando logaritmicamente segundo a época numa ampla zona, com flutuações.

O valor de *historicidade*: se o objeto se liga mais ou menos a determinado acontecimento histórico conhecido (mesa onde Luís XIV assinou um tratado, ou o 38.º prego da Cruz de Cristo). Entre três poltronas da mesma série, que tenham pertencido, uma a Napoleão, outra a Talleyrand, e a terceira a um burguês do Faubourg Saint-Honoré, vai-se estabelecer uma diferenciação nas cotações.

Um pouco diferente é o valor do "pedigree" que vem superautenticar o objeto, dando-lhe a história dos proprietários e a virtude de alguns deles, tão célebres por vezes como os Rothschild.

Enfim, Rheims nota que um fator de valor mágico liga-se a certos objetos, dentes de tubarão, semente de dragão, raízes de mandrágora, imagem do tetragrama, pérola de Cleópatra, relíquia religiosa, etc.

A estes valores socializados, explicitáveis, que se pode estudar por via estatística, juntam-se os valores pessoais segundo as regras mais experimentadas de uma psicologia social do objeto:

(objeto em si) × (fatores sociais) × (fatores pessoais gosto) = valores pessoais × compraria ele O?

estímulos de base

Entre estes fatores pessoais, seria bom distinguir:

P_1: os gostos estéticos: *X* prefere o estilo Luís XV e *Z* o estilo moderno.

P_2: a possível ligação a uma série ou a um subconjunto (é a idéia de coleção na qual se adquire um objeto, menos por uma simpatia pelo objeto do que para completar a coleção).

P_3: a aceitação da moda, ou mesmo a submissão a esta.

P_4: o valor do orgulho e concorrência (venda em leilão).

Este conjunto de valores pessoais que, juntamente com os valores sociais, vai determinar o ato de aquisição.

Terminaremos estes comentários sobre a idéia do *valor* e a sua inserção em um ciclo de *objeto* de arte já abordado num capítulo precedente, condensando numa estrutura cíclica as diferentes etapas percorridas por um objeto que atravessa as gerações, em oposição mesmo, em geral, às que nós conhecemos na vida cotidiana. São ainda os "objetos de arte" que melhor desafiam o tempo, talvez devido a um *fetichismo* dos quais são o objeto. Foi apenas recentemente, com a teoria do múltiplo que outras concepções propuseram uma beleza, senão fugitiva, pelo menos transitória, limitada no *objeto de arte para jogar fora,* quando a obra não é mais eterna, mas destinada à necessária substituição, como o *quadro,* que é substituído pela projeção permanente de diapositivos.

Um ciclo sócio-cultural geral é portanto percorrido pelo objeto, mensagem de formas e matérias, portador de signos, ciclo que não se fecha completamente pois o objeto de arte no final do seu curso sedimenta-se nas funções de beleza com pretensão de eternidade, da qual apenas o subproduto: a reação estética, agiria sobre a sociedade. Mas este ciclo parcial enquadra-se num ciclo cultural de atitudes filosóficas frente à arte, que lhe é contínua.

Este ciclo duplo ilustra a oposição entre o emaranhado que age sobre a *curiosidade* e o antiquário que procede sobre os valores estabelecidos. Ele mostra também uma aceleração deste ciclo devido à evolução tecnológica e ao papel dos meios de comunicação de massa. O "objeto 1900", por exemplo, acaba de percorrer o ciclo cultural e se encontra às portas da arte eterna. Assim teremos também que rever este ciclo numa concepção da função do *antiquário.*

Assim, o "objeto de arte" é retido no ambiente pelo seu valor *estético* reconhecido aproximadamente por todos, enunciado e cimentado pelos teóricos, cujo papel aqui é essencial uma vez que ele "semantiza" o que é "belo" e o reconduz a aceitações sociais explícitas, nas quais o comprador de objetos está a salvo dos riscos do descobridor, de enganar-se ou de ver a sua descoberta do painel da chaminé barroca não sancionada pela sociedade, e portanto de ser *um* original, em lugar de descobrir o original. Inicialmene insistimos sobre o objeto de beleza única, isolado ou isolável, conhecido por ele próprio e isoladamente.

As funções da galeria de arte

Lembremo-nos aqui do circuito sócio-dinâmico normal das galerias de arte que fixam as cotações e os valores sociais, mecanismo psicoeconômico bastante complexo e no qual intervêm:

— a *noção de micro-lugar.* De fato, o mundo dos amadores de arte encontra-se entre os que podem pagar, numa estreita minoria, mais ou menos no cimo da pirâmide dos impostos. Mas este está sempre "em paralelo" unido à massa semi-cultivada, o grande público, que não compra, mas serve de alto-falante e de transmissor.

— a *função do armazenamento* repousa sobre o que se poderia chamar a teoria da celebridade. Uma galeria descobre em função:

dos gostos pessoais do seu proprietário,

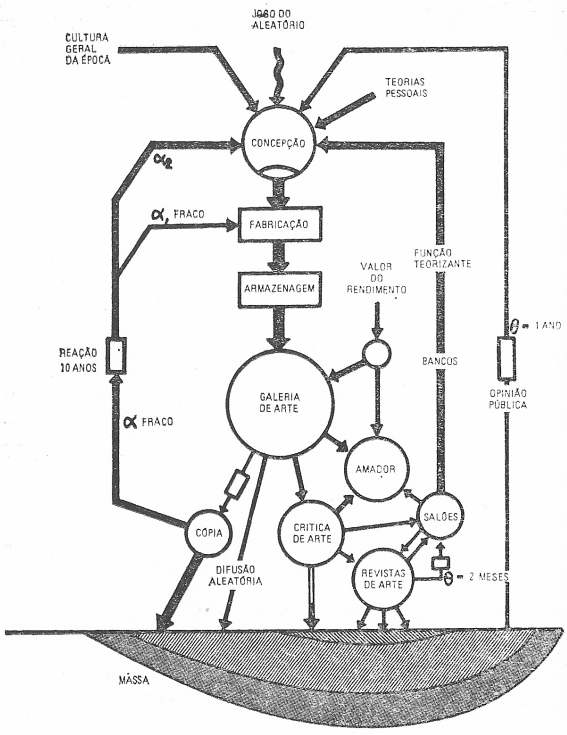
de um ambiente cultural,

de fatores de riscos pessoais,

um "criador de formas", de escultores, por exemplo, e se liga por contrato, contra uma mensalidade que lhe permite viver. Esta cobre tudo o que ele faz e armazena-o durante um certo número de anos.

— a *função de choque estratégico*: pois, em vez de classificar as obras uma a uma, o prestígio de cada uma delas desaparece antes mesmo que a outra apareça, realiza um *vernissage,* uma exposição e faz um investimento publicitário, bastante elevado, dando lugar a uma multiplicidade de impulsões *agrupadas* no corpo social, eventualmente apelando à ampliação da massa passiva pelo trabalho dos críticos e das revistas, estando este em princípio em ressonância com um ambiente sócio-cultural geral (o gosto pelo estilo moderno) Audrey Beardley ou o cartaz psicodélico.

As impulsões ultrapassam então um *limiar* de retenção permanente e o artista insere-se na época passando das "cotações de debutante" a uma cotação estabelecida, se a operação tem andamento, uma vez que ela se parece muito à tenacidade de cavalos de corrida. Daí o esquema acima, no qual intervêm o rendimento, estimação do



O CIRCUITO DAS GALERIAS DE ARTE

A galeria é base deste organograma. É ela que recebe as obras do artista, realizadas a partir das suas idéias a priori pertencer ou reagir a um movimento; exemplo: o neorealismo), da sua reunião ao meio ambiente (formas para ver) e, bem entendido do seu gênio. O artista está ligado à galeria, seja por uma subordinação, seja porque ele começa a vencer por um contrato. A galeria age em cima de um micromeio muito definido: intelectuais publicistas, amadores, críticos, colegas. Apenas por intermédio dos críticos

que escrevem nos jornais e noutros lugares que esse micromeio conhece por uma via "mítica" a produção da galeria. Dois quadripolos intermediários vêm reagir sobre a produção ulterior do artista: os *mecenas* que subvencionam as galerias, os críticos e os artistas *comprando* as telas, muitas em função do valor da renda; os "salões onde se conversa", que influenciam e são influenciados pelos críticos e que agem por vezes muito diretamente sobre o artista. O contato da obra artística com o micromeio só tem lugar ao fim de um prazo considerável (10 anos, por exemplo) através da cópia. De fato, o circuito artístico está praticamente fechado no interior do micromeio e só excepcionalmente se abre sob o macromeio (Angelus de Millet, Buffet, Picasso).

valor da prata e a segurança dos valores financeiros: notemos aqui igualmente o papel dos salões e dos críticos de arte. Este mecanismo foi avançado entre 1880 e 1920 por Durand Ruel, Vollard e Bernheim. O estudo da cota dos objetos de arte em função da sua idade, fornece aspectos interessantes sobre a vida dos objetos, pois é uma curva de saúde e prosperidade social. Foi particularmente estudada por Rheims na sua obra sobre a vida dos objetos e sobre a cotação dos quadros relativa a uma unidade conhecida de trabalho imaginado por Fourastié, a hora de trabalho do cabeleireiro, noção que parece ficar mais ou menos constante ao longo dos séculos. Estabeleceremos uma breve tipologia das curvas de cotação.

11

A coleção

O homem é uma criação do desejo,
não uma criação da necessidade.

Freud

Objeto único e conjunto

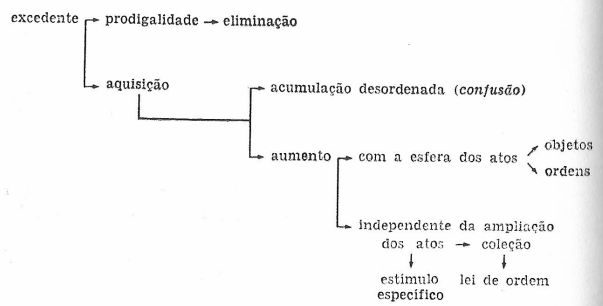
Abordemos, agora o problema do *conjunto* de objetos sob um outro ângulo, a noção estética de coleção no sentido de que o indivíduo "coleciona; desde selos, até tapetes persas, e é levado a "realizar" um conjunto de objetos pelo *prazer* disto. Uma coleção começa a partir de três elementos. É uma série infinita de objetos reunidos para um fim não funcional mas de estética sociológica, no sentido de um *socius* das coisas e não de seres humanos. Uma coleção é uma *instituição* na população dos objetos, pois ela tem uma *estrutura,* geralmente linear, da *série* muitas vezes realizada na base da raridade dos objetos sucessivos.

Pode-se aqui perguntar o que seria uma série de duas dimensões, tal que:

— todos os *tipos* de quadros, ou todos os sistemas de apontadores;
— dos pintores flamengos do século XVII, ou de todas as épocas possíveis.

Mesmo a idéia de coleção parece muito antiga. Ela prende-se diretamente à posse mais que à necessidade, ou seja, à riqueza. Uma

das formas de usar um excelente (*Produkte, Uberfluss*), consiste na *prodigalidade*, acelerando o débito dos objetos ou produtos da esfera pessoal, seja eliminando-o pela ação, a usura, a destruição, a eliminação, a permuta, o que é um sistema extrovertido no sentido de Jung, seja pela *acumulação*, sistema introventido, que pouco a pouco aumenta o *Lebensraum* do ser na medida das suas posses. Esta acumulação segue seja uma regra de *desordem* (caos), seja uma *regra de ordem*.



Se a esfera dos atos aumenta em função do excedente das suas possibilidades, o homem adquire os objetos para efetuar estes atos. Os objetos são determinados por atos. Há uma correlação entre uns e outros. Se pelo contrário, não há qualquer proporcionalidade entre o crescimento dos atos (Wirkung) e o crescimento dos objetos possuídos (ou mesmo diminuição), há um crescimento estético: a arte é aquilo que não *serve* a nada. Se este crescimento é orientado por um fator unitário de semelhança, nós falaremos então de coleção.

A coleção inscreve em si o tempo sob forma ordinal por aquisição dos seus diferentes elementos. O colecionador dedicado transfere-se para as épocas da sua coleção. A coleção é essencialmente *futuro*: quando ela está terminada elimina de si uma certa forma da consciência criadora e penetra na categoria do macro-objetivo ou objeto múltiplo.

A *coleção* é um *fenômeno de Gestalt*. Ela é caracterizada pela imagem de uma forma fechada traduzida numa forma imperfeitamente fechada, portanto aberta ao futuro. O fim do colecionador e a significação da coleção é de fechar, de ser o proprietário de todos

os modelos de espessuras de apontadores do mundo imagináveis. O espírito do colecionador não tem descanso enquanto não adquire zelosamente todos os elementos da série que ele constitui. A coleção é geralmente muito pouco funcional, mas freqüentemente tem um início funcional (a bateria de cozinha cada vez mais aperfeiçoada). Ela evolui no perfeccionismo. O fundamental é que a *Gestalt* nunca é fechada. A série quase nunca termina, pois o indivíduo descobre a *prodigalidade do real* e a variedade dos tipos na proporção em que a constitui. A coleção baseia-se em um mecanismo *assintótico;* é um sistema fechado sobre si mesmo.

Gênese da coleção:

A idéia de iniciar uma coleção resulta muitas vezes do acaso ou da aproximação de alguns elementos, a qual dá a idéia de pertencer a um conjunto. Se este conjunto é pequeno com relação aos meios do colecionador, este vai tentar reunir a totalidade do conjunto em seu domínio (coleção de cordas dos enforcados reais). Se é grande (pontas de charutos) ele vai tentar reunir o *conjunto de tipos* ou um mostruário contínuo destes a partir de uma dimensão suplementar (época histórica, por exemplo).

O *circuito da coleção*, em princípio, não tem muita relação com os outros elementos do universo. Ele é esquizóide, cortado, mas os elementos internos têm nele uma relação muito forte uns com os outros, e são ligados por um significado funcional qualquer (pimenteiros), que serve exclusivamente de identificação, pois a "função" não é funcional (!). Ela serve exclusivamente para definir semanticamente o conjunto dos objetos colecionados. A coleção é segregação. O colecionador isola-se do mundo para se fechar na sua coleção, onde encontra uma felicidade inquieta de dedicado. A segregação aí não é mais alienação, posto que é livremente consentida. O mundo, o campo de investigação, o campo de pesquisa para completar a coleção é, neste sentido, desprovido de significado.

A coleção exprime o *amor* pelo *absoluto*. Implica que o homem se apropria de uma parte do mundo para dominá-la inteiramente. A coleção é um fenômeno esteticamente puro, mas é em princípio *intensa*, pois exige um esforço pessoal, sacrifícios, dá um sentido à vida; nenhum escritor até hoje comparou as forças (triebe) do colecionador e as da vida social, substituindo conjunto das relações

do Cid entre Chimena e seu dever pelos do colecionador tomadas entre a mulher amada e o objeto raro de porcelana que completa a sua coleção de Meisser. É portanto nestes termos que se colocam os vetores psicológicos de ser colecionador. A coleção é um tesouro, mas nem todos os tesouros são coleções. A coleção, diz Chabrol, aparece como uma enumeração sem fim, linear, em vias de se desenvolver pela voz de um sujeito vivo.

Em oposição situa-se o "serviço" que é uma enumeração finita, ou melhor, já feita, numa estereotipia monótona (12 facas de sobremesa, etc.) e que faz corresponder a cada elemento material de um momento do tempo de vida. Distinguiremos os objetos avaliáveis *domésticos* (o serviço de peixe ou a bateria de panelas) e *extradomésticos* (objetos de arte).

Assim seremos conduzidos a discernir dois tipos de coleção segundo a universalidade de seu valor. Por um lado, a coleção de quadros ou de objetos de arte, daí o termo de coleção se afastará de uma definição integrada e se traduz antes por "conjunto/rico", mas na qual se depreendem essencialmente os critérios de orientação que estão ligados ao gosto do colecionador. A coleção no seu conjunto "vale" socialmente a soma dos valores dos preços das peças individuais, e geralmente um puco menos, se por acaso ela é objeto de uma transação "à atacado" ou de um legado.

Por outro lado, propõe-se a coleção pura de objetos sem nenhum ou de pouco valor, taças para ovos quentes ou papéis de enfeite para charutos, na qual a plenitude e a completude da série é a virtude essencial: o *todo* é aqui superior à soma das partes; o valor da coleção é superior ao do conjunto das partes; a dispersão da coleção será a sua total destruição. Este valor será frequentemente apenas pessoal, uma vez que ela participa do interesse tomado, isto é, de uma paixão amorosa. Algumas vezes, ela será estética se a coleção de caixas de fósforos for trabalhada de uma forma artificiosa sobre um painel: o colecionador descobre-se um artista decorador, construtor de formas, criador, a este nível. A coleção pode basear-se sobre a natureza dos objetos (cinzeiros) ou sobre a natureza de um tema denotativo (as representações do automóvel).

Fenomenologia de uma coleção

O processo da *coleção* aparece como esta operação que o espírito, partindo dos objetos agrupados fora do seu valor intrínseco. Assim, como ela é regida pelas leis do mercado de arte ou, mais simplesmente, as leis funcionais, ela os promove à dignidade e ao valor de objetos desta coleção, ou seja, de *elementos de um conjunto* cuja totalidade transcende a soma das partes. Vimos, entre outras coisas, a coleção como um fenômeno cultural em correlação com as épocas de cultura erudita ou um mosaico onde o número de culturemas tende a aumentar e onde existe uma certa gratuidade na forma de reuní-los, na impregnação das ligações entre eles, etc.

Completamos aqui esta teoria da coleção com observações sobre determinados tipos de "coleções", funções de objetos tais como os *livros*, que são uma das coleções mais familiares do ambiente cotidiano, mas que, precisamente, saiam assim da coleção puramente "artística", de início por causa do seu primeiro valor funcional. Originalmente, os livros são *feitos para serem lidos* e bibliografia tem pouco em comum com o amor pela cultura livresca que constrói uma vasta biblioteca, que se acumula muitas vezes a partir da biblioteca de uso. Assim, distinguiremos desde já a biblioteca utilitária de estudante ou do intelectual, do professor, instrumento de trabalho feito de livros longamente classificados, seja por assuntos documentários, seja recorrendo a qualquer algoritmo para serem rapidamente encontrados; são escolhidos em função da grandeza quantitativa: *informação* (subjetivamente utilizável para o prazer ou trabalho), multiplicada por um coeficiente de *facilidade de emprego/preço*.

Este coeficiente dará muitas vezes a preferência ao livro de bolso sobre a coleção bibliófila, onde o livro é antes de tudo um objeto, e a "biblioteca", uma coleção de objetos caracterizados por traços relativos ao conteúdo mais que ao continente, formando um ciclo, o do objeto de arte, seja por sua forma externa, seja por sua forma interna (encadernação, forma, etc.) coleção de gravuras licensiosas do século XVIII. Este ciclo de pesquisa de raridades constitui a paixão do colecionador e fornece as categorias estudadas a propósito do processo de coleção.

Do livro como objeto

Notemos que as funções externas do livro-objeto sempre se prendem ao livro de leitura. Mesmo que a coleção da Enciclopédia Médico-Cirúrgica no gabinete médico faça parte dos móveis no sentido mais "funcional" do termo, uma vez que tem o mesmo papel que a camisa branca ou o estetoscópio, é eventualmente também possível ao médico de a consultar, em vez de se reportar ao auxiliar de memória

Astierda farmácia como faz habitualmente. Há uma possibilidade funcional de princípio, mesmo que raramente seja realizada.

Citemos aqui algumas notas de Chabrol sobre os testemunhos-livros.

> *"Na 'caixa de livros' (biblio-teca) são prensadas "caixa". Elas formam painéis regulares de madeira, de couro de cabra ou de vaca ponteados de linhas de ouro. As "caixas" aí perdem sua terceira dimensão para serem mais facilmente percebidas. Elas ficam diante uma das outras (lado com lado) e se confundem. O seu relevo se dilui. A parede é ornada por um* lambri...
>
> *Se os livros vão do "chão ao teto" isto trata-se de um tesouro, e o cômodo em si mesmo transforma-se em caixa. Esta reunião "até o teto" dá uma idéia de preenchimento, de soma, de completude.*
>
> *"Mas por vezes, isolado, único, deitado sobre a mesa e não de pé na sua prateleira, enorme* in folio, *o tesouro concentra-se num único ponto: "o livro". Nele o saber se fecha definitivamente, não mais "no limite": Bíblia, livros de alquimistas, livros dos livros.*
>
> *"Em todo caso, o saber pode ser possuído concretamente na sua materialidade e por vezes mesmo em dobro por uma chave. Ter-se-á livros como se tem lençóis. O livro é por sua vez íntimo e público, familiar e suntuoso, coleção (série incompleta) e "serviço" (série completa).*
>
> *"Lido ou não, o livro traz um testemunho; seu proprietário tem o seu* Aristóteles *ou o seu Hegel. A idéia pelo livro, faz-se cara, e a Escrita: escrita. No livro possuído, o objeto sempre acaba por superá-lo.*
>
> *"O livro pendurado na estante, deslocado com arte, mostra a passagem recente do seu proprietário-leitor. Deitado sobre a mesa de trabalho ou embaixo na biblioteca ele é consultado freqüentemente; aberto sobre a cama ou no escritório, terá perturbado seu leitor pouco antes.*
>
> *"Estas são situações ou, antes disposições convencionais que tendem a demonstrar a relação sempre viva do* sujeito *com o* livro. *Não seria preciso que o objeto o superasse demais..."*

As classes de grandezas do objeto-livro

Classificaremos por fim os livros pelos seus *formatos*, não, no sentido técnico estreito e que se coloca o editor de livros a quem uma sociologia de edição interessaria mas no sentido de uma teoria dos objetos que nos diz diretamente respeito:

1. *O micro-livro,* reunião dos pensamentos de Marco Aurélio em papel bíblia formato para correio, que se coloca dentro do bolso do casaco e que permite, na multidão nauseabunda do metrô das 6 horas, tomar contato com grandes verdades morais.

2. *O livro de bolso,* surgido na época em que o G.I. americano sentia a necessidade de se distrair unindo uma obra destinada a ser lida na solidão preguiçosa do descanso e que é a versão moderna da literatura barata do século XX, de capa plastificada; a bíblia das mesas de cabeceira dos hotéis nos países protestantes entram de modo geral na mesma categoria.

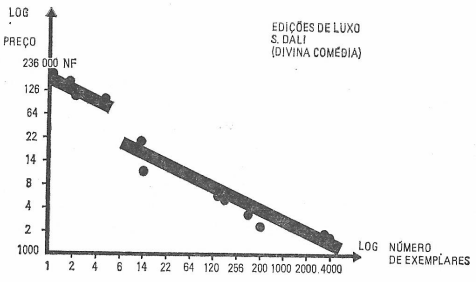
3. *O livro clássico* de formato (10-15) X (15-30), que compreende 80% da produção e se destina as estantes de uma biblioteca, a ser deitado na horizontal ou posto na vertical, portanto com uma capa dura.

É interessante notar os fatores de psicologia dos objetos que corromperam esta categoria pela precedente, não somente pela função dos títulos mais baratos, mas pelo prestígio da "obra-prima de combate" do livro plastificado dito de bolso, que remete a uma aristocracia sórdida as obras de literatura censuradas de impregnarem o espírito de cultura. Por fim, comenta Enzensberger, o sistema reduz-se a si próprio: a promoção forçada na prateleira das obras-primas veículos da literatura, de obras que não foram feitas para tal, mas que procuram participar das virtudes da coleção de bolso, destrói-as: o livro de bolso não é mais que um elemento safisticado da cultura Kitsch.

4. O livro *grande formato* pesando de um a dois quilos, propõe uma outra categoria. Não é destinado a sair do apartamento. Tem um lugar assinalado; é um sistema de referência e de comentário: Larousse médico ou dicionário universal de culinária. Já entra na categoria dos móveis. É o orgulho íntimo do lar. Consultamo-lo, não o lemos; será colocado sobre os joelhos ou sobre a mesa. Evoquemos a imagem clássica do século XIX, estilo Victor Hugo, a mesa de família, o candeeiro a petróleo, a família reunida e a leitura em voz alta da obra pousada sobre a mesa, em contraste com o livro de bolso sem brilho, laboriosamente tirado do bolso no ônibus ou na sala de espera de uma estação de trem de subúrbio.

5. Por fim, o *livro não transportável,* formato 30x40, pesando mais de 2 quilos, raro e quase sempre necessariamente pousado na horizontal, com perfume e belas encadernações: livro de bibliófilo. A posse de livros deste gênero cria problemas e faz construir a decoração e o mobiliário do apartamento ao redor do livro, prova-

velmente nunca lido. Aqui, desde o princípio, a capa, a encadernação, são determinantes. Este tipo de livro é objeto de antiquário por essência e faz com que o seu conteúdo intelectual ou de suas gravuras venha simplesmente aumentar o seu charme. Se ele é moderno, adotará quase que necessariamente com exceção dos atlas um estilo Kitsch, neo-antigo, e será vendido como tal pelos revendedores especialistas. S. Dali e seu editor repartiam o preço dos livros e das tiragens segundo uma lei de probabilidade inversa, inteiramente de acordo com uma teoria de uma codificação "optimum". Lembremos, mais geralmente, que a curva do número de exemplares de livros em função de seus preços segue uma lei em $1/p^2$, oferecendo um bom exemplo de aplicação das leis psico-econômicas à teoria dos múltiplos artísticos.



O preço dos livros de luxo segue mais ou menos a lei de Pareto.

Eis o preço das diferentes edições da obra *A Divina Comédia* ilustrado por Salvador Dali, em função do número de exemplares das suas edições.

O continente: a biblioteca

Distinguiremos, a partir de Chabrol, três formas de biblioteca:

> *"A biblioteca pode estender-se ao longo de todo o cômodo ou de toda uma parede: é o tesouro. Pode dividir-se em dois, como dois quadros de um lado e de outro uma chaminé. Neste caso, ela perde contato com o chão e se insere ainda mais na decoração. Ela se rebaixa e*

> *torna-se uma imagem. Enfim, ela pode desaparecer para constituir com outros móveis um "Sincretismo": "estante-nicho-biblioteca-bar". Os livros pintados de cores vivas formam aí alguns cubos ou paralelepipedos, entre os pássaros de gesso do México ou dos candelabros multicores. Este novo móvel faz sobressair diversos objetos procedentes de todos os tesouros até ali separados: prateleiras de estante, coleção de soldados...*
>
> *O livro-bibelô representa o ecletismo e a riqueza como resumo de todas as coleções possíveis. O livro-bibelô não é aí mais que um elemento, que uma mancha entre outras numa composição onde a assimetria e a cor dominam.*

As três dimensões do painel do livro

> *Os livros encadernados podem comprar-se ao "metro". O que é então adquirido é uma "encadernação", um painel encadernado onde apenas interessam as duas dimenseões. Que este painel seja constituído de verdadeiros livros ou não é indiferente.*
>
> *A facilidade, vê-se, reside no esquecimento da terceira dimensão. Esta não é propriamente falando "visível". A visão faz-se seguindo duas dimensões privilegiadas e sugere substitutos para a última.*
>
> *A terceira dimensão será portanto o espaço ao não-visto, ou seja, do escondido, do temido, do recusado. As masmorras estão nas paredes cuja espessura é sempre ignorada, como os segredos galantes no fundo duplo da gaveta".*

Da encadernação: anti-livro e meta-livro

O livro-objeto está portanto estreitamente ligado à sua aparência, ao seu formato, à sua caixa. É necessário que o editor seja igualmente encadernador e que, tendo descoberto uma encadernação de prata com fechadura de Toledo do século XV, ele a reedite colocando no seu interior uma Bíblia, pois é o texto que mais convém a esta encadernação. Aqui ficamos exatamente ao nível do livro-objeto; este não foi de forma alguma para ser lido e será apanhado em flagrante delito de incongruência o intelectual que, debruçando-se por acaso sobre esta obra absorva-se na leitura do seu conteúdo: existe aí menosprezo e incompetência da função-objeto tão evidentemente proposta ao seu leitor.

São igualmente notáveis os *livros-caixas*, que contêm inúmeros quadros desdobráveis com múltiplas colagens, tais como os de certos manuais de vulgarização, de anatomia, fabricados há cinqüenta anos, na época em que a mão-de-obra era de fácil aquisição. Aqui, o

prazer da descoberta, da funcionalidade de uma mecânica em papel que decoscola do dedo as profundezas sucessivas do ser, ultrapassa em muito a soma dos conhecimentos que os quadros contêm.

"Anti-livros". O tabaco e os licores, diz Chabrol, gostam da companhia dos livros: os cigarros dissimulam-se num falso livro, as garrafas em uma biblioteca, por vezes atrás dos "livros". Esta contigüidade exprime uma operação: Juntar os contrários para apagar o "proibido" que pesa sobre os elementos do prazer, e torná-los invisíveis pois inencontráveis uma vez que, ao pé da letra, os contrários não se podem encontrar "reunidos".

Ao lado dos anti-livros, é preciso colocar os *meta-livros,* nos quais os objetos associados penetram no corpo do livro, ou seja, de fato, dissimulam-se no paralelepípedo da encadernação e onde encontramos os elementos mais heteróclitos. Por exemplo, o "livro cofre-forte" que contém em seu interior um pequeno cofre com fechadura de segurança e segredo, o livro-cofre de dinheiro, o livro-relógio, o cofre de jóias, ou a caixa para maquilagem de senhora intelectual, e por fim o livro-gravador.

A título de amostragem, lembremos um anúncio sobre o livro-suporte para cachimbos.

> *"Importado da Itália, elegante obra de couro. O senhor poderá estimar o valor de um livro pela sua encadernação, e esta traduz a elegância. Estes volumes trabalhados em fino couro de Córdoba se abrem para receber um suporte completo de cachimbos, com seis cachimbos de urze, cada um solidamente fixado no seu lugar, sem qualquer risco de queimar ou de arranhar (os cachimbos, bem entendido). Interior em madeira trabalhada de primeira qualidade; abre-se sem ranger. O senhor poderá obter esta maravilha por* Cr$ 2.98".

Esta *psicanálise do objeto cotidiano* "livro" intermediário entre o objeto de arte e o objeto funcional, memória auxiliar do homem, e estímulo desviante no plano funcional, objeto de coleção, no sentido do colecionador, objeto de série, ou seja, pertencente a um conjunto documentário ou estético (a coleção "Que sais-Je"? ou o conjunto de romances de Simenon), marca bem esta ambigüidade ao qual interessa especificamente o aspecto do livro: objeto-livro, livro-objeto.

O método aqui empregado participa:

- da *fenomologia,* numa tentativa de reconhecimento do objeto em si, possuindo um certo número de propriedades perceptivas imediatas;

- da *semântica,* pesquisando os *papéis* em função da vida cotidiana fortemente socializada;
- da *psicanálise* das profundezas considerada por Bachelard e Barthes, que podemos repartir e ordenar como se segue:

☐ Propriedades perceptivas etnológicas: sociedade, cultura.
☐ Propriedades perceptivas ligadas ao seu papel individual.
☐ Propriedades perceptivas ligadas a um objeto bruto.

Propriedades psicanalíticas.

Um outro objeto: o disco

Devemos retomar tais análises a propósito de todos os elementos materiais da vida cotidiana, por exemplo, o objeto-disco, sobre o qual fornecemos aqui algumas indicações:

Possuidores de discos	*Aprendiz*	*Escola Superior*
• cidade grande	38%	48%
• cidade média	21%	47%
• cidade pequena + vilarejo	24%	37%

Discos Preferidos:	17 anos
— clássico da moda	68%
— clássico	22%
— jazz	8%
— marcha + canção popular	2%

Uma análise paralela a esta da biblioteca, mas menos freqüente, diria respeito ao objeto-disco. Com efeito, aqui há só três valores:

- objeto em si,
- projeção do prazer musical,
- elemento com conteúdo de obra de arte,

impondo-se em detrimento do quarto valor do objeto: o disco como *objeto de arte* não existe de todo. Inicialmente não há elementos de *antigüidade,* com exceção talvez dos velhos cilindros de 1890. O objeto só se revela pelo seu *conteúdo.* Notemos entretanto que o cofre mozartiano *kitsch* em forma de tesouro ("Schätzkastlein") já surgiu.

Um mini-objeto: o anel

Com os mini-objetos: a jóia, o presente, abordaremos um outro universo do objeto, aquele que se usa na mão. Façamos portanto uma incursão do objeto essencialmente *móvel* portátil pelo ser, integrado na sua pessoa, e (ao contrário do que seria o vestuário), muito pouco funcionalizável: o anel, o colar, a pulseira. Esbocemos as formas de sedução desta. Centremo-nos, por exemplo, no anel num universo do consumo médio (subseção 5.ª: "Acessórios e Artigos de couro", seções: bijuteria clássica ou fantasia). Basear-nos-emos para esta análise nos trabalhos que Enderlin desenvolveu há vários anos sobre a psicologia dos grandes magazines.

Notemos que estamos tratando de um objeto completamente não funcional senão ao nível do *signo*, tal como a "aliança", símbolo do casamento, onde o produto incorruptível é sinal de eternidade (aço inoxidável, onde o metal precioso é signo de riqueza; não está sujeito a idéia de coleção como série, mas antes de "riqueza", acumulação no cofre de jóias transbordando à noite de riqueza. Mas este objeto pretende menos a beleza da obra de arte absoluta do que a necessidade de beleza individual misturada ao prazer de ver, sistema simbólico e de valor de mercado.

Como nota-o Enderlin, ele é portador de signos "refletindo" o pensamento, o desejo ou a personalidade do consumidor, signos independentes dos impostos pela imagem de marca. A aliança é inicialmente símbolo de fecho sobre si, de anel simples contendo no seu círculo fechado o destino de dois seres. Sua circularidade, de sua regularidade, sua uniformidade, ao contrário do anel inscrustado, formam um elemento que participa *do fundamental*, e este tema é ainda largamente explorado no campo publicitário. A aliança é também interpretada como o menor elo de uma cadeia virtual que liga os seres. É a idéia de cadeia, laço flexível, indivisível que domina aí.

Vejamos como este símbolo de ligação, de laço, tão fortemente estabelecido, em resumo, de escuridão, pode tornar-se signo de liberdade do universo do consumidor normal do Prisunic. As alianças são de dois tipos: chapeadas ou galvanizadas a 2,50F e espelhadas a 10F. São vendidas a adolescentes prestes a sair desta fase, a pessoas casadas, a homens e mulheres jovens.

Por que se compra uma aliança no Prisunic? Porque *não é cara*, entra no terreno desconhecido da *fantasia*, da espontaneidade sem compromisso importante, dentro do salário da jovem ou do rapaz em início de carreira na empresa — cerimônia de fim de ano do estudante, etc., representam modos de vida muito limitados. *Não é sério* e por isso *é possível*.

ADOLESCENTE		MASCULINO					FEMININO				
		Casado		Não casado			Casada			Não casada	
Feminino	Masculino	baixa renda	renda média	baixa renda	renda média	baixa renda	baixa renda	renda média	baixa renda	renda média
A) 2,50											
compra como gesto de jogo	compra como gesto gratuito de desafio			compra	compra	compra	compra		compra		
B) 10											
	compra verdadeira				compra signo					compra	
C) jóias verdadeiras											
		compra como signo verdadeiro			compra com fantasia agressiva ou por manobra	compra				compra como jogo protetor	

Estamos no universo do jogo; recuperamos nossas bolas no final da partida. "Uma jovem a quem se diga: "Madame" ou "Senhorita", no caso de estar ou não acompanhada, poderá se sentir constrangida. Trazer um pequeno anel representa para ela um certo *status*, de uma situação social prática da qual se pode desembaraçar com facilidade. Ela terá então "direito" ao título de "Senhora", a quem a civilização burguesa considera superior, mas ao mesmo tempo tem todas as vantagens da independência, ligadas a uma maturidade mal entendida e a ausência de "virgindade" (Enderlin). Sendo o signo de "propriedade privada" do objeto mulher de um titular, ela assegura a este objeto que não tem mais o direito de ser um sujeito, ou seja, independente, mas ao mesmo tempo é independente porque a garantia dada não tem valor e o contrato não está verdadeiramente assinado. Há aqui um bom exemplo de *duplo pensamento* contraditório. Afinal de contas, a aliança, símbolo da escravidão, torna-se símbolo de liberdade e é comprado como tal, na condição de ser barato, pertencendo ao universo do "make believe" da boa-fé.

Poder-se-á generalizar esta análise aos outros tipos de clientela distinguindo níveis de rendas.

O magazine entregar-se-á assim a uma análise traduzida por um quadro deste gênero (fig.). Este servirá, após um estudo demográfico, para determinar o número de pessoas que são sucetíveis de comprar, ou seja, de orientar a sua ação ou as suas compras, e assim estabelecer temas para a sua publicidade. Esta será uma das funções do psicólogo da empresa, de estabelecer um sistema complexo de motivações. Este último deveria em princípio, dedicar-se a todos os domínios, e isto faz entrever aos psico-sociólogos grandes saídas. Notemos por fim que sob o aspecto que consideramos aqui o Prisunic, como um sistema distribuidor, de adequação "optimun" ao *mercado*, mas *passivo*, analisando-se os desejos do consumidor sem os criar.

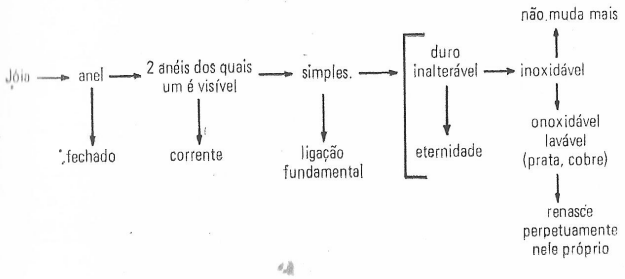
Esta análise foi feita *a posteriori* e se é consciente da parte do Prisunic, a criação de alianças baratas de metal é aqui o resultado de uma indústria de chapeagem em metal, ou de galvanoplastia, explorando o seu campo de possibilidades técnicas. Ela constitui portanto:

— a análise do seu êxito.
— um ensinamento predicativo sobre a difusão de um tipo de produtos.

Anel e publicidade

Poder-se-ia ir mais longe e tentar, através de publicidade, *criar* um novo mercado por extensão ao que já existe. Baudrillard indica

a propósito dos mitos da aliança o esforço feito para manipular o caráter psicológico da durabilidade ou da eternidade. Notemos de início que o esforço existente aqui não é sobre o símbolo fundamental, mas sobre o fim da frase interpretativa: ele visa a aliviar a ligação: inalterável ↔ eternidade.



Notemos, com efeito, que o anel, em certos casos fica um pouco gasto (prata e metais moles), ou estragado por choques e fricções (uso da placa). Há sempre aí a inscrição do tempo sobre o contrato. Uma das virtudes dos metais inoxidáveis será a de renascer como a Fênix, sempre brilhante, das camadas de oxidação que resultarão do seu abandono provisório e do seu embaciamento superficial. Entre outros, encontramos aqui o mito do metal *prata*, bem conhecido pela sua oxidação como uma espécie de abandono, mas que renasce nele próprio se for usado e conservado e mantido: um metal inoxidável (no fundo, indestrutível) que é oxidável (na superfície), análise perfeitamente conhecida pelos fabricantes de objetos de prata.

Examinemos agora o caso do metal completamente inalterável e duro (platina e ouro). Notemos então o esforço realizado pelos fabricantes de jóias de uma sociedade afluente. "Renove o seu compromisso: troque a sua aliança todos os anos". Aqui, o sistema publicitário procura uma moda, vem ocupar o lugar da ligação psicológica: Pela diagonal: durabilidade ↔ eternidade
renovação ↔ eternidade

proveniente da virtude de uma reimpregnação do estado de espírito inicial: se você ama a sua mulher, então você o provará trocando de anel todos os anos. A frase-chave será então: "Tal como em si mesma, a eternidade o altera"; ela corresponde à idéia do objeto eternamente transitório e neste caso é tanto mais notável quando justamente o uso funcional é nulo no caso dos anéis de qualidade de joalheria (C).

		MARKETING PASSIVO	MARKETING ATIVO PUBLICIDADE
PRISUNIC	Ordinário	Status de liberdade sem compromisso	Guardar por muito tempo
	de escolha		Mudar por fantasia
	Semi-Luxo	Status de Compromisso	Renovação das Alianças
	Luxo		Fénix... eternidade pelo rejuvenescimento do contrato

Concebe-se que seja igualmente possível atacar o mesmo problema através de uma publicidade ativa ao nível da joalheria de fantasia do Prisunic. Mas aqui justamente, o acento não será mais sobre a inoxibilidade (desta vez real), pois ela altera a própria imagem do anel. Repousará antes na idéia de *fantasia*, de variedade nos detalhes estéticos e surgirá à jovem ou à mulher como uma exploração do campo estético, anel de seção circular elíptica ou quadrada, conservando o caráter de aliança na medida em que tem uma simetria axial.

12

Do presente

O papel social do presente

Um dos aspectos essenciais da transação social, ou seja, das relações inter-humanas criadas pelo objeto, é o *presente*, a oferta de I a J que transmite uma *empatia* de caráter fortemente conotativo: α_{ij}; noutros termos, cria uma *passagem* social entre dois indivíduos de um conjunto.

O presente, como todo o objeto encontra na sua função seu direito de existência. Esta função é muito ampla: a caixa de chocolates decorada com pequenos gatos e fitas, ou o peixe em porcelana para chaminé. Muitas vezes, o presente tende a ultrapassar esta função, mas é necessário notar que um número muito grande de presentes é utilitário. Retomando os resultados fornecidos pelo Institut für Demoskopie sobre o que as pessoas desejam receber e os que eles compram (portanto, em escala social, os que recebem efetivamente), os elementos propriamente estético-decorativos, os menos fortemente carregados em função, e que têm portanto as maiores possibilidades de receber uma conotação forte e livre, são as jóias, as louças diversas e a rubrica, vaga, dos "objetos de interior".

De fato as rubricas desta estatística, interessante pois é a única de que dispomos, são bastante mal adaptadas a uma análise deste gênero que seria a mais pertinente sobre a base de um exame em cada objeto da *taxa de conotação ajustável*, quer dizer, do grau de

Quais são os tipos de objetos que as pessoas desejam receber ou recebem efetivamente? (I.F.D., Allensbach, 1959).

	Taxa de funcionalidade 0 1 2 3 4	Desejo de receber %	Compra do presente %
roupas		41	42
roupas de baixo		21,7	42
sapatos		15,7	14
jóias		6	6
relógios		4	6
artigos de fotografia		3	2
cosméticos		1,8	5,4
livros		6,4	10
discos		2,5	1,6
jogos		0,3	0,6
vitrolas - amplificador		2	7,9
objetos de couro		4,3	7,4
móveis		6,4	2,8
artigos de esporte		2,6	2,9
aparelhos de cozinha		3,2	0,5
máquina de lavar		2,3	1,2
geladeira		1,2	4,1
louças, copos, porcelana		1,6	1,6
talheres		0,7	5,4
objetos de interior		3,5	1,2
televisão		6,3	0,9
rádio		1,7	0,1
móvel combinado P.U.		0,7	0,2
automóvel		1,2	1,0
bicicleta		0,8	1,0

liberdade com relação à função. Objetos muito funcionais (fogão elétrico com termostato programado) serão ao mesmo tempo que muito funcionais e utilizáveis, símbolos evidentes de prestígio e superioridade, portanto elementos conotativos. Outros, pelo contrário, pouco funcionais (garfo de ostras, ou saca-rolhas pneumático) impõem sua presença ao espírito do recebedor por um caráter "prático", subitamente descoberto, e perfeitamente projetado por este sobre os objetos.

Da psicologia do presente

O presente implica psicologicamente um sistema *carismático* de dominância submissão, seguido de uma troca de papéis; a empatia acompanhada de dominância, em princípio sobre o receptor, cria uma inferioridade que será compensada ulteriormente por uma troca de funções, a oferta de um novo presente em sentido inverso. O presente só existe na sociedade individualista apenas num universo personalizado carismático entre elementos familiares, amigos, etc. Ele é ao mesmo tempo mensagem portadora de signos.

Na prática, a taxa de conotação (o vaso da china) é fortemente ligado a variedade de escolhas de usos possíveis, ou seja, à *quantidade de desacordo* que pode existir entre o sonho do objeto e o real. Classificaremos os presentes em função de diversas características dimensionais.

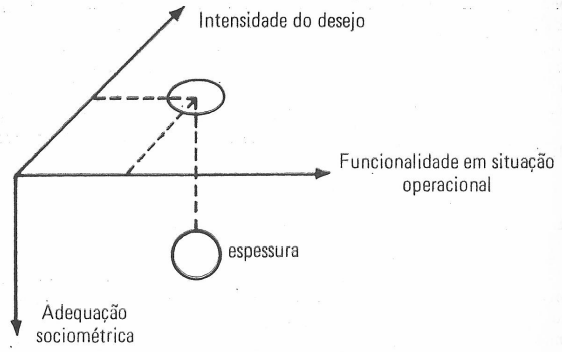
grau de *funcionalidade* na futura situação do receptor (taxa de uso): presentes de casamento.

grau real de *intensidade* do sonho produzido pelo receptor: desejo de posse.

grau de *adequação* à imagem sonhada pelo receptor (conjunto de expectativas).

nível de importância expressa em preço por exemplo, uma vez que se trata de uma medida social universal.

O presente constitui dons um dos aspectos mais convencionais do objeto enquanto *comunicação*, seja inter-individualmente, de pessoa a pessoa, seja de difusão, onde uma forma, por exemplo, através de um objeto anônimo, para uma massa mais ou menos extensa. Traçamos sumariamente os caracteres daquilo que pode constituir uma teoria do presente, enunciamos os caracteres métricos que a programação de uma *máquina de escolher presentes* poderá considerar:

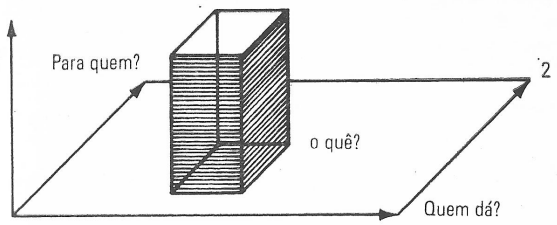


Definiremos um presente por um ponto representativo de uma espessura maior ou menor, situada num espaço de coordenadas psicológicas, iguais às representadas acima. De fato, uma teoria do presente seria levada a fazerem eventualmene intervirem outras dimensões que a adequação sociométrica, a funcionalidade em situação ou a intensidade no desejo do receptor. Partindo de uma série de outras variáveis psicológicas, ela construirá um espaço de várias dimensões e procurará preencher este espaço com os diferentes tipos de objetos-presentes que são imagináveis no catálogo do grande magazine universal. Será então, levada a pesquisas se num tal espaço se formam "aglomerados" agrupamentos, cuja emergência questiona em relação à tipologia destes objetos, propondo deste modo um método heurístico, um processo de descoberta das leis do presente. Um tal diagrama sugere uma ecologia dos tipos de objetos, ou seja uma interação de objetos diversos num universo conceptual dos seres humanos.

- A *intensidade do desejo* e portanto o prazer esperado, quando satisfeito, é apreciável pelo método dos escalogramas;
- A *funcionalidade* operatória na situação de chegada do receptor liga-se a teoria dos atos;
- A *adequação sociométrica* é uma função de uma "distância social generalizada" (Quem fala a quem e em que termos?);
- A *grandeza do presente* exprimida bastante bem na troca social pelo seu preço;

Depois de ter definido um espaço característico dos objetos na função da doação, um magazine especializado em presentes construirá então um espaço sociométrico dos presentes: lista dos objetos possíveis por freqüência decrescente sobre o mercado.

LISTA POR FREQÜÊNCIA DECRESCENTE



Pode ser cômodo para um estudo sobre a divisão entre as espécies de presentes, construir sobre a sócio-matriz "quem dá, a quem?, o quê? "em cada célula uma lista por freqüências decrescentes de ocorrência dos objetos-presentes, desde os mais freqüentes em baixo até os mais raros em cima (a coluna dos presentes é aqui expressa pela sua altura).

O volume representativo do invólucro dos pontos assim encontrados definirá o suprimento do magazine.

Tipologia dos presentes

Quatro tipos de presentes sociais são freqüentes:

Os presentes para *pagar um serviço,* não tarifado ou não reconhecido, eventualmente legal, ou ilegal, mas cuja natureza do "serviço" é aceitável. Uma das principais escolhas é a de preferência numa fila de espera diante de um serviço com um número limitado de lugares; o doador dissimula então aos olhos do receptor creditor do serviço, a noção de interesse deste serviço, materializando-o num objeto. Aqui, o objeto tem inicialmente uma estrutura de presente no sentido enunciado mais acima, mas sobretudo uma estrutura de pagamento. Ele deve portanto ser funcionalmente mais ou menos adequado, o fim é muito precisamente o de dar prazer, ou prestar um serviço ao receptor, troca que se encontra ali. As leis deste mecanismo mereceriam estudo. A grandeza do presente é bastante determinada por uma escala de preços.

Notemos incidentemente que existe aí precisamente um método para determinar esta escala, especialmente interessante quando se trata dos serviços situados no limite dos campos da liberdade, o que sugere assim uma medida da transgressão efetuada ou da elasticidade das fronteiras que determinam estes campos.

Os *presentes rituais*: Estes participam da etnologia contemporânea. Fazem-se regularmente (festas do *potlach*: Natal, Ano Novo, Dia das mães) importantes pelo mercado, seja em função de um *acontecimento* (taça em prata para ovos quentes para o recém-nascido, lençóis ou objetos de arte para recém-casados, etc.). O seu valor é determinado por:

a natureza da festa ou do acontecimento;

um casamento é mais importante que o noivado, que é mais importante que um encontro. O Natal é mais importante que a Páscoa.

A força da relação sociométrica: do doador ao receptor; assim, no universo do casamento, distinguiremos:

- os presentes entre cônjuges
- os presentes da família
- os presentes vindos do exterior.

O nível social global do par doador ↔ receptor; para as festas, deve-se comparar vagamente, por exemplo, que não existem presentes rivais de Páscoa entre camadas sociais totalmente distintas.

O estatuto social ou de idades e a relação nominal dominância/submissão.

A natureza dos presentes será determinada pela natureza das festas, ritos ou pessoas. Dará origem a *matrizes de interdição* ou de escolha raramente transgredidas.

Por fim existe o presente de aquisição antecipada, da pessoa ou do serviço. Os presentes de espontaneidade, pelo menos aparente, realizam a troca simbólica entre dois seres. Este presente implica psicologicamente um sistema carismático, só existe na sociedade individualizada (não se imaginam trocas de presentes de gabinete em gabinete se os seus membros são anônimos) e num universo personalizado.

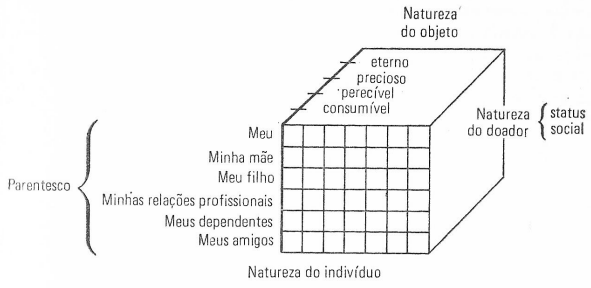
O presente leva consigo, provisoriamente uma relação: dominância daquele que oferece → submissão do que recebe, e assim, o restabelecimento do equilíbrio por um presente de envio e de retorno, *feedback* sociológico interessante que é anulado no presente aos chefes de estado ou a doação às instituições (legados a museus).

Assim o mecanismo de troca comporta interesses compostos de personalização da relação.

A dá um objeto X de valor a *B*, gasta X.

B dá um objeto Y do mesmo valor a *A*, gasta X.

A soma gasta por cada um é em princípio nula; ora, de fato, há uma *maisvalia* de troca; uma certa quantidade de *empatia* foi criada entre A e B, a grandeza desta empatia depende das caracte-



O princípio de uma matriz de interdição no rito do presente: os usos, as tradições transcritas no código do saber-viver estabelecem na matriz de três dimensões "quem dá a quem o quê?", das regras de interdição, ou seja, casos vazios. Assim, não é "conveniente" oferecer tesouras a uma parturiente ou uma cinta à mulher do seu diretor, ou um baton a um dos seus engenheiros. Os códigos do saber viver atingem um grande refinamento nas suas categorias proibidas. De fato, pode-se pensar que a matriz é em si mesma uma característica da sociedade na qual se vive e que pode, em conseqüência, servir para o seu estudo. Na página seguinte, damos um exemplo muito sumário disto.

rísticas do presente, de sua aceitação, do seu valor simbólico. Implica num capital de empatia, alargando as zonas de liberdade recíprocas, tornando-as flexíveis, e desempenhando um papel de facilitador das relações sociais; é por exemplo, o caso do presente amoroso.

O conjunto dos comentários acima corresponderia eventualmente como elementos de análise preparatória aos programas de "filtro" de uma máquina para escolher presentes.

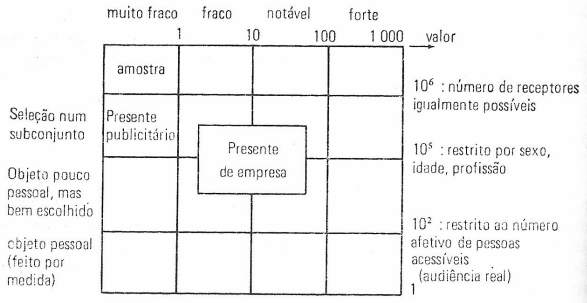
Psicologia social do presente de empresa

Enfim, uma importante categoria é o presente de empresa, legalmente limitado na França, acima de 15F, o qual é o mais vulgarmente de natureza publicitária, mas que participa entretanto do sistema carismático. É intensamente praticado entre firmas ou indivíduos. O presente de empresa não tem por objetivo pagar serviços prestados, pois seria, de modo geral, inadequado.

RECEPTOR

DOADOR	Patrão	Responsáveis	Empregados int.	Cons. ext.	Outra F.
Patrões	não	sim	sim	sim	sim
Responsáveis	não	por vezes	sim	sim	sim
Empregados int.	não	não	por vezes	não	não
Conselheiros externos	não	sim por vezes	não	não	não
Outra firma	sim	sim	sim	sim	não

Existe toda uma psicologia do presente de empresa, que representa em si um grande volume de objetos (para o qual existe uma exposição anual), bastante específicos, inúteis e triunfos do *Gadget;* convém não os confundir com aquilo que se chama de *presente publicitário,* são antes de tudo amostras, normalmente de pouco valor e em conseqüência pouco ligados ao universo dos objetos. Assim, na dimensão anônimo ↔ personalizado, situaremos o presente de empresa entre a amostra e o verdadeiro presente, ou seja, provocam uma função dominância ↔ submissão, ligado ao valor numérico e social da doação.



O presente de empresa não se dirige as massas. Pressupõe uma personalização, em todo o caso sobre as listas de recebedores possíveis: ocupa mais a secretária do engenheiro que o seu patrão, que procura selecionar um subconjunto nesta massa. Vem acompanhado de um cartão de visita, portando um nome ligado a uma firma.

O presente de empresa tem por fim específico a personalização da empresa principalmente a partir do momento em que seu tamanho torna impossível um conhecimento dentro da própria firma. Uma sociedade de acumuladores, por exemplo, procurará colocar-se na mesa do representante de automóveis. Este presente representa, então, uma atração: deve agradar, uma vez que deseja atrair. Ora, ele está situado na zona dos objetos de valor médio; não deve ser pequeno demais; deve trazer de forma visível o nome da marca: a régua de cálculo, o peso para cartas ou o cinzeiro, são bons exemplos.

É de uma *sobriedade Kitsch,* uma vez que é fabricado em pequena série, não se pode permitir uma extravagância que desagradaria a alguns dos recebedores que ainda não foram distinguidos pela firma. A sua sobriedade não se pode permitir um modelo de planejamento visual provocante. Ficará no quadro do "um pouco, mas não muito", que caracteriza o neo-*kitsch.*

É neste quadro que ele procurará a sua originalidade. Este toque de originalidade variará no sentido inverso da categoria de utilização numa "coleção". Ele será portanto regido por uma dialética: originalidade ⇆ aceitabilidade, que se sobrepõe aos caracteres já enunciados acima. Esta originalidade pode-se estabelecer:

1 — Na escolha do *serviço,* a prestar (cinzeiro, caneta, régua de cálculo, abajur de gabinete. Esta determinará, a partir de uma estatística dos atos do recebedor, seja no local de trabalho, seja na vida corrente, três tipos:

no local de trabalho (escritório);
portátil (de bolso ou de carteira);
em casa.

2 — A originalidade na escolha do objeto no interior de uma função ou serviço prestado. Exemplos:

— régua de cálculo simples, comparada à régua Darmstadt;
— calendário-agenda simples, comparado a uma agenda auxiliar de memória do engenheiro;
— cinzeiro vulgar, comparado a um cinzeiro anti-cheiro para eliminação das cinzas.

3 — A originalidade *decorativa,* ou seja, a percentagem de função estética em relação à função semântica.

O presente de empresa procura eventualmente se impor a uma vida global (canivete inoxidável, caneta luminosa). Aproxima-se por isso muito do *gadjet*.

Os presentes de empresa são escolhidos a diferentes níveis de decisão (Bloud).

Escolhido pelo patrão apenas: 2%
Pré-seleção pelo chefe de publicidade ou secretário geral: 6%
Escolhido por um responsável, e aviso formal do P.D.G.: 20%
Pré-seleção sociológica crítica pelos utilizadores (seguradores): 15%
Inclassificável: 3%

O presente só tem um fim, ele é caracterizado mais especificamente pela *força psicológica* do estímulo: (ver, tocar, segurar, *fazer funcionar*, o que é importante).

A *constante de esquecimento* ou de hábito, função ao mesmo tempo do mecanismo do aprendizado e do mecanismo da psicanálise do indivíduo recebedor. Enfim, o atraso *temporal de renovação* do presente, constituindo uma verdadeira função publicitária, origina toda uma atividade.

Para uma teoria da futilidade?

A política do presente publicitário oscila de fato entre o útil, o inútil e o fútil. O útil é perigoso, por ter tendência a se fazer esquecer pela sua própria utilidade, a marca de atribuição, ou seja, o doador, que tem um fim publicitário explícito (exemplo: uma máquina de escrever, presente de valor) se anulará na sua própria funcionalidade. O fútil, impondo-se pela agressividade do inútil ou do distrativo, é submetido eventualmente à *censura por* parte do recebedor que elimina por vezes, com um grande gesto, os objetos, encobrindo seu ar de trabalho ou de prazer.

De fato, esta censura só raramente se exerce e o objeto publicitário vai reinar pela sua influência enquanto não for rejeitado. Também ele ganha amplamente neste ponto: ele especula sobre a inércia, o hábito, para se impor, uma vez que o objeto útil corre o risco de ser reabsorvido na sua própria função, mesmo se subsista duravelmente.

Esta dicotomia conduz a uma concentração muito nítida sobre o *gadget*, domínio que nos levará à vida cotidiana, pois ele passa infinitamente adiante do presente de empresa, mesmo que muitos *gadgets* nasçam neste universo para em seguida serem difundidos.

13

O invento (gadjet)

O espanador do ano 2.000
Publicidade

Útil, Inútil, Fútil

A propósito de objeto presente, desenvolvemos um exemplo notável: o presente de empresa, caracterizado pela sua futilidade essencial: nem útil nem inútil, dispõe-se num supérfluo que lhe dá seu valor psicológico. Evidenciamos o fato de que a sua utilidade, tão fraca, é aqui um argumento de valor. Será retido sobre mesa do diretor, do engenheiro ou do chefe de vendas, porque "isto pode servir": um peso para papéis, um cinzeiro, ou um calendário, mas o seu principal papel é o de transportar a marca do doador, assim imposta sobre a mesa daquele que toma as decisões.

Concedemos aqui, nesta aliança psicológica entre o útil e o inútil para criar o futil, que se encontra na base de uma indústria não desprezível que o problema mereça uma atenção da parte do planejador visual independentemente daquela que ele pode dar ao objeto puramente utilitário. É de fato, uma verificação notável, pôr todos os artifícios de uma funcionalidade ao serviço de uma contradição racional. É a técnica do *gadget*, que se estabelece nestas bases: quais os objetos de valor médio ou fraco que podem ser inúteis, distrativos, atraentes e ao mesmo tempo "funcionais"? É o primeiro encargo do invertor.

O *gadget* representa um jogo sutil entre o ser, a razão, e a natureza técnica: ele é objeto artificioso, destinado a satisfazer microfunções particulares da vida corrente. Ele procura uma originalidade no universo do banal.

É portanto essencialmente definido pelo "é para", em oposição ao "é feito de". Possui um fim definido que pelo seu lado, o define, e o distingue do objeto decorativo. Este fim é por vezes delirante: os botões de punho termômetros, não medem na realidade a temperatura ambiente. Mas o *gadget,* funciona, há uma ação de *relações necessárias entre os elementos.* Aparece de fato como uma doença da funcionalidade; na ocorrência, uma hiperfuncioanalidade.

As séries de inventos e as séries de funções

A decomposição dos atos cotidianos em praxemas dão origem, seguindo a regra, a um objeto para cada função, a séries de invenções (ritual do café, depois, almoço). Este ritual leva a discernir duas séries de invenções: as primeiras são coextensivas ao universo dos praxemas: sejam P_1, P_2, $P_x \ldots P_n$. Dadas as seqüências necessárias numa tática, um invento será instrumental para *N* destes praxemas na *ordem em que eles estão* para a finalidade hierárquica da ação. Seja abrir uma garrafa:

1 — Pousar a garrafa sobre a toalha sem sujar	1	G3
2 — Enxugar a garrafa	2	
3 — Tirar a chumbagem metálica	3	
4 — Cravar o saca-rolha	4	G1
5 — Retirar o saca-rolha e a rolha	5	
6 — Separar a rolha do saca-rolha	6	
7 — Enxugar as primeiras gotas.	7	G5
8 — Evitar gotas derramadas quando se bebe	8	

Na prática, nós distinguiremos os inventos unifuncionais que recebem um ato unitário (tirar a rolha) dos inventos multifuncionais ou sintagmáticas relativos a uma seqüência de praxemas ligados (exemplo: abrir uma garrafa).

Um segundo tipo de dispensa levanta antecipadamente um praxema de qualquer forma isolado não-seqüencial (abanar-se quando faz calor). Enfim, os inventos não-seqüenciais recobrem a associação

segundo certas regras da vida cotidiana de muitos atos diversificados e heterogênicos, escolhidos em função de freqüências de contingência. Por exemplo, a caneta luminosa:

escrever p_i) que podem encon-

iluminar p_j) trar-se combinados: escrever na obscuridade p_{ij} p_i e p_j devem ser maiores que um *limiar de freqüência crítica;* abaixo deste não é concebível criar um instrumento através de atos de freqüência muito baixa. Haverá um invento gadjet se a soma $(p_i + p_j + p_{ij})$ ultrapassar de um certo limiar fixado por uma psicologia dos atos que estão em processo de constituição.

Quando a quantidade do jogo incluída no invento aumenta muito, nós vemos emergir o *fator kitsch:* a desproporção dos meios e dos fins.

Gadget e badget tempo

O *Gadget pretende* geralmente uma redução do *Budget*-tempo, (orçamento-tempo) demarcando esta pretensão à função explícita e deixando de lado os prazos acessórios em que implica para ser utilizado.

O estudo do processo global de um ato utilizando um *gadget* implica:

1 — Custo generalizado de compra (tempo + preço).
2 — Custo generalizado da experiência (tempo).
3 — Custo generalizado de utilização (tempo), ele próprio se decompondo em um *Budgest*-tempo secundário:
   a) encontrar-se em situação de necessidade.
   b) ter acesso ao *gadget* (invento).
   c) relembrar-se do seu funcionamento.
   d) utilizá-lo.
   e) limpá-lo.
   f) tornar a pô-lo no seu lugar.
4 — Custo generalizado de manutenção e limpeza (tempo + preço).
5 — Custo generalizado de reparação (tempo + preço).

Somos levados a uma estatística de conjunto dos exemplos de objetos exprimindo o número, num catálogo de objetos, apresentando 2, 3, n funções:

	0 X	1%
	1 X X X X X X X X X X X X X X	21%
NÚMEROS	2 X X X X X X X X X X X X X X X X X X X X X X	36%
DE	3 X X X X X X X X X X X X X X X X	22%
FUNÇÕES	4 X X X X X X X	12%
	5 X X X X	5%
	6 X X X	3%

As leis que governam estes objetos são leis funcionais da vida dos atos ou uma das funções básicas é quase sempre a decoração.

Citemos entre as funções:

— decorativa 85%
— técnica funcional da vida cotidiana 40%
— da vida profissional 20%
— diversos 40%

No limite do *gadget*, encontraremos o objeto que não tem qualquer função de qualquer espécie, a pequena "máquina que não serve para nada", mesmo para a decoração, pois é muito pesada. Nem de peso de papéis, pois não é estável.

Mas a distorção do real pode ainda ir mais longe, criando objetos cujas funções destróem umas às outras. Citemos por exemplo, o relógio solar, cujo quadrante é mudado por movimento de relojoaria!

Fator de fascínio do gadget

Chama-se em americano *gadgeteer* aquele que inventa o que é particularmente amador do uso dos inventos. Há portanto uma psicopatologia do novo *gadget*, (invento), capítulo de edição revista da psicopatologia da vida cotidiana (Freud). O *gadget* é atraente na sua essência:

1 — por uma *ilusão de Gestalt*: ele cria uma forma ao cumprir uma função, propõe o princípio de uma solução. Há a *redescoberta* vicarial (por procuração) a partir de uma análise a curta distância (fenômeno de ordem próxima),

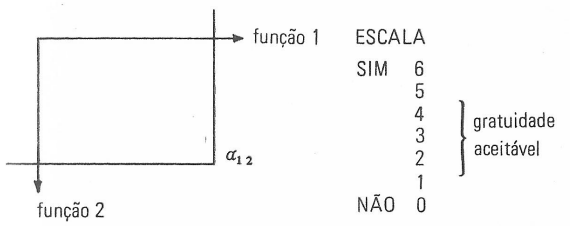
2 — ele é atraente por distanciamento e por jogo, *prazer lúdico*,

3 — pode ser atraente pela sua apresentação: níqueis, vernizes, formas, e apresenta-se então como "objeto de arte".

Entre os *gadgets* usuais, um grande número deles tem uma função decorativa que se pode agrupar as outras formas. São estas que se devem considerar numa teoria da criação combinatória.

Uma matriz heurística do gadget

A *criação dos gadgets* faz-se por análise das funções: ela conduz à noção de *distância funcional* entre duas ou n funções F_1, F_2, F_n. Distinguir-se-ão os objetos móveis (transportáveis no bolso, na bolsa ou mala) e imóveis (elementos do apartamento).



Pedimos que um grupo de elementos estudasse as combinações de algumas funções a fim de verificar a possibilidade de associar estas funções, ou na necessidade de dissociá-las. As razões de associação podem ser:

1 — A vizinhança topográfica(presença simultânea na bolsa, no bolso, na mesa de trabalho, no armário da cozinha).

2 — As vizinhanças semânticas. Exemplo: barômetro-termométrico onde as funções têm uma similitude.

3 — As vizinhanças temporais, que correspodem as freqüências de ocorrência digramáticas numa seqüência de praxemas.

Assim o objeto *gadget* traz um esclarecimento à funcionalidade e ao *kitsch*, que justifica inteiramene a análise estatística feita durante o percurso precedente. Vemos surgir uma análise contrária à da funcionalidade pura que nos leva ao jogo dialético fundamental das *situações* dos *atos* e dos *objetos*.

Uma filosofia das relações entre o homem e as coisas não se baseará solidamente senão num estudo de uma atitude do ser diante desta tripla multiplicidade, cuja base estatística não está ainda convenientemente estabelecida. Não dispomos de estatísticas dos atos ou das situações, exceto para subcategorias muito conhecidas socialmente (nadar, ir ao cinema, ver televisão). Mas estes elementos continuam ainda muito sumários para constituirem um fundamento sério para um estudo do qual mostramos alguns instrumentos teó-

COMBINATÓRIA DE OBJETOS

Razões de aceitação

1 — vizinhança topográfica
2 — vizinhança semântica
3 — vizinhança temporal

Razões de recusa

1 — técnico-função
2 — estética
3 — infreqüência
4 — desequilíbrio

	DR	LO	MO	RT	CIG	LAP	STY	POU	RCL	LAC	MIR
isqueiro	4	5	6	5	4	5	1	3	6	6	
lupa	2	3	3	5	5	2	4	1	5		
relógio	5	3	4	5	4	3	5	6			
rádio-transistor	5	4	3	2	6	5	5				
corta-charutos	4	4	0	0	3	1					
lanterna	6	5	6	0	6						
esferográfica	3	4	0	5							
pó de arroz	6	0	6								
baton	0	6									
abajour de cabeceira	4										
espelho	0										

ricos. Lembremos aqui a nota de L. Mumford: "Uma organização mecânica é muitas vezes o substituto temporário e dispendioso de uma organização social efetiva ou de uma adaptação biológica sadia". (*Técnica e Civilização*, p. 224).



14

Teoria das necessidades e suprimento

Função, necessidade e significação

Os capítulos anteriores examinaram o que se pode chamar de funções do inútil, ou seja, o conjunto dos objetos nos quais os papéis secundários têm caráter social, se evidenciam como mais importantes que os papéis semânticos, a função efetiva. O presente, por exemplo, é quase sempre um tanto supérfluo, mesmo se, na maioria dos casos, for um presente útil. Mas, na sociedade afluente, pertence de qualquer modo, a margem dos fenômenos de complemento na escala das necessidades: máquina de lavar ou vaso de flores, colocam-se a partir do puramente utilitário nos elementos secundários da vida: aqueles que *podem esperar*. Um dos recursos do presente bem feito é precisamente a capacidade de discernimento do doador do máximo prazer encerrado na posse de um objeto — geralmente útil como o demonstram as estatísticas, mas ao mesmo tempo não imediato. É uma das funções específicas ligadas a um conjunto já existentes que define a situação do recebedor no plano psicológico: situação que nem sempre é totalmente explícita, mesmo aos olhos do próprio recebedor. O presente pode estar ligado a desejos profundos.

Também já vimos, igualmente, o presente de empresa do ponto de vista desta dialética de útil-inútil, que resumimos como fútil, e limitado pelos usos e regras com valores desprezíveis. Neste campo as conotações secundárias ultrapassam em muito a função primária, e no limite definem quase que inteiramente os encargos do objeto

presente, excluindo a sua função propriamente dita, que pode ser escolhida com dados muito variados. Vamos oferecer ao Dr. Y, engenheiro, com 20 anos de serviço, um cinzeiro, uma calçadeira, um isqueiro ou um peso para cartas? Estes objetos são reunidos por características comuns: (peso, preço, presença) que servem de fato para determiná-los; quanto à função final, será a secretária do patrão quem escolherá. Isto leva-nos a teoria do *Gadget* unido ou multifuncional, de que traçamos os elementos.

No final destas análises sobre objetos muito diversos: móveis, objetos de arte, elementos de coleção, presentes, jóias, *gadjets*, notemos quanto a idéia de função, de necessidade esta relação entre o homem e as coisas, foi preciosa. A função é a significação do objeto: é ela que lhe dá vida e não alarga mais ao longo de todas as metamorfoses da sua existência. Ela é a parte semântica do percurso do objeto. "Mas para que serve isto?" pergunta o herói da investigação sobre a invenção industrial e as respostas de tendências decorativas parecem sempre de tendência secundária enquanto o objeto não foi integrado. Lembremos o tema desta brilhante experiência de J. Perret, que, com a novela "As Coisas" de Perec, traz uma das aproximações literárias mais pertinentes ao tema de uma teoria dos objetos.

Uma herança trazendo ao herói desta novela, entre outras coisas, uma invenção industrial (*machin*) impossível de identificar, vai experimentar o poder dos fatores essenciais de uma recuperação na cultura: um nome, e uma função. Através dos lugares mais diversos: café da esquina, hotel de vendas, provisionamento das grandes lojas, museu e mesmo Ministério do objeto, mercado das pulgas e antiquários, ele continua o seu interrogatório, que ao longo das suas peregrinações revela pouco a pouco um grande número de aspectos conotativos do "objeto industrial" (*machin*).

De uma maneira geral, todo o sistema conotativo dos objetos não pode ser concebido e dominado fora e independentemente do sistema denotativo: os casos que citamos da futilidade industrial onde os encargos bastam, são justamente, exemplos extremos sobre os quais não é possível basear-se para construir um sistema de objetos. As análises de Chabrol, Enderlin, Perec, integram-se necessariamente num universo de funções, porque é pela relação ao quadro deste que eles se formam, e dessa forma adquirem seu valor.

Um discurso puramente conotativo de objeto só existiria numa sociedade totalmente afluente, infinitamente pródiga, cujo reflexo só poderíamos captar através de Veblen, Galbraith, Baudrillard ou Packard, mas que ainda não existe. A casa fica então máquina para

habitar, e não estamos livres, mesmo com a residência secundária, de ali ver se instaurar uma antifuncionalidade pura. Talvez convenha, neste assunto denunciar uma certa "poesia sociológica" que, inflamada pela perspectiva dos rasgos de coragem sobre a alienação pelo consumo ostentatório (*conspicuous consumption*) tende a ignorar facilmente demais a instrumentalidade dos objetos no seu conjunto. Mesmo numa sociedade (futura) do consumo "ilimitado", esta seria de qualquer forma limitada pelos custos temporais do ato consumatório aos quais é preciso reservar instantes da nossa substância temporais, *sem o que a voluptuosidade do consumo não existiria*. Imaginando esta sociedade de consumo puro, a relação mantida pelo homem com os objetos comportaria dois modos fundamentais: um sendo um quadro funcional assegurado essência e inteiramente previsto; o outro um quadro adicionado de disponibilidade, com uma zona mista de interferência.

Exibição e Suprimento

Pode-se examinar este problema de forma mais precisa na sociedade consumidora, reportando-nos conforme esquema geral de análise aqui proposta, a idéia de exibição (*display*) já evocada, ou seja, ao ato aquisitivo de um conjunto de indivíduos por relação a um conjunto de objetos. Numa certa definição numérica das relações entre desenvolvimento de uma civilização fabricadora, alienação e necessidade. Lembremo-nos que sabemos definir, a propósito de uma (dada exibição) (*display*) de objetos, tal como o apresentado no Magazine Universal, tomado ele próprio como símbolo da sociedade produtora de objetos, um conceito, o suprimento, medido por uma grandeza, a complexidade do suprimento, que é a entropia da lista dos tipos de objetos apresentados em função da sua freqüência objetiva de ocorrência num intervalo de tempo dado: é incidentalmente, a medida da quantidade de informação trazida pelos "discursos de objetos" em um grande magazine.

Seja p_i a freqüência de ocorrência normal do tipo de objetos i e N_a o número total de objetos presentes. Então a complexidade da variedade será bem medida por:

$$C_a = N_a \sum_{1}^{n} pi_a \log_2 pi_a$$

em unidades binárias, número de perguntas por sim ou não que permitem, conhecendo a lista das fabricações, definir a sua ambigüidade, a exibição (*display*).

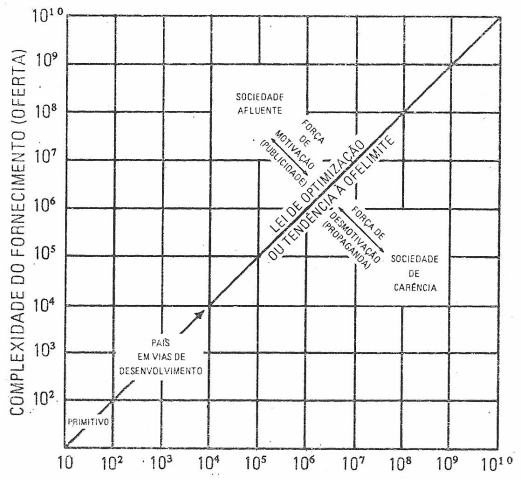
Assim, o consumidor tipo situado perante a seção é de fato subordinado a um conjunto de necessidades subjetivas, mas estatisticamente reveláveis e ligadas a estatística dos seus atos, ou seja, a análise do seu comportamento. Algumas destas necessidades são freqüentes, outras mais raras, têm uma freqüência de ocorrência subjetiva, mas que se pode estudar a propósito de um conjunto.

Seja pi_b a freqüência de ocorrência de uma determinada necessidade, chamar-se-á complexidade das necessidades:

$$C_b = N_b \sum_{1}^{n} pi_b \log_2 pi_b$$

Estas duas grandezas exprimem de forma muito mais precisa no plano estatístico, suprimentos e necessidades, que os números restritos N_a, N_b, os quais não dão conta da disparidade psicológica das funções e dos produtos.

Nestas condições, pode-se definir sobre um diagrama a posição de um estado qualquer da relação fabricadora por um ponto P.



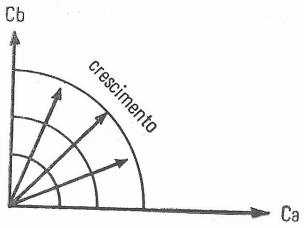
COMPLEXIDADE DAS NECESSIDADES (PROCURA)

Neste diagrama derivado do da pág. 31, transportou-se horizontalmente a complexidade das necessidades e verticalmente a complexidade do fornecimento medidas em *bits* para um grupo social dado. A diagonal corresponde à idéia de uma sociedade integrada que oferece, através do seu mercado ao indivíduo, uma complexidade vizinha daquela que o indivíduo espera encontrar ali para satisfazer as suas necessidades.

Um país P, por exemplo, é ao mesmo tempo caracterizado por uma certa complexidade de suprimento do seu magazine universal (concretamente do mercado) e uma complexidade das necessidades do cidadão médio. Se se distinguem neste país diferentes categorias sociais na população, cada uma com uma complexidade de necessidades diferente, existem pessoas com necessidades *simples* e outras com necessidades mais complexas. O ponto relativo a este país P se diferenciará numa imagem de *pontos* dentro de uma margem dada, pontos cuja espessura se poderá estimar em função da importância numérica da categoria social representada. Notar-se-á que, evidentemente, é pouco provável que as categorias dispersas de necessidades recortem categorias clássicas tais como as classes sociais. De fato, elas recortam um outro fator, de pura psicologia social, a diferença entre pessoas de necessidades *simples*, uniformes e estereotipadas, ou seja, em quantidades tradicionais, e pessoas de necessidades díspares (mais que numerosas), diferença que é psicologicamente muito mais profunda. Uma *civilização de distribuição* seria a este modo definida pela dispersão que ela traz a este campo, ou seja pela extensão, a montagem da zona que representa a variedade dos magazines cada um com uma exibição dada.

Ofelimite e Desenvolvimento

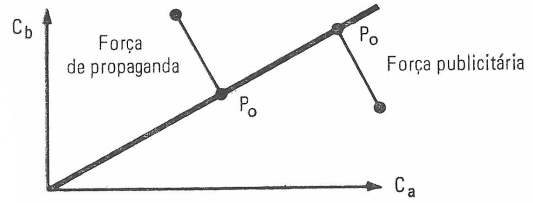
Quando uma civilização fabricadora se desenvolve, a complexidade do suprimento também se desenvolve. Ela fabrica mais variedades de produtos, mas ao mesmo tempo, as necessidades se desenvolvem, o ponto representativo se desloca, ampliando-se desde a origem; a taxa de civilização de uma sociedade industrial será medida pela distância à origem; sob este ponto de vista poderemos comparar civilizações distintas, mais ou menos independentemente da natureza dos seus produtos, por exemplo, civilizações *artesanais* "delicadas", com civilizações *industriais* evoluídas.



A idéia de crescimento tecnológico está ligado, para uma sociedade dada, ao crescimento simultâneo da complexidade das necessidades de fornecimento. Pode-se, de certa forma, considerar que a distância do ponto representativo de uma civilização à origem deste diagrama é uma medida do seu desenvolvimento, pelo menos em relação aos critérios da sociedade fabricadora ocidental. Na parte inferior do diagrama vão situar-se as sociedades mais produtivas e, na parte superior, as sociedades mais consumistas.

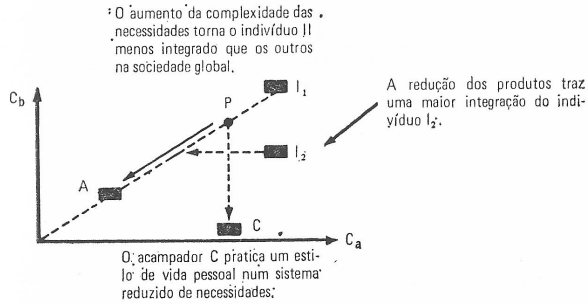
Um fator característico será a relação C_b C_a, ou seja, a posição de um ponto representativo de um país de um grupo social com relação à diagonal deste diagrama. Quando a complexidade das necessidades cresce, ela o faz mais ou menos rápido que a dos objetos colados a disposição do consumidor. Existe aí uma questão importante, prévia à questão filosófica de saber se a complexidade das necessidades cria a variedade de produtos oferecidos, ou reciprocamente. A diagonal deste diagrama, que chamaremos *reta do ofelimite*, concerne o caso em que, a cada época de desenvolvimento de uma civilização, existe uma igualdade entre variação das necessidades e variação do fornecimento: ela corresponde a uma sociedade "integrada", na qual o "grau de alienação" seria, por atacado, nulo; a sociedade considerada será tanto mais "alienada" quanto o seu ponto representativo for mais afastado da diagonal.

Se o desvio é num sentido de um fornecimento superior às necessidades, a distância P_1 P_0 será uma medida da *força publicitária* que convém que o sistema social injete no circuito de consumo para transformar uma parte de todos os desejos vagos latentes em necessidades explícitas e ajustar (estatisticamente) a sociedade aos seus produtos. A ausência ou a indiferença para certos indivíduos ou grupos de percepção desta motivação produz-se então como percepção de alienação para o grupo considerado. Reciprocamente, se o ponto representativo se situa de tal forma que $C_b > C_a$, a so-



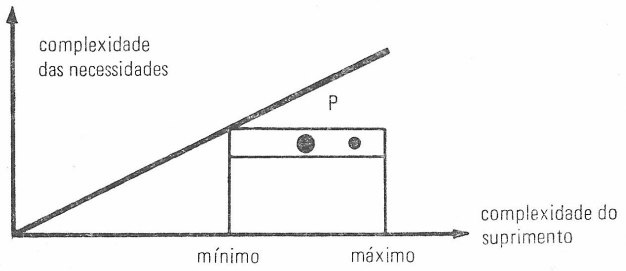
Se, em unidade conveniente, a diagonal do diagrama necessidades — fornecimento representa um equilíbrio relativo, então a distância de uma sociedade dada a esta diagonal é uma medida da força auxiliar de características psicológicas que a sociedade distribui pelos seus membros, seja para os conduzir a aumentar as suas necessidades (força publicitária) portanto a se aproximarem da diagonal de equilíbrio, seja a sublimarem as suas necessidades em função do fornecimento possível, que é a tarefa dos serviços de propaganda nos países desprovidos.

ciedade não traz ao nível de civilização caracterizada pela sua distância à origem um fornecimento estatisticamente adequado às vontades sociais. É necessário compensar este descalabro, por exemplo, atraves de uma *propaganda* medida quantitativamente ainda pela distância à diagonal e destinada a reduzir as necessidades subjetivas ao nível dos fornecimentos possíveis.



Sobre este diagrama C_a C_b, transportaram-se com relação à diagonal de equilíbrio, diferentes situações particulares dos indivíduos. Se se procura

comparar a complexidade de necessidades e a complexidade de suprimento para um indivíduo representado por um ponto ou, verificada a incerteza, por uma zona, e o ponto representativo de uma sociedade dada, a separação entre eles fornecerá uma medida de integração.



O ponto representativo de um indivíduo particular neste diagrama pode-se deslocar para os seres pertencentes a uma dada sociedade numa certa zona, entre um mínimo e um máximo; esta zona seria o leque no qual se situa a personalidade consumidora.

A evolução de uma mesma sociedade ao longo do tempo será marcada pela trajetória do ponto representativo. Ela marca na historicidade os períodos de alienação global, ou de carência, de qualquer modo de uma ausência de adequação entre aquilo que a sociedade propõe ao indivíduo e aquilo que o indivíduo pede à sociedade no *diálogo consumidor* de objetos e produtos.

De fato, as noções de base sobre as listas de objetos existentes e as necessidades nunca puderam, no passado, ser estabelecidas dentro deste espírito, o que restringe bastante o valor diacrômico deste método, mesmo que seja possível investigar os documentos básicos (estudo estatístico de catálogos antigos, por exemplo). Mas ela abre uma perspectiva quantitativa sobre a *história da alienação.*

Na atualidade, uma aplicação, em si interessante, é a comparação de diferentes tipos sociais específicos, representando categorias sociais específicas, suficientemente numerosas para originar uma apreciação estatística ou modal. Pensamos aqui nos acampadores, nos *monges,* nos *ascetas, opostos* aos *perdulários,* aos *burgueses,* aos *munificentes.* Existe aqui uma apreensão estatística dos tipos. Se o asceta, vivendo numa cela monacal está, eventualmente, bem integrado, o ponto representativo A situar-se-á sobre a diagonal, mas

aproximando-se da origem com relação ao ponto de partida P da sociedade da qual ele é originário.

No conjunto, vemos aqui delinear-se um processo de análise do sistema dos objetos em grupo, fazendo amplo uso das *listas,* tais como os catálogos do Magazine Universal. Estes diagramas são utilizáveis nas situações práticas e em particular na política de fornecimento de um magazine ou de uma cadeia.

Tipos de relação do homem com os objetos

Examinaremos brevemente para terminar os tipos de relações que o homem mantém com relação às coisas. Já apreciamos alguns aspectos quando do nosso estudo do objeto de arte e da coleção.

— O primeiro é o *modo ascético,* as coisas e mais especialmente os objetos são inimigos, vagamente perigosos, que é preferível manter à distância, excluir, rejeitar, sobretudo se estão "à disposição" do mercado concreto de consumo; aquele que se isola do social — não será melhor reconhecê-lo? — deve desconfiar do poder magnético das coisas e da empresa que os objetos exercem sobre o ser (Eschel).

— O segundo é *hedonista.* Ele sente prazer em possuir os objetos e o fim perseguido é a maximização deste prazer, que não coincide visivelmente com a maximização do número de objetos, mas com a de uma *arte de viver.*

— O terceiro tipo de relação com os objetos é o modo *agressivo,* quebrador, destruidor, ou seja, de apropriação, sem se alienar do objeto, deixa-se alienar pelo próprio ato agressivo. As hordas bárbaras exerceram este papel sobre os objetos, abrindo eventualmente uma via a *renovações* do ambiente:

— O modo mais comum é a *aquisição,* fazendo do homem um sistema *coextensivo* às suas pressões, marcando a grandeza do seu espaço vital um império, uma instalação cognitiva e jurídica, "Things are the extension of man". No limite para o avarento como o burguês, não somente o ser está no centro das suas posses, mas ele *desaparece* diante das suas possessões, que são a sua essência dele mesmo, tornando-se um centro geométrico das suas posses, separadas do uso e tornadas "tesouros".

— O modo *estético* repousa sobre a beleza pura, noção muito difícil de definir de outra forma que não a sociológica. É ele que move, em princípio, o amador de arte (fora das emoções da colocação ou dos desvarios da coleção). O homem não procura a acumulação, este modo é adquirido, é certo, mas segundo os critérios definidos e uma forte censura interna.

— O modo *surrealista* repousa sobre a relação externa da disposição dos objetos e das formas. Ele é a colocação entre parênteses de um ou de outro destes e sublinha a sua estranheza sem outra vontade mais direta de aproximação dos estímulos. Ele é auxiliado pela justaposição de elementos raros que se encontram na criação de *gadgets*. Mas estes *gadgets* não são eles mesmos considerados surrealistas: baton, transístor, ou relógio de sol, alfinete de gravata, a não ser por uma *minoria*, e não pelo conjunto dos "utilizadores", quer dizer, de fatos pelos "compradores"; a experiência surrealista sempre permanece uma tomada de consciência rara, difícil e exigente. A relação *funcionalista* na qual os objetos existem *exclusivamente* a partir do seu papel, dominado antes pelo espírito que pela sensibilidade, parece dever cada vez mais sua importância significativa na sociedade de afluência onde situamos o quadro desta obra. Ela implica, de fato, que o objeto só existe pelo seu papel: ela se situa num lugar definido na cena da consciência e, assim, propõe presença e disponibilidade, a ausência eventual da alienação, mas rigor do pensamento, ascetismo dos atos, e sobretudo *inserção* no par homem/objeto num padrão de ações recíprocas e estendidas em toda uma rede social. Ela pretende ser um aspecto essencial na sociedade do futuro no desenvolvimento de uma concepção cibernética do objeto ↔ homem com um sistema.

A relação *Kitsch*, último modo importante de relação com os objetos, comportamento compósito, ligado à aquisitividade, a um prazer hedonista de posse, a uma colocação pseudo-racional, *pseudo-funcionalista*. Esta atitude parece dever justapor-se à atitude de aquisitividade funcional e estética, ela se situa num sistema de consumo global onde acumulação, a multiplicidade desempenha um papel essencial. A relação *Kitsch*, ou a anti-arte, tornou-se o verdadeiro pólo de oposição da relação funcional. *Kitsch* ⇆ funcionalidade, é o novo sistema dialético no qual se inscreve uma sociedade de objetos.

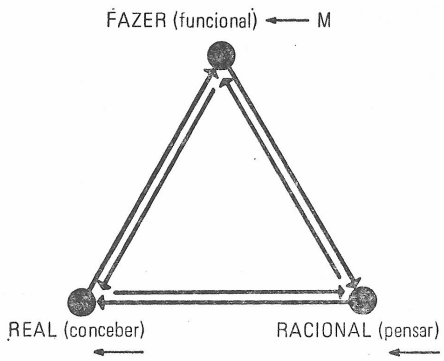
15

Conclusão

Partindo do quadro de uma *percepção do ambiente*, nós procuramos uma definição do objeto "em si", diriam a este respeito Jacques Perret e Merleau-Ponty, definição de ordem fenomelógica, no sentido estrito de análise sugerida por Husserl: o objeto é um elemento móvel, artificial do mundo ambiente, fabricado pelo homem, acessível à percepção e retirável do seu ambiente; à escala do homem, ele é essencialmente manipulável, subsiste através do tempo com uma gratuidade de permanência.

Captamos a passividade do objeto como sendo essencial. Ela é construída sobre uma experiência de vida e de evolução humana global, e que por conseguinte, está solidamente apoiada no ser perceptivo. "Os objetos, nisto não se deveria tocar, pois isto não tem vida", lembra-nos Sartre: "servimo-nos disto, arrumamo-los, vivemos no meio deles, são úteis, nada mais".

Os objetos *animados*, o relógio de cuco, o relógio de bolso, o automóvel, ficam um pouco estranhos a idéia de objeto. Estes guardam um caráter mágico, bem marcado pelas pesquisas etnológicas. A invasão do nosso mundo por tais objetos animados, cada vez mais freqüentes, desde o *gadget* até ao autômato de gabinete, arrisca de trazer uma considerável perturbação às "categorias filosóficas do real", evidenciando-o para o homem do amanhã. É possível que elas serão modificadas por elementos de construção do futuro que contribuem para modificar a mentalidade e os valores do ser biológico num condicionamento fazendo desaparecer a dicotomia, tão fundamental entre o *ser vivente* e o *não vivente*, a partir do momento



em que os seus caracteres perceptivos essenciais de *mobilidade autônoma* não serão mais um critério de definição do ser vivo. O homem encaminha-se para uma simbiose com as máquinas na qual a distinção entre os seres e as coisas *perde o seu interesse.*

Em seguida propusemos uma outra apreensão do objeto por uma via mais empírica, cobrindo o quadro de uma *sociologia do objeto* que repousa sobre a demografia, quer dizer, sobre um conhecimento objetivo do mundo exterior. Partimos em busca do objeto, recenceando os campos de pesquisa deste:

— a concha pessoal do apartamento,
— o sótão ou a residência secundária,
— o museu,
— o entreposto,
— o magazine,
— o catálogo.

O magazine, sobretudo, propôs a nossa pesquisa psico-sociológica um interessante conceito, o *mito do magazine-universal,* espécie de assintoto de todos os magazines reais, cujos supermercados, os grandes magazines e as *boutiques* de varejo só constituem aproximações. É o lugar de eleição do objeto "disponível", que rapidamente, evoca no homem uma relação de comunicação com o mundo, de *comunicação de massas* que os estudos tradicionais neste campo só souberam até agora colocar suficientemente em evidência: a relação de massa, passando pelo objeto entre o homem e a sociedade, é uma das formas fundamentais de autodidaxia social: ela representa um enorme volume de relações, mesmo sem considerar as relações interpessoais, tais como cliente/vendedora, acordos de submissão do sorriso que muito freqüentemente acompanha esta relação.

Mesmo que o magazine universal seja inteiramente automatizado, a noção de uma relação homem/sociedade por intermédio de objeto fabricado por esta sociedade, sobre a demanda coletivizada dos homens, continuará sendo essencialmente o processo de comunicação de massa, mais estável que as relações dos meios de comunicação de massa tradicionais, imprensa, rádio, TV, etc., suscetíveis de mudar com o tipo de civilização; a comunicação através dos objetos é um traço fundamental e estável da cultura de fabricação.

Entre estes campos de caça do objeto, encontra-se finalmente o magazine, mais ou menos universal, e o apartamento, que dominam. São eles que estabelecem o circuito fundamental dos objetos, levando à lixeira ou ao antiquário.

Adotamos então um método de conjunto, baseado na distinção entre a parte semântica e a parte estética de transferência para o objeto de caracteres de percepção ou de ações. Dando à metáfora do discurso dos objetos um valor heurístico, tentamos de início uma análise das palavras desta linguagem, depois as leis sintáticas que as regem. Numa perspectiva bastante diferente, mas de forma alguma contraditória desta, alguns outros autores recentes que se ocuparam de objetos, tais como Baudrillard, repusemos esta análise sobre a estrutura semântica, a do "sentido" explicitado que assimilamos à função e às funções: existem objetos "polissêmicos", a função determina o objeto como um sentido do discurso global. A uma série de funções, suporte de uma série de atos, associa-se uma série de objetos (processo de realização, tal como o objeto doméstico). É sobre estas funções ou este acavalamento de funções, pelo quadro interpretativo psico-sócio-econômico do objeto estudado nas suas relações com o ser, que um quadro geral de um estudo pode ser construído. Efetuamos, então, uma série de monografias, procedendo na ordem das etapas abaixo:

A este respeito, o sótão, a reserva, o antiquário, permitiram a "colocação" de um grande número de objetos e do seu papel, e o estudo da emergência da função artística, do "objeto de arte". A sucessiva corrupção deste numa civilização de afluência que procura

	denotativo	conotativo	
objeto isolado	1	2	vocabulário
objeto em grupo	3	4	sintaxe

assegurar um maior número de bens (compreendida aí a beleza) em maior número, leva necessariamene ao *Kitsch*, este sistema de relações cotidianas, do prazer do meio termo analisado num livro recente (Psicologia do Kitsch). Desta forma o circuito cultural do antiquário, verdadeiro criador de um "objeto eterno", colocou bastante bem a ligação objeto-signos ou mensagem coletiva.

Colocamos em seguida o problema da vida individual dos objetos, sua duração e sua dispersão: como morrem os objetos que nos envolvem. Hamlet segurava uma caveira, filosofando no cemitério de Elseneur. Isto nos sugere uma visão filosófica do futuro, propondo a imagem do Homem, sentado sobre uma imensa montanha de objetos, com diferentes graus de uso. Este homem contemporâneo segura um objeto mais ou menos usado e se pergunta o que é a vida deste companheiro do homem se afundando nas lixeiras do esquecimento, ou consumindo-se no incinerador.

Parece que esta invasão pelos objetos, a poluição do mundo pelas formas sólidas que o homem realiza, deve-se tornar um problema fundamental na sociedade futura. A imagem do "pronto para jogar fora" impõe-se como uma das suas imagens-chaves, da qual o psicanalista se serve para analisar o conjunto social. Uma teoria da eliminação dos produtos fabricados pelo homem é exigida, se se sonha que o cidadão da cidade atual dissipa cerca de um quilograma de lixo por dia (dos quais 30% são embalagens), nas lixeiras.

A fim de estabelecer algumas regras de sintaxe do discurso dos objetos, seguimos este comportamento funcional em alguns exemplos escolhidos em diversas gamas de grandeza. Noções gerais surgiram, por exemplo, a propósito do estudo do apartamento considerado como computado, provido de sentido para aquele que o habita. Por exemplo:

— a idéia de diversidade: oposição variedade ↔ uniformidade, a da taxa de apropriação;

— a idéia de volume próprio, esfera de influência, e covolume de cada objeto;

— a idéia de densidade;

— a noção de leis de montagem, geométricas, físicas ou econômicas.

As noções de coleção e de complexidade de uma coleção mostraram-nos a possibilidade de uma apreensão estatística numérica de um conjunto, constituindo uma exibição organizada.

Mesmo a idéia de complexidade como grandeza perceptiva fundamental de um conjunto de elementos é uma das noções mais importantes de uma psicologia moderna. Ela comporta numerosos aspectos que fazem cada categoria de estímulos passivos ou ativos do ser com relação à concha do seu ambiente, complexidade dos atos, das situações e dos objetos. São medidas das três oposições fundamentais da dialética da passagem de uma situação aos atos, originando necessidades mais ou menos enunciáveis e mais ou menos complexas, que são satisfeitas por um suprimento de objetos. O instrumento de raciocínio que é a complexidade ou entropia de uma distribuição, traz uma apreciação quantitativa muito superior às clássicas distribuições tipo/*token* dos processos fundamentais ligando a *Teoria dos atos* e a *Teoria dos objetos* como capítulos básicos de uma nova psicologia social, na qual o ambiente material, os objetos e a vida cotidiana são promovidos ao primeiro plano da atenção por uma vazão social, este mesmo resultando de uma degenerescência da sociedade num "sistema socializado" de redes de bens, serviços e contratos. A psicologia social passa portanto pelos objetos, povoando o espaço humano: testemunhos da existência do outro ou dos outros. Nisto, este livro se inscreve numa nova linha de pensamento da psicologia social aplicada aos problemas industriais de uma verdadeira sociedade de consumo que se constitui aos nossos olhos.

BIBLIOGRAFIA

Pensamos que seria útil reunir sobre este assunto-encruzilhada os elementos de uma bibliografia de obras básicas ou facilmente acessíveis, permitindo ao leitor aprofundar-se por si mesmo numa direção particular. A teoria dos objetos encontra-se de fato na confluência de problemas de Sociologia e de Economia política, de problemas de psicologia social e marketing, de questões estéticas ligadas àquilo que se chama em inglês *design* (planejamento visual), de questões filosóficas ou sociológicas; enfim, nas relações que o indivíduo mantém com os objetos. É neste espírito que se realizou esta bibliografia.

Lembremo-nos, que apesar de "o objeto" ter permanecido num domínio de pesquisa muito específico, ele não é um fenômeno ignorado na nossa sociedade: nossas empresas podem contabilizá-lo. Instituições sociais tais como o Ministério da Indústria, o Ministério dos Transportes, os Serviços Aduaneiros, os tribunais, os Serviços de estudos da Fraude, o Instituto Nacional da propriedade industrial, etc., têm por objetivo explícito estudar, num determinado ângulo, diversas categorias de objetos: automóveis, novos produtos, fraudes, a produção em geral, a exportação e a importação. É segundo estas que se podem recolher os dados numéricos, que, por ora, encontram-se bastante dispersos, uma vez que estudos sérios sobre os papéis do objeto na sociedade não foram ainda encetados.

Consideramos aconselhável, paralelamente a obras de caráter científico ou filosófico, de assinalar alguns catálogos, permitindo tomar um contato mais íntimo com o universo dos objetos.

ACKERKNECHT, E. *Der Kitsch als Kultureller Ubergangswert*. Bremen, Bücherei und Bildung Helg, 1950.

ADORNO, T. W. *Einleitung in die Musiksoziologie*. Frankfurt, Suhrkamp, 1962.

BARTHES, R. *Mythologies*. Paris, Seuil, 1957. 267 p.
BAUDRILIARD, J. *Le système des objets*. Paris, Gallimard, 1968. 288 p.
———. *La société de consommation*. Paris, Denoël, 1970.
BRAUN-FELDWEG, W. *Industrial design heute*. Hamburg, Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1966. 210 p.
———. *Catalogue de la Manufacture Française d'Armes et de Cycles de Saint-Etienne*. St.-Etienne, s.ed., 1968. 600 p.

Este catálogo contém um repertório de aproximadamente 25.000 artigos vendidos principalmente por correspondência, cada um destes acompanhado por uma curta descrição e de uma ilustração, segundo o clássico processo empregado pelas lojas que vendem por correspondência. Ele é muito mais rico que os catálogos dos grandes magazines. Já foi objeto de um certo número de estudos (Baudrillard, Moles, Demerson). O número de artigos, classificados por categorias de preço em uma escala logarítmica, segue exatamente a lei de Zipf.

Sears Roebuck, 1908, *Catálogo* (reedição), um volume de 736 páginas contendo 40.000 artigos, Westports world art shop, 606. Post Road Connecticut, 1970.

Last whole Earth Catalog, 505 Santa Cruz Ave. Menlo Park California 94025. USA. 448 p.

Este admirável catálogo de acesso aos instrumentos que a civilização técnica propõe procura facilitar para os clientes a disponibilidade ou exibição (*display*) dos objetos.

CHERMAYEFF, S. e ALEXANDER, C. *Community and Privacy*. S. loc., Penguin Books, 1962. 255 p.

Análise dos novos métodos do desenvolvimento do funcionalismo orientado mais diretamente para a arquitetura, mas ilustrando claramente os métodos mais recentes do planejamento visual (*design*).

EGENTER, R. *Kitsch und Christenleben*. S. loc., Arena Verlag Ettal, 1950.

EKAMBI SCHMIDT, J. *Perception de l'habitat*. Paris, Editions universitaires, 1972.

ENDERLIN, T. *Psichologie des magasins à prix unique*. Paris, Editions Mame, 1973.

GABOR, D. *Inventons le futur*. Paris, Plon, 1963. 238 p.

Um capítulo é consagrado às máquinas e organismos no desenvolvimento e na perspectiva dos estudos de futurologia.

GALBRAITH, J. K. *The affluent society*. Harmondsworth, Penguin Books, 1962. 298 p.

GIESZ, L. *Die Phänomologie des Kitsches, ein Beitrag zur anthopologischen Asthetik*. Heldelberg, s.ed., 1960, 1971.

GONDA, A. "Der süsse und der saure Kitsch", Berlin 1948, *in Dionysos* 2 Jg, N. 1.

JOANNIS, H. *De l'étude de la motivation à la création publicitaire et à la promotion des ventes*. Paris, Dunod, 1965. 418 p.

KARPFEN, F. *Der Kitsch*. Hamburg, s.ed., 1925.

KELLERER, C. *Objet trouvé und Surréalismus*. Hamburg, Rowohlt, 1968. 133 p.

Uma tese sobre a ligação entre o surrealismo e a conjugação de um certo número de objetos em uma dada situação.

KILLY, W. *Deutscher Kitsch*. Göttingen, Vandehoek & Ruprecht, 1962. 167 p.

Um dos melhores livros publicados recentemente sobre a função do Kitsch na literatura, baseado sobretudo em excertos literários.

KONIG, R. *Kleider und Leute: zur Soziologie der Mode*. Frankfurt-am-Main, Fischer Bücherei, 1967. 173 p.

KRESTOVSKY, L. *La laideur dans l'art*. Paris, Seuil, 1947.

LEFEBVRE, H. *Sociologie de la vie quotidienne*. Paris, l'Arche, 1964.

LEROI-GOURHAN, A. *Evolution et techniques*. Paris, Albin Michel. 2 vol.

MARX, K. *Morceaux choisis*. Paris, N. R. F., 1934.

McLUHAN, M. *Understanding Media: the extensions of man*. S. L., Mc Graw Hill Book Co. 364 p.

MEIER, R. *Science and economic development*. 2. ed. Cambridge, The Massachussetts Institute of Technology, 1966. 273 p.

MEINONG. *Untersuchungen zur Gegenstand Theorie und Psychologie*. Leipzig, s.ed., 1904.

MOLES, A. A. *Sociodynamique de la culture*. Paris, Mouton, 1967, 1971. 342 p. (Guaraldi Firenze 1970).
———. Théorie de la complexité et civilisation industrielle", *Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung*. Ulm, N. 12-13.
———. *L'affiche dans la société urbaine*. Paris, Dunod, 1969. 1 vol. 192 p.
———. *Psychologie du Kitsch, l'art du bonheur*. S. loc., Mme. Fayard, 1970 e München, C. Hanser Verlag, 1972.
———. "Uber Strukturelle und Funktionelle Komplexität". Hamburg, *Grundlagen Studien aus Kybernetik*, 1963.
———. *Psychologie de l'espace* (em colaboração com E. Rohmer). S. loc., Castermann MO, 1972. 192 p.

BACKARD, V. *The hidden Persuaders*. New York, Pocket Books, 1957. 339 p.

PROSS, H. *Sexualkitsch*. Köln, Magnum 37, 1961.

PYE, D. *The nature of design*. Londres, Studio Vistax. 96 p.

RHEIMS, M. *L'obet 1900*. Paris, Arts et Métiers Graphiques, 1964. 157 p.

Obra amplamente ilustrada com reprodução de objetos preciosos, mostrando como a publicação de um livro por um especialista conhecido pode exercer uma ação positiva sobre a própria estrutura do mercado: a publicação da obra em 1964 teve um reflexo decisivo sobre o mercado de objetos 1900.

RHEIMS, M. *La vie étrange des objets*. Paris, Plon, 1959. 378 p.

O aspecto artístico do objeto de arte e sua vida econômica.

RUESCH, J. e KEES, W. *Nonverbal communication*. Berleley, University of California Press, 1956. 193 p.

O livro é ilustrado com inúmeras fotografias, muitas das quais ligadas à teoria do ambiente.

SAILER, A. *Bayerns Märchenkonig*. Munich, Brüchermann Verlag, 1961.

SCHMOLDERS, G. *Psychologie des Geldes*. Hamburg, Rowohlt Taschenbuch, 1966. 328 p.

Estudo de psicologia econômica e dos tipos de motivação.

SILBERMANN, A. *Vom Wohnen der Deutschen*. Frankfurt-am-Main, Fischer Bücherei, 1969. 139 p.

Pesquisa empírica detalhada sobre os elementos do mobiliário e das preferências de uma sociedade de consumo.

SIMON, H. A. *The architecture of complexity*. Pittsburg, Carnegie Institute of Technology, 1962.

Um texto clássico sobre a definição da complexidade.

SIMONDON, G. *Du mode d'existence des objets techniques*. Paris, Ed. Montaigne, 1958. 165 p.

Uma das raras obras consagradas por um filósofo aos problemas do objeto. A obra enfatiza mais a análise dos objetos existentes que o modo dinâmico de sua evolução.

XXX, *The objet transformed*. New York, The Museum of Modern Art, 1966.

Catálogo de uma série de objetos surrealistas apresentados numa exposição do museu de arte moderna de Nova York.

TREUE, W. *Kulturgeschichte des Alltags*. Frankfurt-am-Main, Fischer Bücherei. 215 p.

Esta obra contém um bom número de análises e de dados sobre a civilização cotidiana. Infelizmente falta-lhe um índice analítico dos objetos citados.

Unusual gifts for everyone from Sunset House by Mail. Beverly Hills, Sunset House, 1967. 215 p.

Exemplo típico de um catálogo de venda por correspondência norte-americano, orientado principalmente para os presentes, e fornecendo inúmeros exemplos, freqüentemente pitorescos, da função do consumo ostentatório, tal como descrito por Veblen e Baudrillard.

VEBLEN, T. *Theory of leisure class*. New York, s.ed., 1899. Paris, s.ed., 1970.

Obra clássica que parece atualmente, segundo os sociólogos, ter desempenhado um papel importante no desenvolvimento da sociologia norte-americana.

WAHL, E. *Kitschobjekte — Designobjekte* (tese). Ulm, Hochschule für Gestaltung, 1966.

Uma análise das funções do Kitsch, de sua tipologia e de seu papel no desenvolvimento industrial.

WEBER, M. *General Economic theory*. New York, Collier Books BS 13, 1961.

WOODWARD, J. *On a typology of industrial production*. S. loc., s.ed., 1959.

YOUNG, M. *The rise of the meritocracy*. Harmondworsth, Pelican Books, 1958.

ZAHN, E. *Soziologie des prosperität*. Münich, DTV, 1964. 214 p.

Desenvolvimento de uma sociologia afluente no sentido de Galbraith, com especial ênfase na utilização do lazer e nas relações entre produtos e consumidores.

ZIPF, G. K. *Human behavior and the principle of least effort*. New York, Hafner Publ. Co., 1965. 573 p.

Esta obra clássica, reeditada recentemente, contém um número bastante considerável de exemplos de estatísticas tipo-símbolo ligadas à utilização que o indivíduo faz dos produtos de seu meio.

Do Mesmo Autor

A Criação Científica (Géneve: Kister, 1957). Traduzido em português (São Paulo: Perspectiva, 1972).

Teoria da Informação e Percepção Estética (1958, Denoël, 1971). Traduzido em inglês, alemão, italiano, português, russo, espanhol e húngaro.

Sociodinâmica da cultura (den Haag: Mouton, 1968, 1971). Traduzido em italiano, português e russo.

Músicas Experimentais (Zurich: Círculo de arte, 1961).

O cartaz na Sociedade Urbana (Dunod, 1969).

Psicologia do Kitsch (Mane, 1970). Traduzido em alemão (Munich: C. Hanser Verlag, 1972). Traduzido em português e espanhol.

Arte e Computador (Tournai: Casterman, 1971). Traduzido em espanhol (Aguilar, 1972) e em alemão (Dmont, 1972).

Enciclopédia da Comunicação (CEPL, 1971).

Psicologia do Espaço em colaboração com E. Rohmer (Casterman, 1972).

Criatividade e Métodos de Inovação (Mame-Fayard, 1970).