

PRAGMATISMO E DESIGN

Magali Olhats¹, Juliana Floriano², Richard Perassi Luiz de Sousa³, Luiz Salomão Ribas Gomez⁴

¹Mestranda; Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, ²Mestre em Design e Expressão Gráfica pela UFSC, ³Professor da Universidade Federal de Santa Catarina e Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, ⁴Professor adjunto da Universidade Federal de Santa Catarina e Doutor em Engenharia de Produção

RESUMO

Este artigo trata da relação entre a corrente filosófico-epistemológica Pragmatismo e o campo de Design, indicando conceitos e procedimentos pragmáticos aplicados nos estudos e nas atividades de Design, como área do conhecimento e campo de atividades projetivas. A abordagem pragmática permeia o pensamento contemporâneo e as atividades de Design. Assim, diferencia-se, por exemplo, com relação

às atividades artísticas que, em si mesmas, não são finalistas, exceto quando aplicadas na composição de produtos ou serviços. Entretanto, em Design, as finalidades de projetos, produtos e serviços estabelecem os parâmetros de composição metodológica, determinando as metodologias de projeto de Design, inclusive, sob uma abordagem pragmática.

Palavras Chave: Abordagem Pragmática, Epistemologia, Metodologia de Design.

PRAGMATISM AND DESIGN

ABSTRACT

This article demonstrates the relationship between the trend of philosophical and epistemological Pragmatism and the field of Design, indicating the concepts and pragmatic procedures applied in the design studies and activities. The pragmatic approach permeates contemporary thought and design activities. Therefore, design differentiates itself from artistic

activities which are not final, except when applies in the composition of products or services. However, in design, the finality of projects, products, and services establishes the parameters of methodological composition, determining the design project methodologies, even under a pragmatic approach.

INTRODUÇÃO

A união indissociável entre teoria e prática é indicada como um dos pressupostos do movimento Pragmatismo, como corrente filosófica que questiona a necessidade de uma ciência pura, diante da possibilidade de ciências aplicadas. Na visão pragmática, apenas a teoria em si mesma não atende a necessidade de conhecimentos úteis. Além disso, advoga que a ênfase nos resultados justifica o pensamento intelectual *a priori*.

O pragmatismo moderno foi relacionado em sua origem ao Liberalismo econômico e ao momento de consolidação da Revolução Industrial que, também, deu início ao desenvolvimento do campo de atividades de Design, configurando-o, em parte, como área do conhecimento aplicado ao desenvolvimento industrial.

Em princípio, o campo de Design foi regido de acordo com o pensamento científico-positivista, cujo modelo metodológico de atuação era o método científico-positivista. Porém, seguindo o progresso sócio-industrial, o caráter aplicativo em Design inaugurou também uma perspectiva funcionalista, porque os projetos de Design orientavam a fabricação industrial de produtos funcionais.

Em princípio, a abordagem funcionalista foi determinada pelo

idealismo e pelo racionalismo-positivista, considerando-se que a própria função dos produtos e serviços deveriam ser previstas ou pré-determinadas, diante da inexistência de demanda social por bens e serviços que, ainda, eram desconhecidos pela sociedade em transição.

Isso estabeleceu a tradição fundada pela escola alemã *Bauhaus*, configurando o pensamento idealista-funcionalista clássico em Design. A perspectiva clássica ainda é influente nos dias atuais, especialmente devido aos reflexos do ensino na *Escola Superior de Design de Ulm* que, a partir da segunda metade do século XX, tornou-se a herdeira alemã da escola *Bauhaus*.

Na tradição clássica idealista-funcionalista, o designer é o mentor-idealizador do projeto e do produto, considerados necessários e suficientes de acordo com sua visão individual. Assim, os projetos e os produtos idealmente concebidos são desenvolvidos sob os parâmetros da racionalidade matemática e simplificados de maneira coerente com a linguagem tecnológica dos meios de produção.

Houve, contudo, a consolidação da sociedade industrial e a passagem para a cultura pós-industrial, que situou a indústria como base de sustentação da

cultura da informação eletrônico-digital. Isso determinou um processo autônomo de demandas sócio-culturais, as quais são expressas por agentes de mercado: consumidores, clientes, revendedores, formadores de opinião, criadores da moda e outros.

Na medida em que a sociedade passou a impor demandas próprias, os campos de produção de conhecimentos e atividades aplicadas, como o campo de Design, adotaram a visão pragmática para responder às demandas apresentadas pelos agentes do mercado.

É perceptível a influência do pensamento pragmático no campo de Design, uma vez que a metodologia de projeto evoluiu, priorizando a apreensão e a compreensão da demanda e submetendo a elaboração do projeto e do produto às necessidades do cliente e, mais especialmente, às demandas político-culturais ou mercadológicas.

Atualmente, é possível perceber uma vertente ideológica de Design e outra vertente mercadológica de Design. Pois, a área de Design antecede à consolidação da sociedade moderna e da cultura de mercado. Essa área foi fundada sob os ideais de ampliação e socialização do acesso aos produtos, através da multiplicação dos bens já existentes e da produção em série de novos bens

industriais. Assim, a oferta seria ampliada, os preços de custo dos produtos reduzidos e o progresso social promovido e desenvolvido. Essa idealização instituiu o sentido sócio-ideológico na área de Design que, até hoje, sente-se diretamente comprometida com o bem estar e o progresso social.

Por outro lado, as atividades e os produtos de Design, entretanto, foram sendo integrados aos interesses de mercado, devido à sua participação nos setores produtivo-comerciais, uma vez que as empresas passaram a contratar designers e a investir no planejamento de seus produtos, com fins essencialmente comerciais e lucrativos.

Atualmente, as duas vertentes se desenvolvem e são direcionadas para a cultura de mercado, porque essa se tornou hegemônica. Porém, a vertente ideológica procura influenciar o mercado com posicionamentos políticos relacionados à “paz no mundo” ou à “conservação do planeta”, entre outros temas indicados como “politicamente corretos”. Isso coloca para os designers problemas que, de maneira irônica, podem ser exemplificados com a seguinte pergunta: como propor um novo produto absolutamente útil e sustentável a cada 20 dias?

O traço simbólico-ideológico é ainda mais presente nos produtos de

comunicação, Twemlow (2007) diz que “depois dos acontecimentos de 11 de setembro, te sentiste inspirado a vestir a tua T-shirt ‘I Love NYC’”. Assim, projetos e produtos de Design se justificam por uma utilidade prático-ideológica, que beneficia a convivência das pessoas no dia-a-dia.

Na perspectiva pragmática, o processo investigativo e a metodologia adotada pelo designer são procedimentos que almejam atingir a finalidade prática desejada, mesmo que o objetivo seja ideológico. Isso confirma o que é apresentado por Dutra (2005) como “uma forma de ação, uma teoria que supere a concepção intelectualista segundo a qual o conhecimento é mera contemplação ou representação”.

PRAGMATISMO EPISTEMOLÓGICO

Na passagem entre os séculos XIX e XX, Charles Sanders Peirce (1839-1914), William James (1842-1910), e John Dewey (1859-1952), entre outros, desenvolveram o movimento filosófico Pragmatismo. Contrário a sua conotação popular, Pragmatismo não significa uma filosofia “prática”. Mas, relaciona teoria e prática, dando mais importância a consequências e efeitos de uma ação do que a seus princípios e pressupostos.

Para Dutra (2005, p. 180), os pragmatistas desejam “(1) uma definição da verdade que conduza a critérios epistêmicos que permitam decidir o que é verdadeiro e o que é falso, e (2) que tais critérios respeitem a continuidade entre o pensamento e a ação, entre a teoria e a prática”.

O fundamental é que a verdade seja compreendida sob aspectos eminentemente pragmáticos, por estarem ligados às atividades realizadas pelo investigador e a como se passam as coisas em suas investigações. Portanto, teoria e experiência não podem ser consideradas como esferas distintas. Assim, para Dutra (2005, p. 159), Pragmatismo se diferencia do pensamento de Kant que legitima a...

Separação entre empírico e racional, entre a ciência pura (que descreve o mundo) e as aplicações práticas desse conhecimento, nas práticas tecnológicas (que alteram o mundo). Ora, um dos pressupostos fundamentais do pragmatismo é que não há essa separação entre conhecer o mundo, de um lado, e modificá-lo, de outro, entre a teoria e a prática.

Propõe-se, portanto, a integração entre as duas ciências (puras e aplicadas), por meio de uma teoria da investigação “Pensar envolve agir: o pensamento genuíno é uma etapa da ação de investigar e é o resultado de acontecimentos nos quais o indivíduo se envolve e de

modificações que ele produz no ambiente” (DUTRA, 2005, p. 168).

Peirce defendeu que a investigação começa com uma dúvida real e que o significado de um conceito depende dos efeitos práticos demonstrados depois da investigação (Smith, 1952). Isso indica a prioridade da idéia, mas condiciona sua validade à investigação desenvolvida junto à realidade, propondo um caráter evolutivo e dinâmico ao pensamento.

William James confirma que não se trata de um sistema fechado e previamente delimitado, porque prevê uma discussão direcionada à verdade e estruturada por: “(1) um método; (2) uma teoria geral da verdade, e (3) uma teoria do Universo” (DURKHEIM, 2004, p.64).

Dewey propõe que “a investigação começa com uma dúvida e termina com a constituição de condições que removem a dúvida”. Além disso, desenvolve uma metodologia de investigação relacionando os meios ou os instrumentos e as consequências ou os fins (DUTRA, 2005, p. 171).

Os objetivos e métodos defendidos pelos pragmatistas se aproximam a várias outras filosofias, como: Racionalismo, Empirismo, e Positivismo. Porém, Pragmatismo surgiu

de uma vontade de reformar a filosofia e aproximá-la ao método científico. Os pragmatistas usaram teorias como ferramentas, e não respostas. Assim, propunha uma evolução constante em direção da verdade. Não reivindicaram a proposição de um pensamento totalmente inovador, mas a criação de um pensamento harmônico com as correntes filosóficas anteriores (JAMES, 1978).

Apesar das similaridades metodológicas, Pragmatismo e Positivismo são distintos na concepção ontológica. Os positivistas defendem a existência de uma realidade objetiva e independente do observador e os pragmatistas afirmam que essa existência só adquire significado por suas consequências (SHAROV, 2001). A visão positivista propõe a verdade metafísica de origem idealista e a visão pragmatista propõe que a idéia pensada anteriormente só adquire valor de verdade no campo da experiência.

PRAGMATISMO EM DESIGN

Os pragmatistas relacionam suas investigações com a constituição da vida e da sociedade, afirmando não existir separação entre ação e raciocínio e enfatizando as consequências de utilidade e sentido prático das ações (Dutra, 2005). Isso possibilita associações imediatas entre esse paradigma filosófico e as ciências

Pesquisa em Foco v. 19, n.1, p. 13-26, 2011

socialmente aplicáveis, como a ciência organizada para a prática de Design.

É preciso considerar a ciência de Design, como sendo o *corpus* teórico reunido ou desenvolvido pela área para fundamentar sua metodologia e sua prática. Isso propõe a área de Design como um conjunto multidisciplinar de recursos teóricos e práticos. Esses recursos foram reunidos ou desenvolvidos para compor a área de Design como interdisciplinar. Isso caracteriza todas as áreas de aplicação tecnológica do conhecimento com fins sociais, compondo as ciências e as tecnologias socialmente aplicáveis.

Essa associação entre pragmatismo e teoria aplicada é mais perceptível quando se estabelece a comparação com o campo artístico, porque o processo artístico admite apenas aproximações parciais com a abordagem pragmatista.

Arte em si mesma não propõe atividades finalistas, exceto quando atividades artísticas são concebidas como Arte aplicada. Assim, a falta de finalidade artística dificulta a avaliação dos resultados do ponto de vista pragmático. Por exemplo, diante de uma pintura abstrata, qual é o parâmetro objetivo que possibilita um julgamento artístico?

Um desenho naturalista pode ser avaliado objetivamente por sua fidelidade na representação visual de elementos da natureza. Esse parâmetro, entretanto, somente lhe atribui qualidade mimético-ilustrativa, como representação verossímil da realidade visível. Mas, sua avaliação estética e sua validação como obra de arte não se reduzem ao parâmetro ilustrativo-imitativo.

Fuentes (2006, p. 23), por exemplo, parte da premissa de que Design Gráfico e Arte “são atividades humanas absolutamente diferentes que se vinculam, porém, não devem ser confundidas”. A diferença entre o ato artístico e o ato de projetar é estabelecida, porque o projeto gráfico “é demandado sempre por uma necessidade de comunicação específica” (FUENTES, 2006, p. 24).

Atuando como linguagens visuais expressivo-representativas, Artes Visuais e Design Gráfico compartilham interesses por aspectos estéticos da comunicação. Contudo, Newark (2009, p. 28) aponta que “as diferenças entre arte e design são sentidas com maior ênfase na área da intenção”. O compromisso final em Design é com a informação predominantemente semântica, promovendo um efetivo processo de comunicação. Por isso Newark (2009, p. 14) afirma: “o instinto do designer é simplificar e esclarecer. (...)”

Todo design tem de dar forma à matéria-prima, sequenciá-la, ordená-la e classificá-la para dar-lhe uma hierarquia”. Em geral, a tradição artística desenvolveu atividades e obras mais expressivo-conotativas, cujo sentido afetivo-subjetivo ou intersubjetivo predomina sobre o significado lógico-objetivo ou semântico. As obras de arte propõem mais experiência ou vivência que compreensão ou entendimento.

Niemeyer (2007, p.23) assinala o seguinte texto: “desempenho de atividades especializadas de caráter técnico-científico, criativo e artístico, visando à concepção e ao desenvolvimento de projetos e mensagens visuais”, como definição da profissão de designer gráfico, que foi apresentada ao Congresso Brasileiro, em 1989, para subsidiar um projeto de regulamentação da profissão.

No texto assinalado, há aspectos que aproximam e outros que distanciam as atividades de Design das atividades artísticas. O “desempenho de atividades especializadas” é comum e aproxima as duas áreas. Mas, o “caráter técnico-científico” distingue a área de Design, porque em Arte são desenvolvidas atividades de caráter técnico-artístico, sem finalidades científicas. Em Artes Visuais são propostas mensagens visuais denominadas como “obras de arte” e se aceita que sejam feitos projetos para essas

obras. Porém, o projeto não é obrigatório ou definitivo, não uma finalidade em si mesma e, tão pouco, distingue a atividade artística de outras atividades.

Na área de Design, entretanto, o projeto é uma finalidade em si mesma, que caracteriza e define a atividade do designer, demarcando a etapa de criação e representação do produto, o qual poderá ser produzido posteriormente em outra instância. Apesar de ser sempre recomendável e, às vezes, necessário o acompanhamento e a supervisão do designer projetista. O método projetivo, também, é a instância que estabelece o caráter técnico-científico da atividade de Design. Sobre isso, Niemeyer (2007, p. 23) afirma que:

Em design, projeto é o meio em que o profissional, equacionando, de forma sistêmica, dados de natureza ergonômica, tecnológica, econômica, social, cultural e estética, responde concreta e racionalmente às necessidades humanas. Os projetos elaborados por designers são aptos à seriação ou industrialização que estabeleça relação com o ser humano, no aspecto de uso ou de percepção, de modo a atender necessidades materiais e de informação visual.

A citação acima declara que o objetivo da área de Design é responder concretamente às necessidades humanas, cuja apreensão e atendimento dependem de uma metodologia projetual relacionada a premissas pragmáticas. Para Joan Costa

Pesquisa em Foco v. 19, n.1, p. 13-26, 2011

(apud FUENTES, 2006, p.15), “o método é, ao mesmo tempo, um procedimento intelectual (aspecto semântico, cognitivo e informativo) e um procedimento operacional (aspecto pragmático, material e técnico)”.

A origem do método projetivo em Design foi diretamente relacionada ao método científico-positivista. Mas, houve evoluções no método de investigação científica que levaram à concepção pragmática, também, evolui o método projetivo em Design. Os processos evolutivos coincidiram em diversos aspectos, respondendo ao desenvolvimento do pensamento científico e dos

procedimentos tecnológicos no contexto sócio-cultural.

Por exemplo, é possível verificar (Quadro. 1) um paralelismo coerente entre as etapas do método científico, na Teoria da Investigação de Dewey (DUTRA, 2005), e os passos da Metodologia Projetual em Design, como propostos por Frascara (2000). Os dois conjuntos de procedimentos prevêem (1) a definição do problema; (2) a formulação de propostas de solução; (3) a determinação e a execução dos procedimentos que participam das soluções propostas, e (4) a avaliação dos resultados alcançados.

Quadro 1 composta pelos autores, com base nos dados extraídos de Dutra (2005) e Frascara (2000), assinalando o paralelismo entre as etapas da “Teoria da Investigação” e os passos da “Metodologia Projetual de Design”. Os itens numerados indicam a estrutura geral proposta no texto e os itens pontuados indicam as etapas e os passos propostos pelos autores citados.

MÉTODICO INVESTIGATIVO DE DEWEY	METODOLOGIA PROJETUAL DE DESIGN
<p>1 - DEFINIÇÃO DO PROBLEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situação indeterminada de dúvida, na qual uma questão é colocada; • Constituição de um problema, isto é, perceber que aquela situação requer investigação. 	<p>1 - DEFINIÇÃO DO PROBLEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definição do problema.

MÉTODO INVESTIGATIVO DE DEWEY	METODOLOGIA PROJETUAL DE DESIGN
<p>2 - PROPOSTAS DE SOLUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinação da solução para o problema, ou seja, a indicação da possibilidade de solução do problema (uma hipótese) e as direções em que isso pode ser feito. 	<p>2 - PROPOSTAS DE SOLUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinação dos objetivos.
<p>3 - PROCEDIMENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raciocínio, ou o desenvolvimento das implicações ou conseqüências da hipótese ou solução aventada. 	<p>3 - PROCEDIMENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepção da estratégia comunicacional. • Apresentação. • Cronograma de produção. • Supervisão de produção.
<p>4 - AVALIAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corroboração (ou verificação) da hipótese levantada, por meio da experimentação e observação ulterior. 	<p>4 - AVALIAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avaliação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A curiosidade e o caráter investigativo são características necessárias ao designer, para a realização de projetos consistentes e originais. Para Fuentes (2006, p. 14), “o fato de admitir a existência de múltiplas possibilidades, o respeito e até a valoração positiva da dúvida e do erro (...), junto com todas as certezas que somos capazes de reunir, são simplesmente ferramentas na bagagem

multidisciplinar dos designers”. Assim, evidencia-se que o caráter idealista-positivista da abordagem clássica em Design foi substituído por uma atitude mais pragmática, admitindo-se o traço experimental e circunstancial das soluções propostas, que devem ser submetidas a critérios de validação.

Nessa perspectiva, “os fundamentos pragmáticos oferecem um potencial para explorar novas

interpretações da natureza das relações entre os designers, os participantes, os usuários/clientes, e os artefatos”, promovendo a “conceituação rica de experiência no centro do processo de concepção e decisão” (WRIGHT et al., 2008, p. 18-9).

A validação do projeto de Design finaliza o processo criativo e apresenta a aplicação da solução, a qual foi desenvolvida com base no envolvimento do designer com os usuários, no contexto de sua cultura. Na abordagem pragmatista, as etapas de investigação, projeto e validação são desenvolvidas de acordo com as circunstâncias objetivas, propondo soluções adaptadas e aplicadas às condições dessa realidade.

Uma abordagem pragmatista expressa na mídia gráfico-publicitária é apresentada nas campanhas de diferentes marcas de produtos de higiene pessoal e cosméticos, que são dirigidas ao público feminino. Pois, nessas campanhas, é percebida a tendência recente de apresentar mulheres comuns, com aparência diversificada, evitando os padrões ideais de beleza e glamour que, tradicionalmente, são veiculados na mídia.

A campanha gráfico-publicitária “Dove pela Real Beleza”, por exemplo, é apresentada no sítio da marca de cosméticos Dove, na internet, com

imagens de mulheres, cujas formas físicas são variadas e diferentes dos padrões ideais de beleza (fig. 01).



Fig. 1 – Imagem de peça gráfico-digital retirada do sítio Dove. Disponível em: <http://www.dove.com.br>

Esse tipo de campanha é justificado na constatação de que o público consumidor feminino, para o qual as mensagens são direcionadas, é composto por pessoas comuns que de maneira geral não se enquadram em padrões idealizados. Assim, as campanhas “são desenvolvidas de acordo com as circunstâncias objetivas, propondo soluções adaptadas e aplicadas às condições dessa realidade”, como propõe a concepção pragmática. Isso justifica a indicação dessa estratégia de campanha como uma abordagem pragmática no campo de Design Gráfico-Publicitário, exemplificando a relação entre Design e Pragmatismo.

O espaço destinado a este texto não é suficiente para esclarecer e, assim, esgotar todas as questões decorrentes das ideias aqui apresentadas. Como foi

proposto anteriormente, uma perspectiva pragmatista em Design deveria prever, além de produtos aplicados e adaptados às demandas do mercado, também, uma ideia de fundo, na perspectiva ideológica, sobre o valor moral desses produtos. Considerando-se, portanto, a perspectiva utópica do progresso como ecologicamente e socialmente sustentável.

Foi alertado que o pragmatismo filosófico não se destina às coisas práticas, mas à realidade pragmática das coisas. Essa realidade deve ser considerada, pelo menos para Peirce, de acordo com a ideia que configura o que é objetivo como real. Assim, não basta a adaptação dos produtos à prática do mercado, sendo necessário a retomada do tradicional caráter idealizador da área de Design, com projetos pensados para recriar o sentido moral de realidade.

REFERÊNCIAS

- ALVES, M.B.M.; ARRUDA, S.M. Como elaborar um Artigo Científico. Universidade Federal de Santa Catarina. acessado em 18 de março de 2010, disponível em <http://www.bu.ufsc.br/design/ArtigoCientifico.pdf>
- DOVE. Campanha por Beleza Real. Acessado em 30/07/ 2010, disponível em: <http://www.campanhaporbelezareal.com.pt>
- DOVE. Real Beleza. Acessado em 30/07/2010, disponível em: <http://www.dove.com.br>
- DURKHEIM, E. 2004. Pragmatismo e Sociologia. Florianópolis, Ed. da USFC.
- DUTRA, L.H. de Araujo. 2005. Oposições filosóficas: a epistemologia e suas polêmicas. Florianópolis: Ed. da UFSC.
- FRASCARA, J. 2000. Diseño gráfico y comunicación. 7 ed. Buenos Aires, Ediciones Infinito.
- FUENTES, R. 2006. A Prática do design gráfico: uma metodologia criativa. São Paulo, Rosari.
- GERZEMA, J. 2009. A bolha das marcas. Rio de Janeiro, Elsevier.
- JAMES, W. 1978 Pragmatism and The Meaning of Truth. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.
- LAKATOS, E.M. 2009. Metodologia do Trabalho Científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos / Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. – 7. Ed. – 3. Reimpr. – São Paulo, Atlas.
- MANUAL DE GESTÃO DE DESIGN. 1997. Centro Português de Design – Portugal.
- NEWARK, Q. 2009. O que é design gráfico? Porto Alegre, Bookman.

NIEMEYER, L. 2007. Design no Brasil: origens e instalação. 4. ed Rio de Janeiro, 2AB.

PEIRCE, C.S. 1878. How to make our Ideas Clear. Vol 3, Indiana University Press.

SHAROV, A. 2001. Umwelt-theory and pragmatism. *Semiotica*. 2001(134): 211–228. Acessado em 05 de agosto de 2010, disponível em: <http://home.comcast.net/~sharov/biosem/tx/umwelt.html>

SMITH, J.W. 1952. Pragmatism, Realism and Positivism in the United States. *Mind, New Series*, 61(242): 190-208. Oxford University Press. Acessado em 05 de agosto de 2010, disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2252294>

TWEMLOW, A. 2007. Para que serve o design gráfico? Amadora, Portugal, Editorial Gustavo Gili.

VERDAN, A. 1998 O ceticismo filosófico. Florianópolis, Ed. da UFSC.

WRIGHT, P., WALLACE, J., and MCCARTHY, J. 2008. Aesthetics and experience-centered design. *ACM Trans. Comput.-Hum. Interact.* 15(4): 18. <http://doi.acm.org/10.1145/1460355.1460360>