

# Metaconhecimento: Um esboço para o design e seu conhecimento próprio

André Monat, Jorge Lúcio de Campos,  
Ricardo Cunha Lima\*

## Índice

1	Introdução . . . . .	3
2	A visão clássica da filosofia: um metaconhecimento . . . . .	4
3	O método científico em design e a questão de multidisciplinaridade . . . . .	7
4	Conclusão . . . . .	12
5	Referências bibliográficas . . . . .	12

---

\*André Monat é Doutor em Engenharia de Sistemas e Computação pela University of East Anglia, Reino Unido (1993). Mestre em Engenharia de Sistemas e Computação pela Coppe/UFRJ (1988). Graduado em Engenharia de Infra-estrutura Aeronáutica pelo ITA (1983). Professor do Programa de Pós-graduação (Mestrado) em Design da ESDI/UERJ.

Jorge Lucio de Campos é Doutor e Pós-Doutor em Comunicação e Cultura (História dos Sistemas de Pensamento) pela UFRJ (1996). Mestre em Filosofia (Estética) pela UFRJ (1988). Graduado em Filosofia pela UFRJ (1981). Professor do Programa de Pós-graduação (Mestrado) em Design da ESDI/UERJ.

Ricardo Cunha Lima é Aluno do Programa de Pós-Graduação em Design (Mestrado) da ESDI/UERJ. Designer e ilustrador.

## Resumo

Há um conhecimento próprio do design? Podemos elaborar um método científico para o mesmo? Design é um aglomerado de tópicos advindos da arte, engenharias, ou ciências da cognição, entre muitas outras áreas do conhecimento a que poderíamos nos referir? Neste trabalho sustentamos que a atuação do designer é muito diferente de artistas ou engenheiros, citando apenas algumas profissões onde, freqüentemente, se insere o designer. O design é apresentado como uma área de conhecimento capaz de interpretar os resultados científicos de outras áreas e traduzi-los em objetos de uso. O único paralelo ao design é o da filosofia que, em sua definição clássica, também se apresenta como uma área de conhecimento próprio, empenhada em analisar o conhecimento advindo de outras áreas.

**Palavras-chave:** Design, Filosofia, Metaconhecimento, Multidisciplinaridade.

## Abstract

*Does design have its own particular knowledge? Can we create a scientific method for it? Design is a mixture of different topics that come from the arts, engineering, or cognitive sciences, among many other areas of knowledge that we could mention. In this work we propose that the area of expertise of designers is very different from that of artist and engineers, mentioning only a few that designers are normally associated with. Design is presented as an area of knowledge in which one is capable of interpreting scientific data from other areas and translating it into objects for users. The only parallel to design is philosophy, and, in its classic definition, it is an area, with its own particular knowledge, involved in analyzing knowledge coming from other areas.*

**Keywords:** Design, Philosophy, Meta-knowledge, Multi-disciplinarity.

“Para mim, o design é uma forma de reflexão sobre a vida. Uma maneira de refletir sobre a sociedade, o erotismo, a comida e, também, sobre o próprio design. Afinal de contas, ele é um modo de construir uma utopia figurativa possível ou uma metáfora da vida. Certamente, para mim, o design não se limita à necessidade de dar forma a alguns produtos mais ou menos estúpidos para umas indústrias mais ou menos sofisticadas. Assim, se há algo a ser ensinar sobre o design, teria que ser, antes de tudo, sobre a vida, insistindo, explicando que a tecnologia é uma de suas metáforas”.

*Ettore Sottsass*

## 1 Introdução

Haveria um conhecimento específico do design? Ou este se resumiria a um aglomerado de tópicos advindos de outras disciplinas? Neste ensaio, sustentamos ser a atuação dos designers bem diferente da dos artistas e dos engenheiros, para citar apenas algumas profissões onde o próprio design se encaixa. Com frequência, ele é apresentado como uma área de conhecimento capaz de interpretar os resultados científicos das demais, traduzindo-os em objetos (e imagens) para o uso do cidadão. Por outro lado, assim como o design, a filosofia – ao menos em sua concepção, digamos, “tradicional” – também é apresentada como uma área particularmente envolvida com a análise de saberes forâneos. Mas até que ponto tal paralelismo se justifica?

*A união entre a teoria e o design gráfico é ainda problemática* – essa é uma convicção de Ellen Lupton que, decerto, reflete alguns dos percalços enfrentados pelo design enquanto um conhecimento com pretensões “humanísticas” (LUPTON, 2001). No entanto, tem havido um esforço para que esse quadro se altere, algo que pode ser percebido pela demanda e pela criação crescentes de cursos de Mestrado e Doutorado no Brasil. Por essa razão, pensamos que talvez seja um momento adequado para refletirmos melhor sobre o que viria a ser a *pesquisa* em design, urgindo, por outro lado, identificar o que seria (ou como poderia vir a dar-se) um *método científico* de design.

Talvez uma das razões para a dificuldade ainda existente de se abordar, em termos teóricos, o design se deva à sua própria definição ou,

antes, em encontrar uma unidade entre as propostas existentes nesse sentido, muitas delas incompatíveis. Problemas assim têm levado vários designers a considerarem-no, intrinsecamente, “indefinível”, chegando, inclusive, a reconhecerem que ele ficaria mesmo a reboque de outras disciplinas, ou seja, que seria uma atividade, por excelência, *multidisciplinar*.

Tentamos aqui dissipar um pouco tal visão, pois existem áreas – as ciências da cognição, a medicina, etc. – que também são multidisciplinares sem necessariamente deixarem de possuir um conhecimento próprio. Objetivando mostrar que o mesmo ocorreria com o design, procuraremos em uma definição “tradicional” de filosofia uma possível chave para enfrentar, mais consistentemente, tal dilema.

A filosofia vem sendo, recorrentemente, considerada uma área de conhecimento cujas principais finalidades seriam interpretar e organizar os enunciados das demais (KENNY, 2004). Propomos aqui uma analogia entre essa visão da filosofia e a atuação do designer. Enquanto os filósofos observariam, acompanhariam, interpretariam e ajudariam na organização lógico-conceitual dos resultados advindos dos outros saberes, os designers fariam algo semelhante, não para posicionar o ser humano em relação a questões éticas ou estéticas relacionadas com os resultados, mas aos objetos e imagens que, concretamente, os traduziriam, priorizando a inserção do ser humano nas conseqüências práticas daquelas áreas.

## **2 A visão clássica da filosofia: um metaconhecimento**

A filosofia, a exemplo do design, possui uma grande variedade de definições. Para encurtar o caminho, nos ateremos aqui, por sua pertinência, a apenas três delas, a saber, as propostas por Anthony Kenny, Gilles Deleuze e Félix Guattari e Caio Prado Jr.

Segundo Kenny, a filosofia tanto pode ser vista como uma arte quanto como uma ciência, sendo a sua função principal implementar a compreensão das várias áreas do conhecimento, ou seja, organizar o conhecimento produzido nas outras áreas.

Ela (a filosofia) é, sem dúvida, particularmente difícil de classificar e se assemelha tanto com as artes quanto com as ciências. Por um lado, se parece com uma ciência já que o filósofo busca a

verdade. Descobertas, ao que parece, também são realizadas na filosofia e, deste modo, o filósofo, assim como o cientista, tem a mesma sensação de integrar uma aventura intelectual progressiva, cooperativa e cumulativa.. Para tanto, ele precisa estar familiarizado com a produção intelectual contemporânea e se manter a par dos últimos acontecimentos (...) A filosofia trata menos do conhecimento que de sua compreensão, ou seja, da organização do que é conhecido. Porém, por ser, abrangente e universal, por excelência, em seu campo, a organização do conhecimento por ela demandada é algo tão difícil de se obter que apenas os gênios o conseguem (KENNY, p. 12-3).

Para Deleuze e Guattari, embora a filosofia seja, com efeito, uma forma de se relacionar com o conhecimento alheio, sua função principal seria criar novos conceitos, quebrar os paradigmas das várias áreas do conhecimento, renovando a compreensão da realidade:

O filósofo é o amigo do conceito, ele é conceito em potência. Quer dizer que a filosofia não é uma simples arte de formar, de inventar ou de fabricar conceitos, pois os conceitos não são necessariamente formas, achados ou produtos. A filosofia, mais rigorosamente, é a disciplina que consiste em criar conceitos. O amigo seria o amigo de suas próprias criações? Ou então é o ato do conceito que remete à potência do amigo, na unidade do criador e de seu duplo? Criar conceitos sempre novos é o objeto da filosofia. É porque o conceito deve ser criado que ele remete ao filósofo como àquele que o tem em potência, ou que tem sua potência e sua competência. Não se pode objetar que a criação se diz antes do sensível e das artes, já que a arte faz existir entidades espirituais, e já que os conceitos filosóficos são também *sensibilia*. Para falar a verdade, as ciências, as artes, as filosofias são igualmente criadoras, mesmo se compete apenas à filosofia criar conceitos no sentido estrito. Os conceitos não nos esperam inteiramente feitos, como corpos celestes. Não há céu para os conceitos. Eles devem ser inventados, fabricados ou, antes, criados, e não seriam nada sem a assinatura daqueles que os criam. Nietzsche determinou a tarefa da filosofia quando escreveu: “os filósofos não devem mais contentar-se em aceitar os conceitos que lhes são dados, para somente limpá-los e fazê-los

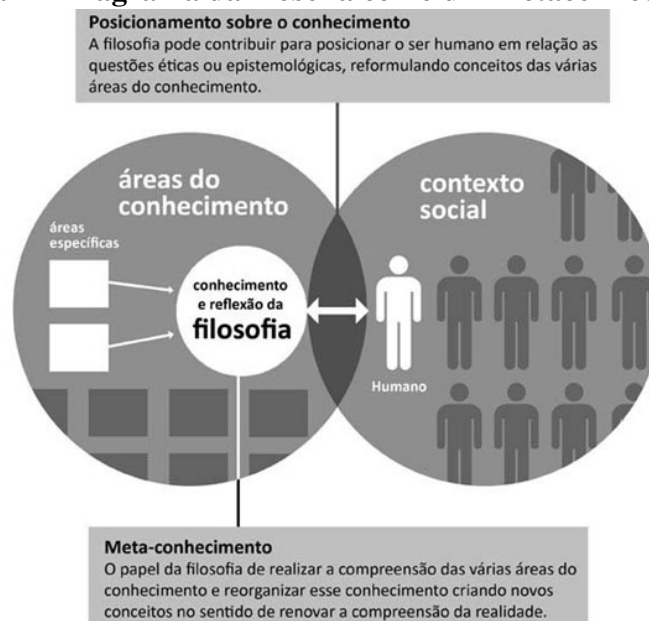
reluzir, mas é necessário que eles comecem por fabricá-los, criá-los, afirmá-los, persuadindo os homens a utilizá-los” (DELEUZE e GUATTARI, 1992, p. 13).

Já Caio Prado Jr., remetendo a elementos das duas definições precedentes, a considera uma espécie de “conhecimento do próprio conhecimento”, ao mesmo tempo que uma atividade eminentemente comprometida com a problematização e o questionamento:

A filosofia seria isso mesmo: uma especulação infinita e desregrada em torno de qualquer assunto ou questão, ao sabor de cada autor, de suas preferências e mesmo de seus humores. Há mesmo quem afirme não caber à Filosofia “resolver”, e sim unicamente sugerir questões e propor problemas, fazer perguntas cujas respostas não têm maior interesse e, com o fim unicamente de estimular a reflexão, aguçar a curiosidade. E já se afirmou até que a Filosofia não passaria de uma “ginástica” do pensamento, entendendo por isso o simples exercício e adestramento de uma função – no caso, o pensamento em vez dos músculos – sem outra finalidade que essa (PRADO JR., 1982, p. 6).

A partir destas três definições, é possível afirmar que a filosofia seria, ao mesmo tempo:

- a) uma área epistemológica “indefinida” entre a arte e a ciência;
- b) uma forma de “metaconhecimento”, ou ainda, uma capacidade (potência) para compreender e reinterpretar outros conhecimentos;
- c) a criação de novas formas de pensar o próprio conhecimento, ou seja, uma atividade comprometida com a criação de conceitos novos.

**Figura 1 – Diagrama da filosofia como um metaconhecimento.**

É possível perceber aqui algumas semelhanças entre a filosofia e o design. Neste último também poderia ser notada uma interseção entre a arte e a ciência, entre a subjetividade e a objetividade. Mas o que nos pareceu mais significativo é a capacidade da filosofia em oferecer novos conceitos, de disponibilizar uma nova informação, a partir de sua relação com outras áreas do conhecimento. A nossa hipótese de trabalho é que – embora o design e a filosofia sejam dois saberes distintos – ambos atuariam, principalmente, como um *metaconhecimento*.

### 3 O método científico em design e a questão de multidisciplinaridade

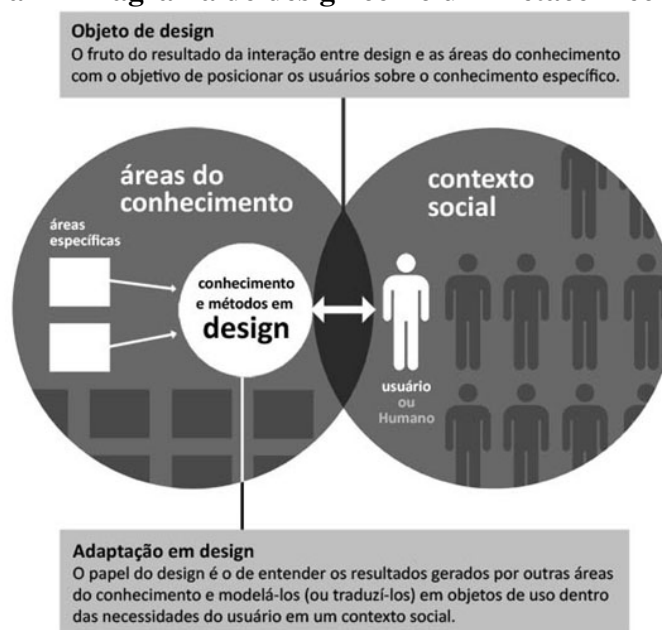
Em *A criação científica*, Abraham Moles discorre sobre como as ciências aplicadas originaram o que chamou de “objetos de consumo corrente baseados nas aplicações científicas” (MOLES, 1998). Basicamente, todas as áreas de conhecimento (embora o autor se referisse às áreas tecnológicas) produzem resultados que podem ser materializados em produtos tangíveis que acabam se transformando no principal (se-

não único) contato que o ser humano tem com o conhecimento científico formal que possibilitou a este mesmo produto a sua utilização.

Moles sugere que foi aplicando “os inventos à criação de novos objetos industriais (automóvel, telefone, rádio, etc.) que a vida do homem se viu modificada em sua estrutura através do contato com um novo mundo racional”. Ele defende serem igualmente científicas a criação do conhecimento teórico e sua realização em objetos materiais (o que, normalmente, recebe o termo de ciência aplicada). Enfim, descreve o vazio existente entre a tradução de conhecimentos científicos em objetos e a adaptação do ser humano a eles. Os detentores do conhecimento por si sós fazem uma “ciência incompleta”, pois tendem a produzir resultados que procuram “impor ao ser humano leis cartesianas que lhe são estranhas”. Estas pessoas vêem o mundo encerrado em uma “rede abusivamente racional” que não resulta em cidadãos adaptados aos resultados do conhecimento ou, em termos mais atuais, a usuários satisfeitos.

Acreditamos que o papel do designer consista, justamente, nesta tradução do conhecimento em objetos bem adaptados ao homem moderno em sua condição de usuário. Caberia ao designer, através de métodos próprios de trabalho, interpretar os saberes advindo de outras áreas – sobretudo aqueles potencialmente geradores de objetos e imagens tangíveis – “concretizando-os” de modo que o ser humano possa utilizá-los e aproveitá-los o máximo possível (ver figura 2).



**Figura 2 – Diagrama do design como um metaconhecimento.**

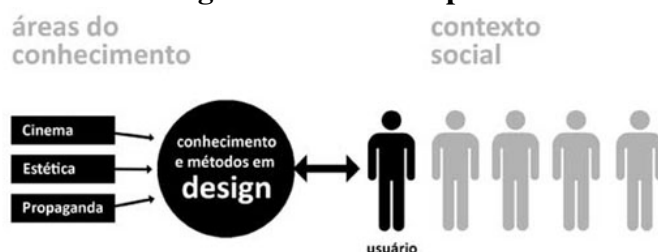
Percebemos, então, que o design possui uma estrutura epistemológica análoga à da filosofia, pois a natureza do seu conhecimento igualmente se baseia na relação com outros conhecimentos e em sua capacidade para modelá-los para fins específicos. Sob este prisma, o design pode ser definido como uma área que, através de meios próprios, realizaria o posicionamento do ser humano com o conhecimento de áreas afins. É claro que os meios possuiriam, nesse sentido, uma definição mais ampla.

Esta abordagem pode também contribuir para se pensar melhor a questão do método científico no design. Uma constante pergunta no que tange a sua definição é o quanto a validação, presente no método científico, estaria presente na prática do design. A nosso ver, a resposta está nas áreas-fontes do produto trabalhado pelo designer. Sua validação viria das áreas que estão produzindo os resultados que o designer interpreta enquanto modela objetos e imagens, disponibilizando-os, a seguir, para os usuários. Tais objetos modelados poderão ser validados caso estas áreas de conhecimento tenham métodos de validação.

Um exemplo pode ser o cartaz de um filme, visto aqui como um objeto de design para a sua divulgação. Este é um caso difícil de ser va-

lidado, pois não são inerentes à área de conhecimento do cinema conceitos tão comuns como os presentes nas áreas das engenharias e das ciências exatas. A validação está, amiúde, associada à otimização em áreas tecnológicas. Tal otimização refere-se a alcançar o máximo de eficiência, minimização de esforços, etc. Na engenharia este é um conceito valioso que deve estar presente quando um designer projeta um automóvel, fazendo sentido falarmos de um que produza um mínimo de arrasto ou de resistência aerodinâmica. O projeto deve ser validado conforme parâmetros que são caros à engenharia. No entanto, não se pode falar sobre o melhor cartaz possível para a divulgação de um filme. A rigor, nenhuma concepção artística (ou de outras áreas como as ciências da cognição) lidaria com tal noção de otimização. Ou seja, não seria viável esperar que o designer pudesse validar, sob esta ótica, o seu cartaz. A validação do cartaz (sua qualidade, eficiência e eficácia) advirá de métodos semelhantes com que se analisa o filme que ele procura retratar (ver figura 3).

**Figura 3 – Um exemplo.**



Para concluir, acreditamos que nossa visão do design e seu método de trabalho só ficará completa se discernirmos melhor as áreas de conhecimento inerentes ao design que chamamos de conhecimento próprio. Para tanto, recorreremos à abordagem metateórica proposta por Terence Love que oferece uma estrutura inicial (ver tabela 1) para o que pode ser considerado como privilégio único de estudo do design (LOVE, 2000).

**Tabela 1 – Abordagem metateórica de Terence Love.**

Nível	Classificação	Descrição
1	Ontologia do design	A base ontológica para a teoria do design. Inclui valores humanos e suposições fundamentais e crenças de pesquisadores, designers e outros implicados no processo de design.
2	Epistemologia da teoria de design	A natureza, bases, limites e critérios para a validação da teoria e conhecimento de design..
3	Teorias sobre os processos internos de designer e colaboração	Teorias sobre o funcionamento interno de designers, da negociação do design na colaboração de equipes de design e dos efeitos socioculturais da produção dos designers.
4	Teorias sobre estrutura e processos de design	Teorias sobre as estruturas básicas dos processos que incluem design baseado em domínio, cultura, tipos de artefatos e outros atributos e circunstâncias.
5	Métodos de design	Representações teóricas de métodos de design e suas técnicas. Teorias sobre os mecanismos de escolha.
6	Teorias sobre os mecanismos de escolha	Representações teóricas de métodos e técnicas de design

Com essa classificação das áreas de conhecimento do design, podemos perceber que não se trata de uma classificação de novas tendências, mas de um desenvolvimento teórico, de longa data, que começa a adquirir autoconsciência.

## 4 Conclusão

Não é incomum encontrar designers que acham que sua atuação profissional é menos fundamental do que a de outras áreas do conhecimento ou, ainda, que pela natureza subjetiva do processo de criação do designer, o design não poderia ser considerado, de fato, uma área de conhecimento humanístico com existência própria e independente.

No entanto, crises de identidade não são apenas um “privilégio” do design, ocorrendo, até mesmo, nas ciências abstratas (ditas exatas). Tampouco confortante é vermos o design como uma “colcha de retalhos” de tópicos específicos de outras áreas do conhecimento.

Discernir o que são métodos próprios e possíveis formas de atuar do design é fundamental no momento em que se fortalece a pesquisa nesta área no Brasil, ajudando a focar no seu caráter próprio.

Ele precisa focar na sua atuação própria ao invés de fazer trabalhos meramente multidisciplinares, vistos como uma novidade apenas pelos designers, mas que, para os profissionais dessas áreas correlatas, pecariam por falta de originalidade e de impacto na evolução do tema em si.

## 5 Referências bibliográficas

- BÜRDEK, B. E. *Design – História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- DELEUZE, G. e GUATTARI, F. *O que é a filosofia?* Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.
- DORMER, P. *Os significados do design moderno: A caminho do século XXI*. Porto: Centro Português de Design, 1995.
- FLUSSER, V. “Sobre a palavra design”. In: *O mundo codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007, p. 181-6.
- KENNY, A. J. P. *Ancient philosophy: A new history of western philosophy (Vol. 1)*. New York: Oxford University Press, 2004.

LOVE, T. “A meta-theoretical basis for design theory”. In: DURLING, D. e FRIEDMAN, K. (Eds.), *Doctoral education in design: Foundations for the future*. Stoke-on-Trent: Staffordshire University Press, 2000, p. 45-54.

LUPTON, E. “A post-mortem on deconstruction?” In: HELLER, S. e MEGGS, Ph. B. (Eds.). *Texts on type: critical writings on typography*. New York: Allworth Press, 2001, p. 45.

MOLES, A. *A criação científica*. São Paulo: Perspectiva, 1998.

MORAES, D. de. *Limites do design*. São Paulo: Studio Nobel, 1998.

PRADO JR., C. *O que é a filosofia*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

SOTTASS, E. “Design and theory”. In: *Design since 1945* (catálogo), Philadelphia Museum of Art, 1983.