

Design e fenomenologia: pensando o método por meio de uma leitura sobre experiência, vivência e intuição

Design and phenomenology: thinking about the method through a reading of experience and intuition

Santos, Rodrigo Gonçalves dos; MSc.; CEFET/SC; Tutor do PET Design CEFET/SC SESu
rodgonca@cefetsc.edu.br

Resumo

O artigo apresenta uma reflexão sobre método e design. Após um breve contexto sobre método e metodologia, é apresentada uma visão sobre o projeto de design e sua essência por meio de uma abordagem fenomenológica. Sugere-se uma atitude de projetar pela indagação, retornando às coisas mesmas, indicando a experiência, a vivência e a intuição como possibilidade num projeto de design. O artigo ilustra e enfatiza a fenomenologia como base filosófica de um possível método projetual em design.

Palavras Chave: método, fenomenologia, projeto.

Abstract

The paper presents a discussion on method and design. After a short on context method and methodology is a vision for the project design and its essence through a phenomenological approach. It is suggested an attitude of design by the inquiry, returning to the same things, indicating the experience and intuition as a possibility project design. The article illustrates and emphasizes the phenomenology as basic philosophical a possible method in design.

Keywords: method, phenomenology, project.

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Método e Design

A teoria e a metodologia do design se desenvolveram baseadas em determinadas hipóteses de fundamento e condições prévias, as quais se subentendem ou se ignoram. A dedicação à teoria do design significa ocupar-se também das noções que sirvam de suporte ao proceder metodológico ou ao conceito criador, enfim, implica em ocupar-se de filosofia.

A metodologia do design contribuiu de forma considerável a estabilização da disciplina a partir dos anos de 1960. Depois da Segunda Guerra Mundial deu-se nos países industrializados da Europa o começo de uma grande expansão econômica do mercado. Nesta condição o design industrial teve que se adaptar às condições novas. Os designers industriais se esforçaram obviamente para integrar os métodos científicos no processo projetual para poderem ser aceitos pela indústria como interlocutores sérios. A Escola Superior de Ulm (1953-1968) teve um papel precursor neste aspecto.

O esforço por definir o processo projetual no sentido histórico-conceitual conduz a um contato com o pensamento cartesiano. Logo, a filosofia do racionalismo se converteu no modelo da metodologia do design. Adaptaram-se ou modificaram-se métodos e técnicas derivados da teoria científica para que o designer pudesse progredir seu caminho.

Nos anos de 1970, a demanda do pós-guerra havia ficado para trás e deu-se o começo da dedicação às necessidades de consumo diferenciadas. Assim, outros métodos adquiriram importância, como por exemplo, as interpretações sobre a escala de valores sociais, os debates sobre o estilo de vida, os procedimentos associativos da psicologia publicitária.

Em meados dos anos de 1980, o design enfrentou novamente tarefas que até o momento eram completamente desconhecidas, como a microeletrônica (imaterialidade) e o design de software. A tarefa do designer modifica de maneira dramática desde o momento que, mediante o emprego de novas tecnologias, em particular o CAD/CAM, se estabelece uma relação direta entre o projeto e a produção.

Atualmente, questões do significado estão adquirindo cada vez mais importância no design. Hoje em dia se estabelece apenas a pergunta metodológica de como se projeta, sem antes perguntar que produtos se deve projetar.

A metodologia (ensinamento dos métodos) engloba um ponto de vista científico, ou seja, muito mais que a estreita noção da metodologia clássica do design. A metodologia clássica do design ocupa-se quase que exclusivamente dos métodos de ação física (amplamente documentados), enquanto que até hoje não se trabalhou uma descrição extensa dos métodos de ação intelectual no design. Descrever os métodos de ação intelectual se torna necessário pois as novas tendências do design indicam cada vez mais a aplicação de métodos semióticos (de signos) e hermenêuticos (de interpretação).

Recorrendo à fenomenologia, tem-se como expor as razões de troca de paradigmas das ciências informáticas tradicionais frente às categorias racionalistas de pensamento. Por meio da linguagem participamos do mundo, nos abrimos à experiências que nos falam através dos objetos que produzimos. A linguagem possibilita a diferenciação dos objetos, assinala maneiras de se comportar.

Um olhar sobre a fenomenologia

A fenomenologia estuda as essências, sendo que todos os problemas resumem-se em definir essências. Por exemplo, se vamos trabalhar com percepção das cores, trabalharemos com a essência da percepção e com a essência das cores, indagações do que é percepção e o que é cor acabam tomando importância quando se trata de uma abordagem fenomenológica. A fenomenologia também repõe as essências na existência e compreende o homem com um ser-no-mundo, considerando o homem e o mundo como um no outro.

Para a fenomenologia não se pode pensar o ser humano como uma parte do mundo, como um simples objeto da biologia, psicologia ou sociologia, nem encarcerar sobre ele o universo da ciência. Merleau-Ponty (1999) coloca-nos que o que o ser humano sabe no mundo, mesmo por ciência, sabe a partir de uma visão sua ou de uma experiência do mundo sem a qual os símbolos da ciência não poderiam dizer nada. Todo o universo da ciência é construído sobre o mundo vivido, e se se quiser pensar a própria ciência com rigor, apreciar exatamente seu sentido e seu alcance, precisa-se primeiramente despertar essa experiência do mundo da qual ela é expressão segunda.

É proposto assim, um retorno às coisas mesmas, ou seja, retornar ao mundo anterior ao conhecimento do qual o conhecimento sempre fala, retornar às essências das coisas. A fenomenologia, portanto, nos faz indagar *o que é a coisa?* no lugar de afirmar *o que a coisa é*.

Ao se estudar a fenomenologia e lançar uma visão na possível relação desta com o design vê-se que devemos nos valer menos do objeto e muito mais do objeto em uso. Convém adquirir uma postura de indagação e buscar entender o que o objeto significa para o usuário. Compreender como o objeto é percebido no ambiente, de que maneira a cidade está por trás deste objeto. Entender como o objeto está inserido no mundo e como o homem o percebe e se relaciona com ele. Ora, se para Merleau-Ponty eu e o mundo somos um no outro, pode-se ir mais longe ao supor que o homem se relaciona com o mundo através de mediadores e esses mediadores são os objetos. Estes objetos podem em certos momentos dar a dimensão de mundo e sentido à experiência do ser humano na essência de sua existência. Argan (2004) analisa esta experiência e destaca a simpatia psicológica que possuímos com certos objetos e o quanto estes ajudam a construir o sujeito por meio das vivências e experiências que ele adquire na sua compreensão de mundo ao utilizar os objetos como mediadores na sua situação de ser-no-mundo.

Podemos, então, considerar a fenomenologia como base filosófica de um possível método que visa a percepção dum objeto na sua globalidade, tal como ele se apresenta fisicamente à consciência. A compreensão fenomenológica do mundo consiste em redescobrir a gênese intencional na consciência, dentro de um registro puramente intuitivo descritivo. Sob esta ótica, ressalta-se que a fenomenologia não reduz o objeto à sua aparência, uma vez que esta redução não seria retornar à coisa mesma.

Ao olhar as limitações cognitivas do método dedutivo, propõe-se complementá-lo por um método intuitivo: um Design destinado a resolver as exigências funcionais ou encarado como expressão dos princípios eternos da natureza é substituído pela expressão pessoal, originada da criatividade de cada um. Cabe ressaltar que isto não significa um retrocesso ou uma perda da característica metodológica intrínseca ao design. Destaca-se aqui a importância

da vivência de quem projeta o produto, da sua experiência de vida em olhar as coisas na sua essência.

Projetar pela indagação é uma atitude fenomenológica. Mas afinal de contas, o que é indagar? O designer hoje é formado apenas para responder questões e não formulá-las. Indagar com um olhar fenomenológico é tentar ir às essências. Como o usuário vê o produto? O que é o usuário? O que é o produto? O que é ver o produto? Acima de tudo, projetar pela indagação é assumir uma atitude filosófica em sua essência, podendo-se chegar a uma questão crucial: o que é projetar? Inevitavelmente, projetar passa pela vivência de situações. É através destas vivências que adquirimos nosso repertório projetual. Como posso projetar alguma coisa se nunca usei (vivenciei) esta coisa? A contribuição da fenomenologia vem, assim, pela (re)aproximação do Design (e sua essência) com sua verdadeira razão de existir: eu projeto uma coisa, e esta coisa é um mediador para o ser humano se relacionar com o mundo.

Considerações Finais

Pensar o método e questioná-lo por meio de uma indagação que retorne à essência do método é um grande desafio aos designers. Muito se tem feito em termos de ação física (sistematização de dados, matrizes analíticas, ferramentas quantitativas, entre outros) e pouco se tem em prol de uma descrição dos métodos de ação intelectual. Este artigo e as reflexões nele apontadas não surgem com o intuito de colocar em desvantagem os métodos de ação física, uma vez que estes estão amplamente documentados e demonstram sua eficácia em determinadas situações. O que foi apresentado aqui é um convite à uma reflexão metodológica e filosófica em sua raiz.

Há discrepâncias projetuais e elas passam pelo método. O método hoje vem sendo encarado como uma série de procedimentos lógicos e isto pode ser (re)pensado se observarmos dificuldades do ato de projetar.

Retornar às coisas mesmas, projetar pela indagação, utilizar a intuição como principal método são atitudes que não devem ser menosprezadas nem serem olhadas com heresia. Vemos que a experiência, a vivência, a intuição e a indagação são fundamentais para uma leitura acerca do design enquanto agente sócio-cultural.

Bases filosóficas residem no método. A metodologia deve estudá-las e não relegá-las a segundo plano. Reduzir o método a um conjunto de ferramentas que são acionadas em determinados momentos é sub-aproveitar o próprio ato metodológico. É intrínseco ao homem utilizar métodos e mais intrínseco ainda é refletir sobre eles para reestruturá-los constantemente.

A fenomenologia é uma destas bases filosóficas e não pode ser considerada como algo excêntrico uma vez que nos faz pensar um retorno às essências. Para ser-no-mundo são necessários objetos, e esses objetos são fruto do design.

Por último ficam questões para serem (re)visitadas e (re)pensadas em cada projeto de design. Estas questões nos forçam ao retorno das coisas mesmas, e este retorno não é uma descrição física da coisa e sim uma descrição vivencial dela (uma descrição fenomenológica). Indaga-se, assim, o que é projetar produtos para satisfazer as necessidades do ser humano? O que é projetar? O que é produto? O que é satisfazer? O que é necessidade? O que é ser humano?

Referências

ALEXANDER, Christopher. **A City is not a tree.** Disponível em <<http://www.patternlanguage.com/leveltwo/archivesframe.htm?/leveltwo/./archives/alexander1.htm>> Acesso em 30 mar 2008.

ARGAN, Giulio Carlo. **Projeto e Destino.** São Paulo: Ática, 2004.

BOMFIM, Gustavo Amarante. **Metodologia para desenvolvimento de projeto.** João Pessoa: UFPB, 1984.

BÜRDEK, Bernhard E. **Design: historia, teoria e prática do design de produtos.** São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.