

## O designer, um bricoleur lidando com seus conhecimentos.

*The designer, a bricoleur dealing with his knowledge*

**Meyer, Guilherme Corrêa.**

Doutorando em Design, PUC-Rio - [guilhermecomeyer@hotmail.com](mailto:guilhermecomeyer@hotmail.com)

**Damazio, Vera.**

Doutora em Ciências Sociais, PUC-Rio.

### Resumo

Neste artigo trabalharemos a idéia de que a ação do designer, quando em relação à estrutura de seu conhecimento profissional, refere-se a uma atividade de *bricolagem*. Utilizamos aqui de uma perspectiva particular, pautada na fala de um designer, o que diz respeito a um olhar interno do tema. A partir desta discussão, procuraremos pensar de que forma a idéia de *bricolagem* nos ajuda a caracterizar a ação de design.

**Palavras-Chave:** Ação de design, bricolagem, conhecimento profissional.

### Abstract

*In this article we will think about the designer's action as an activity of bricolage. We use a particular perspective, which uses a designer's voice, and show an internal look of the subject. From this quarrel, we will think of how the idea of bricolage can characterize the action of design.*

**Key-words:** design action, bricolage, professional knowledge.

## 1. Introdução

Durante o estudo de campo de minha tese (2007-2010), fiz uma entrevista com o designer Gustavo Jota, sócio do escritório Tipo D, de Florianópolis. Destaquei um fragmento desta entrevista que vai nos servir de ponto de partida deste artigo. O trecho é suficiente para iniciarmos a discussão porque nele estão expressos os elementos que o tema requer: o design posicionado enquanto atividade profissional, e uma idéia daquilo que esta atividade envolve. O trecho é o seguinte:

O designer precisa saber imaginar como o produto projetado vai ser feito. A questão não: é eu já projetei três carros; mas sim: eu imagino que isso possa ser feito de tal forma... Então é preciso ir atrás de fornecedores que trabalham com os materiais apropriados, e a gente então pode fazer a coisa dar certo. É mais saber imaginar do que saber fazer... A questão é saber onde procurar o conhecimento, ter o feeling daquilo que vai precisar para o projeto; o que é necessário saber para desenhar um carro, uma cafeteira, uma garrafa... É algo diferente de uma coisa estática, do tipo: saber isso e aquilo. É uma questão de aprender a pensar, e saber se posicionar frente aos projetos... Porque todo projeto é diferente.

Não precisamos nos aprofundar muito no desdobramento desta fala para extrair-lhe alguns dos elementos constitutivos. Interessa-nos, inicialmente, trabalhar com o mais evidente deles. Para o nosso informante, o designer posiciona-se como alguém que precisa saber ir atrás do material que lhe vai abastecer a atividade; como um profissional que não detém um conhecimento específico, e que lida com assuntos variados. Estes conhecimentos não lhe são de domínio próprio: ele precisa encontrá-los, de forma que possa assim utilizá-los em seus projetos. É neste sentido que podemos pensar no designer enquanto um *bricoleur*.

Procuraremos aqui construir alguma analogia entre este depoimento, que fala sobre a forma como o designer lida com seus conhecimentos, e o conceito de bricolagem, de Lévi-Strauss (1989).

## 2. O designer, um bricoleur

Pensar o designer enquanto um *bricoleur* é uma forma de pensar a diversidade manifesta na fala de nosso informante<sup>5</sup>. Recuperando o sentido que Lévi-Strauss atribui ao termo:

“Em sua acepção antiga, o verbo *bricoleur* aplica-se ao jogo de péla<sup>6</sup> e de bilhar, à caça e à equitação, mas sempre para evocar um movimento incidental: o da péla que salta muitas vezes, do cão que corre ao acaso, do cavalo que se desvia da linha reta para evitar um obstáculo. E, em nossos dias, o *bricoleur* é aquele que trabalha com suas mãos, utilizando meios indiretos e comparados com os do artista” (Lévi-Strauss, 1989, p.32).

Em certo sentido, o *bricoleur* trabalha através de meios e mecanismos que não se utilizam de materiais pré-determinados que pertençam a um campo próprio. Ele busca, ao desempenhar uma tarefa, materiais diversos, fragmentos de outras áreas, que são apresentados por Lévi-Strauss como materiais *heteróclitos* (1989, p.33), no sentido de excêntricos, que escapam a regras e convenções. Apresentar estes materiais, com que a designer lida durante um projeto, como materiais heteróclitos, justifica-se porque eles não estabelecem relações presumíveis com os projetos. “O conjunto de meios do *bricoleur* não é, portanto, definível por um projeto...” (Lévi-Strauss (1989 p.33). Estes materiais, inicialmente estranhos ao projeto, somente passam a fazer sentido quando estão em conjunto, combinados de uma maneira particular, alocados ainda num dado contexto. Quando o informante diz que o designer *precisa saber, conhecer o que vai procurar*, ele está fazendo alusão a uma espécie de acervo próprio do designer, ou do *bricoleur*. Ele está referindo-se a um material que “colecciona”, e que é adquirido no curso de sua experiência pessoal e profissional. Uma vez que este material lhe está disponível de alguma forma, ele pode ser consultado e utilizado em função das especificidades de cada projeto. Esta fala aponta, portanto, para certa generalidade do conhecimento em design. Generalidade esta que não decorre da informalidade da entrevista que fiz com o designer, e tampouco do tom superficial que alguém pode a ela atribuir. Decorre da experiência particular que estes informantes têm sobre os conhecimentos que costumam utilizar em seu dia-a-dia. Uma vez tomada esta perspectiva, somos levados a desconsiderar a possibilidade de um conhecimento pontual em design, porque, como foi destacado pelo informante, cada projeto envolve uma variedade de temas, de técnicas, processos e possibilidades que são próprios, e que dificilmente se repetem.

A fala aponta que estes conteúdos, que fazem parte do repertório do designer, somente se revelam paulatina e ocasionalmente, a partir dos projetos com os quais o profissional se envolve. Não há como prevê-los, sob esta ótica, porque também não podem ser antecipadas as temáticas de todos os projetos possíveis. E também porque não podemos presumir quais materiais serão utilizados em cada tipo de projeto. Bomfim (1997, p.30) complementa este argumento, ao frisar que a atividade de design combina os conhecimentos necessários de acordo com a especificidade da situação em que se encontra:

---

<sup>5</sup> Utilizar o conceito de Bricolagem, cunhado por Lévi-Strauss, foi algo já feito anteriormente. Este fator não depõe contra a originalidade deste texto, porque o conceito foi antes explorado de forma distinta. Mesmo assim, é fundamental destacar o trabalho de Everardo Rocha, e mais precisamente um trecho do livro *Magia e Capitalismo* (1985, p.54-61) em que relaciona publicidade e bricolagem, enfatizando a forma pela qual podemos pensar a publicidade como bricolagem; e o artigo de Panagiotis Louridas, que pensa certa relação entre design, arte e bricolagem, publicado no *Design Studies*, Vol 20, No 6 (October 1999), pp 517- 535.

<sup>6</sup> Jogo de bolas, praticado especialmente por crianças ([www.priberam.pt](http://www.priberam.pt)).

[...] “o design abre mão de tentar construir um corpo teórico próprio, em troca dos conhecimentos de disciplinas diversas, combinando-as de modo particular em cada situação específica. O design, através de sua *praxis*, seria o elo conciliador ou interventor entre especialistas de diversas áreas”.

Após acessar este repertório particular, o designer como que concebe “um plano”<sup>7</sup> em que utiliza os mais diversos fragmentos. Alguns autores do design debatem as áreas de origem destes fragmentos (Bomfim, 1997; Moraes, 1994; Findeli, 2001).

A variedade irrestrita de temas de projetos que chegam ao designer também contribui para as imprecisões em torno dos conteúdos utilizados pelo profissional. Esta fartura de temas foi expressa por nosso informante, o que fala sobre a imagem que o designer constrói sobre esta particularidade da profissão. Em outra passagem da entrevista, o informante se manifestou a respeito desta ampla variedade de projeto. Ele enfatizou: *em um momento o designer está desenvolvendo uma cafeteria, em outro precisa fazer um carro*. Em virtude desta amplitude temática que faz parte do cotidiano do design, mesmo que antecipássemos, ou que nos propuséssemos a uma taxonomia destes temas, ainda assim o domínio dos conhecimentos ali dispostos seria algo impraticável.

Este quadro é ilustrado por Frascara (1995, p.52) quando diz que “nenhuma escola pode lidar com todos estes requerimentos... São áreas que demandam diferentes *backgrounds*, treinamento, e atitudes, e cada uma delas requer tanto instrutores especializados quanto estudantes motivados<sup>8</sup>”. Diante desta propriedade, o conhecimento de design aponta para uma atividade profissional que lida frequentemente com elementos de incerteza e imprecisão. O designer inevitavelmente vai enfrentar ocasiões cujo tema de projeto exige conteúdos de uma combinação desconhecida, em que os problemas em jogo não insinuam pistas de solução. Esta próxima citação é representativa, já que menciona a incerteza do designer frente aos seus problemas como algo que faz parte da atividade de design:

“Ser um designer significa ser um otimista. Ao receber um problema – mesmo o mais difícil dos problemas – tudo o que podemos fazer é presumir a possibilidade de solucioná-lo. Isto não ocorre porque não vemos dificuldade. Os designers devem ser realistas. Presumimos que podemos resolver problemas, porque não temos alternativas. Para sermos designers, temos que apresentar propostas, e baseamos estas propostas nas oportunidades que encontramos” (Manzini, 2009, p.4)<sup>9</sup>.

Estas “oportunidades” que possibilitam a solução de um problema no design (Manzini, 2009, p.4) referem-se, sob certo ponto de vista, aos elementos das experiências anteriores do designer. Este acervo de que faz uso o designer, é composto por certos “códigos [...] que, condensando a experiência passada da profissão, permitem enfrentar economicamente todas as situações novas” (Lévi-Strauss, 1989, p.35). Podemos pensar no designer enquanto um *bricoleur*, uma vez que entendamos que o exercício de investigação destas oportunidades tenha propriedades de um movimento fortuito, tal qual o das crianças ao “jogar bola”, ou ao do cavalo, que “sai da linha reta para evitar um obstáculo”.

---

<sup>7</sup> Termo que Rocha atribuiu ao trabalho dos publicitários (Rocha, 1985, p.54)

<sup>8</sup> No school could attempt to deal with all of these requirements in every area of professional practice. ... (they) are areas that demand different backgrounds, training, and aptitudes and require both specialized instructors and motivated students for each.

<sup>9</sup> Being a designer means being an optimist. Given problems e even the most difficult problems e all we can do is to presume the possibility of solving them. This is not because we do not see difficulties. Designers must be realists. We presume that we can solve problems because we have no alternative. To be designers, we must make proposals, and we base these proposals on the opportunities we meet.

### 3. Os arranjos do conhecimento em design

Ver o designer como um profissional que utiliza conhecimentos variados e infrequentes, através de um processo contingente (o que aponta, como defendemos, para uma bricolagem), é algo que já vem sendo feito, sistematicamente, nos estudos de design. Entre estes estudos encontramos as mais distintas perspectivas sobre o tema. Friedman (2001, p. 40)<sup>10</sup> enfatiza que a “própria natureza do design é o de uma disciplina integrativa localizada na intersecção de diversos campos maiores”. Para o autor, este espaço tomado pelo design é constituído de seis domínios gerais: “ciências naturais, artes humanitárias e liberais, ciências comportamentais e sociais, profissões humanas e serviços, artes aplicadas e criativas, engenharia e tecnologia<sup>11</sup>”. Friedman ressalva que o design utiliza-se destes domínios maiores em diferentes aspectos e proporções; e que a alternância na utilização dos conhecimentos provenientes dessas áreas varia de acordo com a natureza de projeto em que está envolvido.

Love (2002, p.351) diz que apesar do design utilizar-se de conhecimentos provenientes de outros campos, existe, ainda assim, uma abordagem característica do design. Para o autor, existem tópicos centrais do design que, apesar de utilizar material de outras disciplinas, são periféricos a elas e acabam por constituir-se assunto de design, como nos esclarece o trecho seguinte (2002 p.351):

[...] “se limites são desenhados para excluir tópicos que são centrais a outras disciplinas, permanece um núcleo contendo elementos conceituais centrais de uma disciplina de design. Este núcleo de conceitos e teorias é distinto de outras disciplinas. A identificação de um núcleo conceitual básico forma o segundo ponto chave para o estabelecimento e a unificação de uma coerente disciplina de pesquisa e teoria de design”<sup>12</sup>.

### 4. Posicionando-se frente aos emaranhados do campo

Uma vez concordantes do argumento de Love, somos levados a considerar que o design aborda “tópicos centrais a outras disciplinas” sob uma perspectiva que lhe é própria, e que tal procedimento caracteriza, sob este ângulo, o que o autor denomina de “disciplina de design”. Ao invés de avançar na discussão promovida por Love sobre a existência ou não de um conhecimento próprio do design (o que não nos interessa no momento), precisamos aqui pensar na maneira como a designer lida com estes conhecimentos “centrais” de outras áreas. Frascara aborda diretamente o assunto:

“A expertise necessária para esta tarefa (de design), deve variar de uma área profissional para outra, mas, genericamente, ela deve presumidamente vir dos campos de marketing, sociologia, psicologia e educação, disciplinas cuja maior preocupação é o comportamento de indivíduos e grupos [...]”<sup>12</sup>. [...] Designers gráficos precisam habilidade para escutar e interpretar as necessidades e conceitos de pessoas de outros campos, e flexibilidade de recursos mentais e visuais para produzir uma comunicação eficiente<sup>13</sup> (Frascara, 1995, p.51 e 52)”.<sup>13</sup>

<sup>10</sup> “The nature of design as an integrative discipline places it at the intersection of several large fields” (Friedman, 2001, p. 40).

<sup>11</sup> (1) Natural sciences, (2) humanities and liberal arts, (3) social and behavioral sciences, (4) human professions and services, (5) creative and applied arts, and (6) technology and engineering (Friedman, 2001: 40).

<sup>12</sup> The experts required for this task may vary from one professional area to another, but, in general, they should presumably come from the fields of marketing, sociology, psychology, and education, disciplines whose main concerns are the behavior of individuals and groups, and the problems of interpreting, quantifying, and qualifying information, as well as to greater or a lesser extent, applying the information to practical ends

<sup>13</sup> ...Graphic designers need skills to listen and interpret the needs and concepts of people in other fields and enough flexibility of mind and visual resources to produce efficient communication.

Mesmo que diante da noção de trabalhar com um conhecimento imensurável e de inviável apreensão, e do compreensível diagnóstico de que, por tratar de conhecimentos diversos e desconhecidos, o designer pode ser visto como um profissional que não domina

conhecimento algum, o próprio designer percebe que é justamente este peculiar quadro que melhor o caracteriza (e que o aproxima de um *bricoleur*). Afinal, mesmo que reunidos estes conhecimentos “próprios” do design, formando assim um agrupamento de materiais pré-definidos, o que nos parece inviável, eles ainda assim pouco diriam sobre a caracterização do design. Isto ocorre porque o design é antes caracterizado pela forma como vai eleger, manusear e posicionar estes conteúdos, o que deve escapar de “regras e convenções”, do que pelo montante de conteúdo com que lida.

A percepção de que não há um conhecimento específico de design faz com que os mecanismos que qualificam o profissional tornem-se fundamentais para o designer. Entre estes mecanismos poderíamos listar, sem maior moderação, a formação superior em nível formal e a experiência profissional, que se manifestam através do título universitário e do portfólio, respectivamente. Não se quer, com isso, dizer que estes dois eventos sejam imprescindíveis na vida profissional do designer, mas que eles são referências das quais o designer não costuma se furtar. Isto ocorre porque o designer somente pode mostrar-se detentor de um saber de design, através da expressão do cumprimento destes mecanismos. No design, não há outra forma de se proceder. Para o designer a questão não é mostrar que sabe calcular uma suspensão, ou que é capaz de regular uma máquina qualquer. Cabe-lhe assegurar aos interessados em seu trabalho, que seu percurso profissional exerceu os mecanismos que agora o qualificam como designer.

É, portanto, na particularidade destes mecanismos, e na forma como o designer lida com eles, que a profissão distingue-se de outras que lhe são próximas. Assim, estes mecanismos surgem como os principais articuladores da autonomia profissional. Esta autonomia, utilizando-nos de sua raiz etimológica, o que sempre é uma boa estratégia, deve ser vista aqui como o “direito de se reger pelas próprias leis”, o que garante uma espécie de “independência” (Machado, 1995, p.354). A independência, neste caso, é usufruída pelo designer no momento em que ele não precisa explicar para o seu interlocutor o que faz, o que é design, e em que aspectos sua profissão difere-se de outras próximas. O designer, diferente de outros profissionais como o professor ou o médico, que não precisam explicar a ninguém os encargos do seu ofício, somente vale-se desta autonomia quando forem cumpridos os mecanismos que o legitimam enquanto designer, e que lhe garantem o “direito” de exercer sua atividade.

## 5. Um desfecho

Uma vez que os conteúdos de design sejam percebidos pelo designer como algo que não se pode dominar, e que ainda assim há por trás do profissional uma forma de desempenhar seu trabalho que lhe é própria, somos conduzidos a outro quadro. Aqui, o saber do design diz menos respeito a um conteúdo próprio, o que apontaria para um arranjo multidisciplinar de conteúdos, e diz mais respeito a um tipo de expertise, de postura e de inteligência particular. Sendo assim, o designer passa a entender que os mecanismos necessários para a profissão (tanto para sua legitimidade quanto para o seu desempenho), não lhe assegura o domínio de um conteúdo tal, justamente por não haver relação entre legitimidade e bom desempenho profissional com o domínio de um conteúdo qualquer. Estes mecanismos servem para certificar ao designer um tipo de expertise que lhe caracteriza e lhe qualifica para seu ofício. Sendo assim, prevalece a idéia de que a imagem do profissional distingue-se antes pela postura de atuação deste profissional, ou pela forma como ele lida com certos conteúdos do que pelos conteúdos que o profissional detém. É neste sentido que a figura do *bricoleur* serve-nos, talvez como nenhuma outra imagem, para pensar na distinção profissional no design.

## 6. Referencias Bibliográficas

BOMFIM, G. Fundamentos de uma Teoria Transdisciplinar do Design: morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação. **Estudos em Design**. V V, n. 2. dez 1997.

FINDELI, A. Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, Methodological, and Ethical Discussion. **Design Issues**: volume 17, number 1 Winter 2001.

FRASCARA, J. "Graphic Design: Fine Art or Social Science?" in **The Idea of Design: A Design Issues Reader**, edited by Victor Margolin and Richard Buchanan, pp. 44-55, Cambridge: MIT Press, 1995  
Aires: Ediciones Infinito, 2000.

FRIEDMAN, K. Theory construction in design research: criteria: approaches, and methods. **Design Studies**, 24, 2003, (507-522).  
'Creating design knowledge: from research into practice' in E W L Norman and P H Roberts (eds.), **Design and Technology Educational Research and Development: The Emerging International Research Agenda**, Department of Design and Technology, Loughborough University, Loughborough (2001) pp 31-69

LÉVI-STRAUSS, C. **O Pensamento Selvagem**. Campinas: Papyrus, 1989. 323 pp.

LOVE, T. Constructing a coherent cross-disciplinary body of theory about designing and designs: some philosophical issues. **Design Studies**, Volume 23, Issue 3, 2002, Page 345-361.

MACHADO, J. P. **Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa**. Quarto Volume, Livros Horizontes, 7. ed. Lisboa, 1994.

MANZINI, E. New design knowledge. **Design Studies**, Vol. 30 No. 1 January, 2009.  
MORAES, A. Pesquisa em Design: Tecnologia e Métodos Científicos - 1 e 2: conhecimento, ciências, técnica e tecnologia. **Estudos em Design**, v.2, n.2 nov. 1994.

ROCHA, E. **Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. São Paulo: Brasiliense, 1985.