

Por um design desacomodado: reflexões e análises do campo

Nina Reis Côrtes (PUC-RIO, Brasil)
ninareiscortes@gmail.com

Denise Berruezo Portinari (PUC-RIO, Brasil)
denisep@puc-rio.br

Por um design desconfortado: reflexões e análises do campo

Resumo: Este artigo propõe problematizar o campo do design, buscando se afastar de abordagens essencialistas, que situam o designer como um gênio criador ou que definem o design a partir de abstrações idealizantes. Através de uma breve revisão bibliográfica, tecemos uma crítica ao atravessamento do campo do design por ideais neoliberais, que promovem uma aproximação entre as suas narrativas e os discursos gestoriais. Termos como *design thinking* ganharam popularidade na área, comprometendo e alterando as metodologias de trabalho e fluxos de ensino e aprendizagem. Observamos um descolamento entre os contextos sociais de produção e ensino do design e esses ideais que se propõem a nortear a sua prática, correndo o risco de formar profissionais e educadores consideravelmente alienados das estruturas de poder. Pretendemos ampliar esse debate e abrir brechas no campo, possibilitando a visualização e construção de novos caminhos para o ensino, aprendizagem e produção a partir do campo do design.

Palavras-chave: Design. Política. Educação. Trabalho.

For an uncomfortable design: reflections and analysis from the field

Abstract: *This article proposes to problematize the design field, trying to move away from essentialist approaches that situate the designer as a creative genius or that define design based on idealizing abstractions. Through a brief literature review, we criticize the field, which has been co-opted by neoliberal ideals, binding its narrative closer to managerial positions. Conceptual notions such as “design thinking”, which we will briefly criticize here, have gained popularity in the field, compromising and significantly altering the field’s work methodologies and its teaching and learning processes. We observe a detachment of design from the social contexts of production and education, forming professionals, educators and technicians considerably alienated from the structures of power. We intend to broaden the debate and open gaps in the field, allowing the visualization and construction of new paths for teaching, learning and production from the field of design.*

Keywords: *Design. Politics. Education. Work.*

A partir da análise apresentada aqui, defendemos um *design* político, desconfortado, que se afaste de ideais essencialistas ou de modelos de ensino e trabalho promovidos na ausência de uma reflexão sobre as suas origens e pressupostos. Ao longo deste artigo, apresentamos a crítica que fazemos ao campo, cada vez mais apropriado e comprometido pelo sistema capitalista neoliberal, impactando as metodologias de trabalho, a organização dos meios de produção, a identificação dos trabalhadores enquanto classe, e a formação de professores e estudantes, que compromete o futuro do nosso fazer profissional. Sendo assim, pretendemos impulsionar o debate a fim de vislumbrar novos caminhos para o ensino, aprendizagem, produção e resistências possíveis, partindo de dentro do campo, a fim de problematizá-lo. Nos inserimos em uma área interseccional que correlaciona o design com estudos e pautas de gênero, corpos e sexualidades, levando em conta os seus atravessamentos por tensões ligadas a questões raciais, trabalhistas e oriundas de desigualdades sociais. Compreendemos a urgência de transviar¹ o *design*, *queerizar* o *design*, permanecer em uma posição de constante autocrítica, desconforto, evitando a acomodação. Através de pesquisas e iniciativas ativistas, de estudos políticos e inspirações em movimentos sociais, buscamos nos debruçar nas possibilidades de contatos, atritos, avanços e contribuições tanto para os campos militantes quanto para o design.

Para dar início à breve revisão bibliográfica que será desenvolvida aqui, partimos da premissa de um marco temporal (entre tantos outros amplamente discutidos) para o campo do *design* a partir de Forty (2007), que coloca o surgimento da profissão a partir da Revolução Industrial, momento em que houve uma divisão social do trabalho. Tal divisão não só delimitou o que seria o trabalho produtivo (externo, masculinizado, remunerado) e o trabalho de cuidado (doméstico, feminizado, não – ou mal – remunerado), como também hierarquizou o trabalho intelectual em relação ao manual. Objetivando o aumento e a agilidade da produção, “[...] foi necessário adicionar mais um estágio, o da preparação de instruções para os vários operários: na verdade, um estágio de *design*” (FORTY, 2007, p. 50).

Ainda que tenhamos selecionado com cuidado a citação acima e defendamos rotineiramente o marco temporal do *design* e sua relação direta com o sistema capitalista, reconhecemos que as definições do campo são complexas e se apresentam de maneiras distintas. Muitas pessoas tendem a simplificar

1 O termo “transviar” é utilizado por alguns autores como Berenice Bento (2015) e Guilherme Altmayer (2020) como uma possibilidade de tradução e aproximação do significado do termo “*queer*”. Consideramos um conceito que diz respeito a ações da população LGBT/*queer*, que são fundamentalmente problematizadoras, causam estranhamentos e questionamentos.

a profissão, resumindo-a ao embelezamento de objetos, algo superficial, muitas vezes visto como fútil, relacionado apenas à estética ou à decoração. Há também uma associação direta ao temperamento criativo e “genialidade” do *designer*, visto como criador por excelência, ignorando sua relação de subordinação às regras do sistema capitalista e do patrão, que detém os meios de produção e os lucros, o responsável por contratar o *designer*.

Há quem afirme que o *design* está em tudo, como uma habilidade inata dos indivíduos. Nigel Cross, no livro *Designerly Ways Of Knowing* (2006) defende a importância do ensino de *design* na educação básica, como uma terceira área de conhecimento e habilidade, diferenciando-se do binarismo popular entre ciências e humanidades. Segundo essa abordagem teórica, todos somos *designers* e praticamos nossas habilidades em soluções e ferramentas rotineiras.

Indo além, há definições baseadas puramente na função dos objetos. É corriqueira a noção segundo a qual o *design* consiste em solucionar problemas da melhor maneira possível, com criações assertivas e simplificadas. A definição de *design* industrial, de acordo com a Organização Mundial do *Design* (2015) é “um processo estratégico de solução de problemas, que estimula a inovação, promove sucesso nos negócios e leva à melhor qualidade de vida através de produtos, sistemas, serviços e experiências inovadoras”.²

Contribuindo para a complexidade da questão, tais linhas teóricas não são inertes no espaço/tempo. Inúmeras vezes nos vemos, enquanto *designers* e sujeitos na sociedade, entremeando diversos desses conceitos ao longo de nossas atividades. No artigo “Do Funcional ao Simbólico: O que pensam os pares do Campo do *Design* e o que ensinam nas salas de aula” (2020), Alberto Cipiniuk relata as diversas respostas que recebeu de *designers*, em seus mais distintos estágios da vida profissional, à pergunta “o que é isso que é *design*?”. Consideramos importante pontuar: a) o fato da maioria das respostas serem semelhantes independente do grau de formação e ambiente de coleta de dados; b) o fato dos *designers* não saberem explicar a causa de fazerem o que fazem; c) o fato da motivação da produção de artefatos de *design*, segundo os entrevistados, ser sempre ampla, descolada da realidade, não tendo relação alguma com a geração de lucro e as demandas de quem contrata o trabalho do *designer* para determinado projeto. Tais conclusões refletem a forma de organização do ensino e aprendizagem do campo atualmente, seja em cursos técnicos, ensino superior ou especializações. Para

2 Tradução própria.

Arturo Escobar (2018), questões de classe, gênero, raça e colonialidade são fundamentais para questionar o papel do *design*:

[...] como o *design* pode ser impregnado de uma política radical é uma das questões mais importantes que a teoria crítica pode colocar à prática do *design*. As questões de classe, gênero, raça e colonialidade estão ausentes da maioria da teoria e prática do *design*, assim como a dependência do *design* do capitalismo. (ESCOBAR, 2018, p. 58)³

O debate colocado aqui não tem intenção alguma de julgar ou pré-determinar quem pode ou não ser considerado *designer*, mas sim de trazer à tona a importância de questionar a epistemologia do campo através do pensamento crítico, gerando reflexões acerca da prática profissional e abrindo novos caminhos que fujam dos moldes normatizados. Entendemos que a teoria e a prática estão sempre se retroalimentando, permitindo a construção de programas (sejam eles acadêmicos, escolares, militantes, artísticos, etc.) de qualidade, com pluralidade e autocrítica, sempre.

A dificuldade em definir o que é *design*, quais princípios nos regem, em que nos fundamentamos, o que fazemos e quem são os *designers*, é uma faca de dois gumes: se por um lado essa indefinição permite uma abertura permanente do campo a uma multiplicidade de práticas e trocas, reforçando a sua vocação interdisciplinar e as suas possibilidades de expansão, por outro lado torna-o vulnerável a simplificações reducionistas que favorecem a sua cooptação capitalista e liberal. Mais recentemente, tudo parece se resumir a um termo: o *design thinking*. A metodologia, famosa mundialmente, passou a ser apropriada e comercializada como um guia, uma forma instantânea, moderna e descolada de solucionar todos os problemas, desde as crises de grandes corporações até dores em comunidades carentes e contextos extremamente específicos. O livro *Designerly Ways Of Knowing* (2006) de Nigel Cross foi apropriado como um dos fundamentos dessa orientação metodológica destinada a abrir um espaço para o *design* dentro do leque de estratégias de gestão do universo corporativo.

A pesquisadora em ciência e tecnologia Lilly Irani examinou o desenvolvimento do *Design Thinking* como forma de *expertise* técnica sistematizada em Palo Alto, na Califórnia, pela firma de *design* IDEO e pela escola de *design* da Universidade de Stanford através de forums como TED, *Business Week* e *Harvard Business Review* (IRANI, 2018). Segundo ela, o *design thinking* constitui uma maneira de “articular uma compreensão racializada do trabalho, do

3 Tradução própria.

valor e do sujeito, emergindo como uma defesa do design norte-americano face à competição global proveniente dos países asiáticos (...)”⁴ (p. 1). Ela argumenta que na medida em que essa competição torna-se mais acirrada, o *design thinking* é formulado como “uma maneira de inserir o *design* norte-americano no topo das hierarquias globalizadas do trabalho e da criatividade, entendendo a criatividade, o *design* e a tecnologia como categorias sociais valorizadas e disputadas que emergem de processos globais de distribuição do trabalho voltados para o desenvolvimento de novos produtos, mercados e meios de investimento financeiro”⁵ (ibid). Através do *design thinking*, argumenta Irani, instituições de elite como Stanford, Harvard e MIT enfatizam uma abordagem do *design* como estratégia de mercado, suplantando as habilidades do fazer (*crafts*) tais como as artes gráficas ou o *design* de produtos, e focalizando a identificação de oportunidades de mercado e de estratégias de produção, através de métodos como a pesquisa etnográfica aplicada e diferentes formas de experimentação em *design*.

O *design thinking* é a promessa de que métodos – ideiação, prototipagem, e narrativas – podem localizar oportunidades lá onde elas pareciam não existir. Imagens do IDEO mostram engenheiros, marqueteiros e gestores alegremente entretidos em organizar papéis de post-its com ideias anotadas, escavando o inconsciente comunicacional ativado através de sua colaboração, em busca da próxima “grande ideia” (ibid, p. 3)⁶.

As complexas relações entre o *Design* e o neoliberalismo vem sendo abordadas em uma série crescente de publicações. Em 2019, foi publicado um número especial do periódico *Design and Culture* dedicado ao tema, o *Special Issue Design and Neoliberalism* (STERN; SIEGELBAUM, 2019). No texto de abertura da edição especial, os autores destacam o papel exemplar desempenhado pelo *design thinking* dentre as estratégias de adequação do *design* ao ideário neoliberal.

Tornou-se claro nas últimas décadas que o *design* tem migrado para cada vez mais longe da produção de objetos tangíveis, de maneiras que refletem a extensão de cadeias globalizadas de produção de valores no mesmo período (Nota do tradutor: o exemplo discutido aqui é o dos produtos Apple, projetados na Califórnia e montados na China). Talvez o exemplo mais óbvio disso seja a noção de “*Design Thinking*” que emergiu inicialmente na década de 1960, mas foi popularizada ao longo dos anos 90 por empresas como

4 Tradução própria.

5 Tradução própria.

6 Tradução própria.

o IDEO e instituições como a escola de design da Universidade de Stanford. O *Design Thinking* é frequentemente promovido como “uma abordagem centrada no humano e voltada para a inovação”, e que pode ser aplicada a uma vasta gama de atividades organizacionais situadas para além do escopo convencional dos designers, através do recurso a habilidades intangíveis como a empatia ou a ideação (STERN; SIEGELBAUM, 2019, p. 267)⁷.

A fórmula mágica – ou “mística”, segundo Irani (2019) – amplamente ensinada em ambientes de aprendizagem, teoricamente é: conhecer o seu cliente, ter empatia, entender (mais do que ele) o que ele precisa, delimitar um problema, gerar inúmeras soluções para tal questão, muitos desenhos, muitas dinâmicas em grupos, criar protótipos e testes diversos, testá-los, refiná-los, até alcançar o resultado final.

A reprodução acrítica e estrita de tal metodologia foi reforçando a posição do *designer* no centro da questão, acima dos demais, e transformando a forma de pensar do *design* em um processo unilateral, feito de cima para baixo. Apesar de comercializado como empático, com diversas ferramentas estéticas e organizacionais que teoricamente colocam o usuário no centro do processo, na realidade o *designer* é colocado como um gestor central, que dá a palavra final no projeto. Diversas críticas vêm sendo formuladas a esse respeito, mas segundo a análise incisiva de Natasha Iskander (2018), essas críticas perdem de vista o principal: o *design thinking* seria fundamentalmente uma estratégia para preservar e defender o *status quo*.

O design thinking privilegia o designer acima das pessoas que ele atende e, ao fazer isso, limita a participação no processo de design e escopo para ideias verdadeiramente inovadoras. Torna-se difícil resolver desafios caracterizados por um alto grau de incerteza. (ISKANDER, 2018)⁸

A virada gestorial na profissão, que aponta Matias e Soares (2016), é um marco fundamental na mudança organizacional dos meios de produção, das relações trabalhistas e na subjetividade dos *designers*. Apesar de mascarado nos ambientes educativos, tal virada do campo também impacta e influencia fortemente as grades curriculares, as exigências educacionais, a seleção de professores, técnicos, e toda a enorme estrutura que envolve um ambiente de ensino. Conectando-se diretamente ao desenvolvimento do toyotismo, forçou-se um projeto educacional e de apelo emocional para que os trabalhadores e alunos passassem a se identificar como empreendedores de si

7 Tradução própria.

8 Tradução própria.

mesmos. Este sujeito é produzido dentro de um sistema de controle para ser controlado, para controlar os outros e se autocontrolar. Comercializa-se o ideal de um cidadão independente e autônomo, capaz de solucionar problemas individualmente, desresponsabilizando o Estado, desburocratizando processos e descolando-se da realidade e dos contextos sociais, políticos, econômicos e culturais, tal como afirma Matheus Valentim (2018):

Trata-se de uma importante característica ideológica neoliberal, pois assim as subjetividades se veem devidamente adestradas para o meio de produção, não sendo necessária uma ‘mão pesada’ governamental ou patronal sobre cada indivíduo; a própria consciência individual já é o próprio aparato de controle de produtividade. (VALENTIM, 2018, p. 72)

Demarcando uma das principais características da biopolítica, segundo Michel Foucault (2014), os vínculos criados com as ideias neoliberais e a lógica do mercado, a fidelidade e a obediência vão se tornando cada vez mais tácitos e capilarizados. As leis que visavam máxima eficiência e conformação se transformam em auto sujeição, de forma invisível e naturalizada:

Não quero dizer que a lei se apague ou que as instituições de justiça tenham a desaparecer; mas que a lei funciona cada vez mais como norma, e que a instituição judiciária se integra cada vez mais num contínuo de aparelhos (médicos, administrativos etc.) cujas funções são sobretudo reguladoras. Uma sociedade normalizadora é o efeito histórico de uma tecnologia de poder centrada na vida. (FOUCAULT, 2014, p. 156)

Termos como experiência e *branding* entram no vocabulário de todos os participantes dos processos de produção, que agora são colaboradores das empresas, não mais empregados formais ou proletariado. O discurso adotado produz e reforça a todo o tempo a falsa liberdade e flexibilidade que os funcionários possuem, juntamente a uma lavagem cerebral, que manipula e molda as subjetividades para que cada indivíduo produzido ali se sinta diretamente tocado e motivado em “vestir a camisa da empresa”.

[...] a instrumentalização do intelecto do trabalho no processo produtivo, ao contrário de significar a emancipação do trabalhador, torna-se tecnologia capitalista de controle. A adoção de um organograma mais flexibilizado requer o apaziguamento das lutas oriundas das contradições de classe, para a constituição do operário-supervisor possuidor de uma iniciativa voluntária, que ‘vista a camisa da empresa’ e fiscalize a si próprio e aos demais. A captura da subjetividade se torna uma necessidade da produção, de onde as ‘relações humanas’ aparecem negando os antagonismos do trabalho, psicologizando aquilo que é político,

estabelecendo a ‘empresa educadora’ preocupada em dominar conflitos através do disciplinamento dos trabalhadores. (TRAGTENBERG, 2005 *apud* MATIAS; SOARES, 2016, p. 4)

A atmosfera construída a partir dos interesses burgueses é constituída de estratégias que garantem uma equivocada sensação de emancipação aos trabalhadores, que se encontram em posições de trabalho cada vez mais precarizadas e sem garantias de direitos. Ao mesmo passo em que se produz um discurso, que se inicia nos campus universitários, nas escolas e em diversos tipos de curso de *design*, que reforça a flexibilidade e a falsa liberdade como pontos positivos e dignos de comemoração por parte do proletariado, os donos dos meios de produção intensificam as jornadas de trabalho e as diferentes formas de alcançar e penetrar as vivências de cada trabalhador. O uso de aplicativos e plataformas digitais, por exemplo, desloca o ambiente de trabalho para qualquer lugar, em qualquer hora, seja dentro de casa, de cima de uma moto, de dentro do seu próprio carro, buscando os filhos na escola ou cuidando de afazeres domésticos.

Com empregos que se entrelaçam com as vidas, famílias e momentos de descanso, e padrões sedentos por ganhar cada vez mais em produtividade e lucro, e também descomplicar a gestão de empregados, são poucos os profissionais que conseguem ocupar os desejados cargos de poder, que possuem algum tipo de segurança e garantia de um fazer profissional digno e pleno. A competitividade é estimulada e acirrada entre os empregados dentro das empresas, tanto em suas áreas, quanto entre equipes. Bater metas, vender mais do que o outro, entregar projetos em prazos cada vez mais curtos, são alguns dos desafios que soam como uma competição saudável para alcançar algum tipo de bonificação ilusória. Tais estratégias citadas aqui corroboram para o afastamento da classe trabalhadora, que não reconhece uns aos outros, igualmente explorados, como parceiros e aliados para a luta trabalhadora em busca da apropriação dos meios de produção e construção de novas formas de desenvolvimento. A partir do discurso produzido e das condições de trabalho em que se encontram, o interesse de pertencimento à classe gestorial parece mais interessante, palpável e possível de acontecer do que a união em torno do questionamento e da revolução.

A atividade do *design* na atualidade, portanto, se dá estreitamente conectada ao desenvolvimento do toyotismo. A flexibilização das novas formas organizativas da produção forneceu as bases sobre as quais o papel do projeto de mercadorias “evoluiu” para a gestão estratégica do *design*. Portanto, com sua total subordinação aos interesses do capital, através do branding e da “experiência”, o *design* consolida o seu interesse de

pertencimento à classe gestorial. Ao menos para uma minoria de profissionais que conseguem ocupar tais cargos, contra uma ampla maioria de jovens *designers* em processo de proletarização, garantido pela exploração da componente cognitiva do trabalho. (MATIAS; SOARES, 2016, p. 12)

Sendo assim, entendemos que tais características disciplinares, de autorregulamentação, em conjunto com princípios neoliberais, que enxergam as individualidades dos sujeitos à parte dos conflitos sociais e defendem o *design thinking* como solucionador de problemas coletivos, colaboram para a fragmentação dos *designers* enquanto classe trabalhadora. O discurso de “cada um por si” e a difusão da profissão com diversos campos até então estranhos a nós como, por exemplo, os *designers* de sobrancelhas, *cake designers*, entre outras ocupações, vão somando cada vez mais possibilidades de trabalhos, bicos e “corres”, precarizando condições trabalhistas e *uberizando*⁹ as jornadas autônomas, o que nos dificulta na identificação e organização para avançar na luta por direitos trabalhistas e condições dignas de emprego e vida.

Ao representar a forma ideológica dentro do design do indivíduo ‘empreendedor’, perdem-se as possibilidades de quaisquer tipos de união de classe em torno de alterações radicais da realidade. Toda e qualquer mudança passa a poder ser feita apenas via empreendedorismo, pelos meios dados via design thinking. (VALENTIM, 2018, p. 74)

Uma sofisticada estratégia neoliberal foi realizada com sucesso no campo do design. Almejando o sucesso individual e mirando em exemplos e autores americanos, europeus, coloniais e distantes de nossa realidade, nos fragmentamos a ponto de não nos reconhecermos mais. Tanto os alunos em formação, os recém-formados e os profissionais de longa data, não se

- 9 A *uberização* do trabalho é a “exploração da mão de obra, por parte de poucas e grandes empresas que concentram o mercado mundial dos aplicativos e plataformas digitais, que tem como principal característica, a ausência de qualquer tipo de responsabilidade ou obrigação em relação aos ‘parceiros cadastrados’, como são chamados os prestadores de serviços. Isto porque deixam claro que têm como objeto, a prestação de serviços de tecnologia, contratados pelos ‘parceiros’. O modelo de trabalho é vendido como atraente e ideal, pois propaga a possibilidade de se tornar um empreendedor, autônomo, com flexibilidade de horário e retorno financeiro imediato.” (CARTA CAPITAL, 2019). Apesar de ligarmos o conceito de *uberização* do trabalho à serviços de entrega, transporte, entre outros mais habitualmente conhecidos e consumidos, é possível fazer uma analogia direta ao discurso utilizado pelas grandes empresas, independente do setor de consumo e prestação de serviços. Para ver mais sobre *uberização* do trabalho, consultar “*Uberização, trabalho digital e Indústria 4.0*” de Ricardo Antunes (2020).

identificam enquanto trabalhadores, e não enxergam seus pares como aliados. Entendendo que são as organizações de base que causam mudanças estruturais potentes e que é com a luta que se muda a vida, podemos vislumbrar que há um longo caminho pela frente.

Esta análise pode soar pessimista e bastante desmotivacional, porém entendemos que é de dentro do próprio campo do design, subvertendo as suas próprias ferramentas estéticas, metodológicas e processos educativos, que iremos caminhar na construção de um design político. Partindo do entendimento de que não há fora do poder, compreendemos que é a partir de uma consciência coletiva de como as relações sociais operam, com suas devidas opressões, complexidades e emergências, que devemos nos organizar coletivamente, resistir, caminhando pelas diversas trilhas de nossos labirintos, motivando mais pessoas ao longo dos percursos, possibilitando a desconstrução crítica das subjetividades do sujeito designer produzido até então.

[...] lá onde há poder há resistência, e, no entanto, (ou melhor, por isso mesmo) esta nunca se encontra em posição de exterioridade em relação ao poder. Deve-se afirmar que estamos necessariamente ‘no’ poder, que dele não se ‘escapa’, que não existe, relativamente a ele, exterior absoluto, por estarmos inelutavelmente submetidos à lei?. (FOUCAULT, 2014, p. 104)

Entendemos a noção de resistência como um conceito ampliado, que está presente no chão das fábricas, das ruas, das praias, das manifestações, dos sindicatos, dos partidos, das quebradas e das favelas, se apresentando em infinitas formas de viver e dialogar. Pode haver um senso comum que reconhece resistência somente nos ambientes politizados e organizados, em ações combativas e macropolíticas. Há também uma série de pessoas, principalmente pertencentes a grupos inferiorizados, que vivem às margens, como mulheres, LGBTQIs e a comunidade negra, que reivindicam existir diariamente, mesmo que muitos ali não se identifiquem enquanto “feministas”, “ativistas” ou qualquer outra identidade colocada. Muitas vezes, em discursos de articulação política e ativista, identificamos uma espécie de rejeição ao conhecimento teórico, produzido dentro de círculos acadêmicos, que acabam sendo considerados elitistas, excludentes, incapazes de captar a complexidade que é a vivência prática das opressões e dificuldades.

Nessa suposta lacuna gerada entre a teoria e a prática, que provoca um certo afastamento entre ambas as esferas, o *design* ativista se encaixa como interlocutor estratégico, “como uma tática política cujas ações diretas agem no microcosmo em direção ao infinito. Diante de um mundo tão complexo o *design* de ativismo trabalha nas inter-relações dos elementos, na dinâmica particular dos debates” (AZEVEDO, 2020, p. 59).

Para o presente trabalho, todas essas formas de resistir, seja na existência diária, em frentes organizadas como partidos, sindicatos e coletivos, ou elaborando teorias e conceitos nas esferas acadêmicas, são válidas, legítimas e eficazes. Não conseguimos analisar uma dessas frentes isolada da outra. A teoria acadêmica, a teoria produzida a partir de experiências e a prática sempre se retroalimentando em um movimento espiral, sem um começo e um fim determinados, colaboram na organização das bases, colaboram nas identificações cotidianas, nos fortalecimentos dos combates e na motivação para seguir dia após dia. Todos esses grupos estão fazendo a mesma coisa: resistindo. Estão recusando as normas que nos foram impostas enquanto sujeitos e enquanto classe, e permitindo novas possibilidades de contato com o diferente, o desconhecido, que resulta em novas formulações de vida, de trabalho, de relacionamentos, de família.

Resistir hoje se torna uma ação política quando, por exemplo, recusamos o individualismo já tão naturalizado em nosso cotidiano e insistimos nos encontros, fazendo circular as invenções microssociais de novas formas de vida que não se reverterem em regras universais obrigatórias. A regra universal, ao pretender englobar a totalidade dos indivíduos, comprometendo-os com a obediência, simplesmente inviabiliza o contato com a diferença e com a criação de novas possibilidades de existir. (MANSANO, 2009, p. 114)

Neste sentido, por *design* político entendemos aqui o fazer profissional do *designer* mais responsável com pautas até então invisibilizadas ou intencionalmente oprimidas pelo capital, crítico, desacomodado, que agencia mudanças e transformações constantemente. Entendemos o

design como modo de investigação que não apenas procura refletir criticamente sobre seus possíveis papéis frente aos desafios sociais contemporâneos, mas deseja engajar-se ativamente nos contextos com os quais trabalha. (COSTARD; SECIOSO; SERPA; SZANIECKI; VENTURA, 2018, p.1)

Não se trata do descolamento da realidade, de uma espécie de transcendência ou evolução idealizada, pelo contrário, propomos nos debruçar em um processo de constante olhar sobre si e sobre os pares do campo, com atenção, cuidado e crítica. Atuando nos sujeitos, nas micropolíticas, estabelecendo diálogos e construindo redes que unem a nossa classe ao redor de debates comuns, “[...] o *designer* toma as rédeas dos meios de produção e passa a atuar de forma consciente de sua potência de produzir afetos, mas sem almejar controle sobre aquilo que está sendo gerado no outro.” (PORTINARI; NOGUEIRA, 2016, p. 43).

O engajamento é muito mais em torno de rever os espaços de trabalho, objetivando a construção coletiva de um fazer profissional que envolva a multidisciplinaridade, a contestação e a constante autocrítica. Não se trata de um controle sobre o que pode ou não ser criado, o que é ou não considerado legítimo, ou sobre como os efeitos de nossos questionamentos e brechas abertas irão reverberar em cada um. Trata-se de uma expansão, não de uma limitação, como afirma Altmayer (2020):

Assim, pensar o *design* político é turvar as linhas imaginárias e imaginadas que insistem em separar os campos da comunicação, o *design* e as artes, para instaurar uma prática de *design* engajada na autocrítica, que cria pontes de interlocução entre essas áreas. *Design* Político deve se engajar em criar espaços de contestação. Cabe, assim, ao *designer* pensar seu papel como navegante de um campo expandido, que não vê limitações com relação à sua atuação, mas entende como áreas tão diversas e interconectadas tem implicações políticas no seu modo de atuar. (ALTMAYER, 2020, p. 147)

Diante disso, trata-se de politizar os campos, visibilizando modos de vida, pensando novas formas de produção e de existência. “Busca-se, ao mesmo tempo, uma recusa de certo modo de governamentalidade, e a promoção de ‘novas formas de subjetividade.’” (FOUCAULT apud NETO, 2017, p. 18). O movimento de abrir brechas e de estar numa posição atenta, olhando para si e para os outros, não se trata de uma idealização ou de uma utopia defendida aqui. Como João Neto (2017) afirma:

A política da subjetivação em Foucault é indissociável de um trabalho que sujeitos ‘individuais ou coletivos’ realizam sobre si mesmos, a partir de elementos que compõem seu ambiente cultural, social e institucional. Não é uma espontaneidade, mas um conjunto de ações trabalhosas, exigentes, que por vezes exigem um custo pessoal. Este trabalho, é realizado como atividade de si para consigo, em interação com um conjunto de elementos que o envolvem e o atravessam. (NETO, 2017, p. 18)

Nos afirmando nesse local doloroso e trabalhoso que nos exige um esforço constante de pensar quem somos, pensar como nos relacionamos com os outros, dentro e fora do campo, outros seres mais diversos, seres que habitam o planeta, caminhos que nossos produtos percorrem, os rastros que deixam, os símbolos que produzimos, quais significados transitam por aí que foram colocados na sociedade através de nossas mãos e nossas criações... impulsionamos uma reflexão que alimenta a prática, gerando um ciclo de novos debates, novas formas de subjetividade que vão formar o *designer*, o *design*.

Para dar conta da complexidade de questões que identificamos e atormentam o nosso fazer profissional cotidianamente, nos inspiramos em metodologias e epistemologias diversas e externas ao campo, que podem contribuir para o avanço que desejamos com seus exemplos de organização e reflexões já realizadas ao longo dos anos. Defendemos que não é possível repensar e fortalecer a epistemologia do *design* através de pesquisas e análises individualizadas, que não levam em consideração a pluralidade de vozes e a complexidade de camadas e opressões as quais estamos submetidos convivendo em sociedade. “O desafio não é apenas entender e incorporar teorias crítico-políticas externas, mas construir um arcabouço intelectual para o *design* com base em seus próprios modos de operação” (COSTARD; SECIOSO; SERPA; SZANIECKI; VENTURA, 2018, p. 9).

As discussões sobre a interação entre *design* e política refletem o fato de o *design* ter se tornado uma força política e material formidável. A questão é se o *design* pode se tornar um campo promissor para a transformação das culturas enraizadas na insustentabilidade em direção a práticas pluriversas. Reformular ontologicamente o *design* é uma contribuição para esta discussão, sendo também uma tentativa de localizar a política do *design* e sua capacidade de gerar novas entidades e relações, revelando a capacidade do *design* ‘de ‘propor’ novos tipos de organismos, entidades e campos como políticos’, expandindo assim a compreensão estabelecida politicamente. (ESCOBAR, 2018, p. 59)

Sendo assim, processos participativos, que se propõem a estabelecer vínculos entre as pessoas e valorizar as vivências de forma igualitária, tendem a abrir debates e gerar rupturas mais significativas. A fim de questionar e desafiar os métodos mais tradicionais de pesquisa e ensino acadêmico, que tendem a procurar por conhecimentos objetivos, através de processos rígidos de análise, comparação e enquadramento de variáveis e interlocutores, nos baseamos em pesquisas criativas, que envolvem a ação dos participantes, como referenciais para a contribuição que consideramos relevante para o campo.

Algumas autoras que nos servem como inspiração e embasamento para tal tipo de pesquisa são Eva Célem (2020) com a oficina “Descolando Gênero e Sexualidade”, realizada em 2016 com um grupo de mulheres que estavam cursando Educação de Jovens Adultos em uma escola municipal da cidade do Rio de Janeiro, e Mariana Costard, Flavia Secioso, Bibiana Serpa, Barbara Szaniecki e Liana Ventura, no artigo “Experimentos de Design para uma democracia em jogo” (2018), em que apresentam alguns experimentos de jogos que estimulam a conversação e provocam o debate acerca de temáticas

como a ocupação da cidade, possibilitando a realização de processos democráticos que unem a teoria e a prática através de ferramentas do *design*.¹⁰

Os resultados da pesquisa criativa são ao mesmo tempo materiais e imateriais; visa – se tanto proporcionar aos participantes uma experiência de subjetivação através do questionamento e da facilitação da produção de novas formas de expressão em relação aos temas pesquisados, quanto à produção propriamente dita dessas formas de manifestação. (CÉLEM, 2020, p. 43)

Em “Experimentos de Design para uma democracia em jogo” (2018), Costard, Secioso, Serpa, Szaniecki e Ventura apresentam um jogo de cartas com imagens e palavras, em que o tabuleiro vai sendo formado na medida em que os participantes vão construindo relações e debates entre as peças colocadas. Compreendendo “o potencial democrático do *design* em agregar pessoas em torno de assuntos comuns e promover diálogo entre ideias e interesses potencialmente diversos ou mesmo controversos” (p. 2), a dinâmica do jogo funciona como um dispositivo provocador, que convida cada pessoa a apresentar suas ideias, discordar, pensar criticamente, enquanto participante ativo daquele espaço de trocas de vivências e opiniões.

Outra iniciativa que dialoga diretamente com a proposta desta pesquisa são as oficinas realizadas por Célem (2020) no contexto da Educação de Jovens Adultos. Ao longo de dez encontros, a pesquisadora participou de um grupo composto exclusivamente por mulheres, a fim de fomentar o debate e impulsionar as trocas de vivências e experiências pessoais, sempre em torno do que é ser mulher, das opressões e temáticas acerca de questões entendidas como femininas e feminizadas. Assim como a iniciativa do jogo de cartas, além das oficinas, o projeto não tinha como objetivo a produção de algum objeto concreto, entendido como “produto final”. Porém, na intenção de facilitar a condução dos encontros, a autora desenvolveu ao longo do processo e em interação com as interlocutoras diversos materiais como, por exemplo, baralho de cartas, atividades de colagens, impressão de um modelo anatômico de um clitóris em 3D, entre outros.

Outro ponto fundamental para vislumbrar um design político, mais consciente, que seja construído e compartilhado em ambientes de ensino e aprendizagem, é o entrelaçamento das teorias do campo com outros saberes,

10 Para mais referências acerca de pesquisa criativa consultar “O papel da experiência sensível e dos processos de subjetivação nos processos criativos” de Alexandre Constantino e Denise Portinari (2015) e “Pesquisa Criativa: Como utilizar a pesquisa para inovar nos negócios” de Eduardo Pucu (2014).

autores e contribuições dos mais diversos lugares do país e do mundo. Seja através de saberes ancestrais, dos movimentos sociais, das teorias acadêmicas ou das expressões urbanas que surgem e resistem nas ruas, os pontos de conexão nos permitem pensar em um campo mais ampliado, problematizador, que permite a produção e a existência de pessoas e trabalhos diversos, potencializando outras e novas formas de existência.

Referências

ALTMAYER, C. G. M. **Tropicuir**. Concinnitas (online). Rio de Janeiro: v.1, p. 152 – 171, 2016.

ANTUNES, R. **Uberização, trabalho digital e Indústria 4.0**. São Paulo: Boitempo, 2020.

AZEVEDO, R. P. **Design de ativismo na quarta onda do feminismo no Brasil: análise da poética gráfica de alguns coletivos**. 276 f.: il. Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Centro de Artes, Universidade Federal de Pelotas, 2020.

BENTO, B. **Queer o quê? Ativismo e estudos transviados**. Revista Cult, ed. 193, ago. 2014. Entrevista. Disponível em <http://revistacult.uol.com.br/home/2014/10/queer-o-que-ativismo-e-estudos-transviados>. Acesso 23 fev. 2022.

CARTA CAPITAL. **A uberização das relações de trabalho**. Carta Capital. 9 ago. 2019. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/justica/a-uberizacao-das-relacoes-de-trabalho/>. Acesso em: 7 fev. 2022.

CÉLEM, E. **Descolando Gênero e Sexualidade: uma investigação sobre processos feministas de subjetivação e o fenômeno do Consciousness-Raising**. 290 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Artes & Design, 2020.

CIPINIUK, A. **Do Funcional ao Simbólico. O que pensam os pares do Campo do Design e o que ensinam nas salas de aula**. Arqurb, 27, Janeiro-Abril, p. 147-160, 2020.

COSTARD, M.; SECIOSO, F.; SERPA, B.; VENTURA, L. **Experimentos de Design para uma democracia em jogo**. 13 Congresso Pesquisa & Desenvolvimento em Design, Univille, Joinville (SC). 2018.

CROSS, N. **Designerly Ways of Knowing**. London: Springer, 2006.

ESCOBAR, A. **Designs for the pluriverse: Radical Interdependence, Autonomy and the Making of Worlds**. Duke University Press, 2018, 312 p.

FORTY, A. **Objetos do Desejo: Design e Sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade: a vontade de saber**. Ed. Paz & Terra, 9 ed, 2014.

_____. **Vigiar e punir, história da violência nas prisões**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1986.

GONÇALVES, E. **Design, heteronormatividade e condições de trabalho: Reflexões sobre corpo, gênero e precarização do designer**. Dissertação de Mestrado. ESDI – UERJ, Rio de Janeiro. 2020.

IRANI, L. **“Design Thinking”: Defending Silicon Valley at the Apex of Global Labor Hierarchies**. In Catalyst Journal: feminism, theory, technoscience. Vol. 4, no. 1, 2018. p. 1-19. Disponível em <https://catalystjournal.org/index.php/catalyst/issue/view/1981>. Acesso em 11 de Agosto de 2022.

ISKANDER, N. **Design Thinking Is Fundamentally Conservative and Preserves the Status Quo**. Disponível em: <<https://hbr.org/2018/09/design-thinking-is-fundamentally-conservative-and-preserves-the-status-quo>>. Acesso em 8 set. 2020.

MANSANO, S. **Sujeito, subjetividade e modos de subjetivação na contemporaneidade**. Revista de Psicologia da UNESP, 8(2), 110-117, 2009.

MATIAS, Iraldo; SOARES, Danilo. **Novos fetichismos em tempos de toyotização: design e “experiência”**. II Seminário Nacional de Teoria Marxista: O capitalismo e suas crises. Uberlândia. 10-12 de maio 2016.

NETO, João. **A Analítica da Subjetivação em Michel Foucault**. Revista Polis E Psique, 7(3), 7–25, 2018. <https://doi.org/10.22456/2238-152X.76339>

NOGUEIRA, Pedro; PORTINARI, Denise. **Por um design político**. Estudos em Design, v. 24, p. 32-46, 2016.

PORTINARI, Denise. **Queerizar o design**. Arcos Design, Rio de Janeiro, Edição especial Seminário Design.Com, pp. 1-19, 2017.

SZANIECKI, Barbara. **Design-antropofagia: só me interessa o que não é meu**. Poiésis, Niterói, v. 20, n. 33, p. 183-200, jan./jun. 2019.

STERN, Arden; SIEGELBAUM, Sami. **Special Issue: Design and Neoliberalism, Design and Culture**, 11:3, 265-277, 2019. Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17547.075.2019.1667188>. Acesso em 12 de Agosto 2022.

VALENTIM, Matheus. **As origens neoliberais do design thinking: uma análise econômico-filosófica do discurso gestorial no design**. Monografia. UEMG. Belo Horizonte, 79 p. 2018.

Como referenciar

CORTÊS, Nina Reis; PORTINARI, Denise Berruezo. Por um design desacomodado: reflexões e análises do campo. **Arcos Design**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, pp. 57-75, set./2022. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign>.

DOI: <https://www.doi.org/10.12957/arcosdesign.2022.67809>



A revista **Arcos Design** está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição – Não Comercial – Compartilha Igual 3.0 Não Adaptada.

Recebido em 02/06/2022 | Aceito em 25/08/2022